



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
Bachelor of Business Administration
Identities. Department of Marketing.
Faculty of Management.
Yala Rajabhat University.

โดย
สุธิดา วัฒนยืนยง
อัปสร อีซอ
ปวีณา เจาะอารง

ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณบำรุงการศึกษาประจำปี 2557
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

หัวข้อวิจัย อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
 ชื่อผู้วิจัย นางสาวสุธิดา วัฒนยืนยง
 ชื่อผู้ร่วมวิจัย รองศาสตราจารย์ อัสสร อีซอ
 นางปวีณา เจะอารง
 คณะวิชา วิทยาการจัดการ
 มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
 ปีการศึกษา 2557

บทคัดย่อ

วิจัยเรื่อง อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา กลุ่มเป้าหมาย คือ ศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาด จำนวน 90 คน ศิษย์เก่าสาขาวิชาการตลาด จำนวน 5 คน และ ผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จากศิษย์ปัจจุบัน ศิษย์เก่า สาขาวิชาการตลาด และผู้ใช้บัณฑิต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75.00 วุฒิมัธยมศึกษาสูงสุด กำลังศึกษาปีที่ 1-3 คิดเป็นร้อยละ 90.00 อายุการทำงานอยู่ระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.00 อัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้ เป็น แบ่งเป็น 3 ด้าน ส่วนใหญ่ด้านภูมิปัญญา อยากให้มีทักษะในการเรียนรู้ ทักษะการคิดการ แก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 75.00 ส่วนใหญ่ด้านภูมิธรรม อยากมีวินัยในตนเอง เป็นร้อยละ 51.00 และด้านภูมิฐาน อยากให้มีความภูมิใจในตนเอง สถาบัน ท้องถิ่นและ ประเทศชาติ คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ด้านปรัชญาและความสำคัญของหลักสูตร พบว่า เรียนรู้สู่การเป็นนักบริหาร มุ่งมั่นพัฒนาบัณฑิตให้เป็นนักการตลาดมืออาชีพที่มีจรรยาบรรณ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ได้อย่างเหมาะสม สร้างความเป็นนักการตลาดมืออาชีพ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งการบูรณาการ ความร่วมมือ เพื่อพัฒนาตนเอง องค์กรและท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ ความคิดเห็นอยู่ในระดับ

มากที่สุด ด้านวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างแนวคิดให้บัณฑิต เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาความรู้ เพื่อมีความพร้อมในการประกอบอาชีพหรือการศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษามีความสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจและสามารถปฏิบัติงานตามสาขาที่ได้ศึกษาโดยตรง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ ในด้านบุคลิกภาพด้านมนุษยสัมพันธ์ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต พบว่า ด้านวิธีการสอนของผู้สอนการถ่ายทอด การปฏิบัติการ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านวิธีการสอน พบว่า อาจารย์ใช้วิธีและเทคนิคการสอนสอดคล้องกับเนื้อหาวิชาที่สอน ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเอกสารประกอบการสอน พบว่า อาจารย์มีเอกสารที่เรียบเรียงขึ้นเพื่อประกอบการสอนทุกรายวิชา ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านสื่อประกอบการเรียนการสอน พบว่า การสอนมีความสอดคล้องกับเนื้อหา บทเรียน จุดมุ่งหมายที่สอน สื่อการสอนช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในเนื้อหาบทเรียนมากขึ้น ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ด้านการวัดและการประเมินผล พบว่า อาจารย์มีการประเมินผลนักศึกษาหลากหลายวิธี ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสุราษฎร์วิทยา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านคุณธรรม จริยธรรม พบว่า การแสดงออกถึงการมีจิตอาสา ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความรู้ พบว่า มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านปัญญา พบว่า การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงเหตุผล ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ พบว่า การแสดงออกถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุวัฒนธรรม ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า การแสดงออกถึงความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข แปลผลและนำเสนอข้อมูล ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พบว่า กิจกรรมกีฬาสามสัมพันธ์น้องพี่การตลาด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด กิจกรรมการตลาด 3 ดี กิจกรรมการตลาดสามสัมพันธ์วัฒนธรรม กิจกรรมเสวนาสู่โลกวิชาชีพให้กับนักศึกษาและศิษย์เก่าการตลาด กิจกรรมหนึ่งหลักสูตรหนึ่งศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมเชิญวิทยากรบรรยาย/อบรมในชั้นเรียน สาขาวิชาการตลาด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ต่อการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน กิจกรรมเสริมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงควรพัฒนาให้มีความชัดเจนและการกำกับติดตามเพื่อผลักดันการพัฒนาและปรับปรุงอย่าง

ต่อเนื่องให้ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและชุมชน อย่างไรก็ตามการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรอยู่ตลอดเวลา โดยการดำเนินการประเมินหลักสูตรเพื่อการประกันคุณภาพทั้งภายในและภายนอก ทั้งนี้เพื่อให้ได้หลักสูตรที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของสังคมตลอดไป สามารถสรุปได้ 2 ประเด็น ดังนี้

1. ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ข้อมูลนักศึกษาศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน ดังนี้

1. เพิ่มทักษะการนำเสนอ หรือจำนวนครั้งในการนำเสนอในแต่ละรายวิชา
2. เน้นการศึกษานอกพื้นที่หรือนอกชั้นเรียน ทุกชั้นปี
3. ระบบการสอนเสริมเพิ่มเติมนอกจากในชั้นเรียน กรณีที่มีการประเมิน/ทดสอบก่อนเรียนแล้ว พบว่านักศึกษาที่ไม่ผ่านเกณฑ์ จะต้องมีการเรียนเสริมโดยการใช้ระบบอาจารย์เป็นผู้สอน หรือเพื่อนเป็นผู้สอนแทน กรณีนักศึกษาผ่านเกณฑ์ ไม่ต้องเรียนเสริมให้เรียนตามแผนการเรียนปกติ

4. มีสถานที่สำหรับการทำกิจกรรมที่เน้นทักษะทางการตลาด หรือพื้นที่สำหรับการปฏิบัติจริง ๆ ของสาขาวิชาการ

5. เพิ่มจำนวนวิชาที่เน้นทักษะทางวิชาชีพสาขาวิชาการตลาด
6. รายวิชาเอก ควรเน้นปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี
7. การสอนชดเชย ควรสอนก่อนสอบปลายภาคในแต่ละภาคเรียน
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเรียนการสอน ที่พบปัญหาบ่อยครั้ง ได้แก่
 - เช่นห้องน้ำไม่สะอาด
 - ลิฟต์ เสียบ่อยครั้ง ทำให้เข้าเรียนสาย ต้องเดินขึ้นบันได
 - ระบบเครือข่าย wifi ไม่สามารถใช้งานได้ บ่อยครั้ง
9. การส่งงาน / การบ้าน พบว่าในบางครั้งไม่รับรู้ข่าวสาร หรืออาจจะไม่ทราบข้อมูล เนื่องจากการกระจายข่าวสารจะใช้ช่องทางเครื่องมือสื่อสาร เช่น ไลน์ เฟสบุค หรือ Internet อื่น ในการประชาสัมพันธ์ ทำให้นักศึกษากลุ่มที่ไม่มีระบบ/Internet ที่บ้านก็จะไม่รับรู้ข่าวสาร เป็นต้น

2. ประเด็นความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ดังนี้

1. ควรเพิ่มจำนวนกิจกรรมที่เน้นวิชาชีพหรือเสริมทักษะของนักศึกษาตามสาขาวิชาการตลาด เช่น กิจกรรมได้วาที กิจกรรมการเตรียมพร้อมก่อนหรือหลังออกฝึกงาน เป็นต้น
2. กิจกรรมที่จัดควรเน้นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-3 เป็นหลัก และชั้นปีที่ 4 เน้นวิชาชีพพร้อมกับการออกสู่ตลาดแรงงาน หรือสถานประกอบการ
3. การจัดกิจกรรมควรกำหนดวันและเวลาในแต่ละครั้งให้ชัดเจน

(ง)

4. อยากรให้นักศึกษาทุกชั้นปีมีส่วนร่วมทุกกิจกรรมทุกครั้ง
5. อยากรให้นักศึกษาแต่ละชั้นปี เป็นรับผิดชอบกิจกรรมร่วมกับสาขาวิชาฯ เพื่อเป็น
การพัฒนา และฝึกทักษะในการจัดกิจกรรม
6. การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งการให้ความร่วมมือค่อนข้างน้อย อยากรให้กำหนด
เป็นข้อบังคับของสาขาวิชาเรื่องจำนวนชั่วโมง หรือจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมแต่ละปี
7. อยากรให้มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามัคคี การมีส่วนร่วม จิตอาสา ระหว่างรุ่น
พี่รุ่นน้อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

Research Title	Bachelor of Business Administration Identities. Department of Marketing.Faculty of Management. Yala Rajabhat University.
Researchers	Miss Sutida Wattanayuenyong
Faculty	Management Science
Institute	Yala Rajabhat University
Academic Year	2014

Abstract

Research on identity program. Department of Marketing PORN Yala Rajabhat University Aimed to identify the program. Department of Marketing PORN Yala Rajabhat University target group Department of Marketing is current students Department of Marketing of 90 people, alumni were Department of Marketing of 5 people and the graduates of 5 people.

The instrument used to collect the data analysis was descriptive content. Information from the survey carried out analysis of samples using a statistical percentage, average and standard deviations.

The results were as follows: General information about the identity of respondents program. Department of Marketing PORN Yala Rajabhat University From current students Alumni Department of Marketing And found that most of the graduates are female 75.00 percent of Education 1-3 years studying 90.00 per cent of working age is between 1-5 years old accounted for 60.00 percent of the identity of the program. Department of Marketing at my side is divided into three major parts of wisdom. Have the skills to learn. Thinking skills, problem solving and decision making. 75.00 percent of the enlightenment. I have self-discipline is 51.00 percent and the Vulgate. We have pride in their local institutions and nationally. 48.00 percent respectively.

Comments about the identity of the graduate desirable. BBA course Department of Marketing the philosophy and focus of the course was to learn to be an executive. Develop a marketing graduate to professional ethics. Knowledge can be applied appropriately. Create a professional marketer. With creativity the integration of cooperation. To develop their own Local organizations and effectively Comments are at the highest level. The concept aims to enhance the

graduates. A visionary. The initiative Pursuits to be ready for occupation or education to a higher level so that graduates can become entrepreneurs and businesses can work directly in their field of study. Comments are the high level And desirable personality In terms of personality, interpersonal Comments are at the highest level.

Comments about the teaching in line with the identity of the graduate desirable that the teaching methods of instructors to convey. Operation Comments are at the highest level. The teaching methods that teachers use teaching methods and techniques in line with the subject they teach. Comments are at the highest level. The Teaching the teachers have compiled a document for teaching all subjects. Comments are the high level The teaching materials that teaching is consistent with the lessons aim to teach. Teaching gives students a greater understanding of the lesson content. Comments are the highest in the order of measurement and evaluation of the teachers evaluated students a variety of ways. Comments are the high level Standards-based learning Qualifications Framework. Higher education in undergraduate courses to students from fifth on the moral found that the expression of volunteerism. Comments are at the highest level of knowledge found to have knowledge and understanding of the principles and theories in the study content. Comments are the highest expression of that intelligence. Capable of logical thinking Comments are the high level Interpersonal skills and responsibilities found that the expression of a great interaction in a multicultural society. Comments are the high level Numerical and analytical skills, communication and information technologies that demonstrate the ability to analyze the numbers. Interpretation and presentation Comments are at the highest level.

Comments about the extra curricular activities that are consistent with the adverse identity of the graduate program. Department of Marketing found that younger siblings reunite sports marketing. Comments are at the highest level. 3 good marketing activities, marketing activities, cultural relations. Talk to the world of professional activities to students and alumni of the market. One course of cultural activities Activities invited lecture / classroom training Department of Marketing. Comments are many levels respectively.

Comments about the teaching and learning that is aligned with the desired identity of the graduate program. Department of Marketing The teaching and learning process. Activities Administration Department of Marketing It should develop a clear monitoring and to drive the development and continuous improvement to meet the needs of the local community. However, developing and updating courses all the time. By implementing a quality assurance evaluation programs for both internal and external. In order to have standardized curriculum and is known throughout the society. Two issues can be summarized as follows:

1. The issue of identity is desirable graduates of the program. Department of Marketing Students, alumni and current students the following information.

1. Presentation Skills Or the number of times in the presentation of each course.

2. emphasize outer space or outside of class each year.

3. In addition to teaching extra classes. If the assessment / test before school. Students who do not meet that criteria. Attention has to be reinforced by the use of teachers as instructors. A coach or friend instead Students meet No need to learn a lesson reinforced by regular lesson plans.

4. Is there a place for activities that focus on marketing skills. Or for the practical implementation of Sciences.

5. Increase the number of courses that focus on academic skills and professional markets.

6. Majors should focus on practical rather than theoretical.

7. Teaching compensation should be taught before the final exam each semester.

8. facilities for teaching and learning. The problems are often

- The bathroom is not clean
- Elevators too often It admission line Stairs
- Wifi network cannot use it often.

9. The transmission work / homework that sometimes perception. Or may not know since news distribution channel to use communication tools such as Facebook or other Internet line in the release. The group made no system / Internet. At home, you will not recognize such messages.

2. The issue of student academic markets about the extra curricular activities that are consistent with the adverse identity of the graduate program.

The Department of Marketing

1. Increase the number of activities focused on professional or academic skills of students in the field of marketing activities such as debates. Preparation activities or internships, etc. back out.

2. Activities should focus on students who are 1-3 and 4-year professional with a focus on the labor market. Or establishment

3. The event should set the date and time each time to clear.

4. Every year, students wishing to participate in all activities at all times.

5. Want to students in each grade. Is responsible for the activities with the majors. To develop Skills and polishing activities.

6. Each event in cooperation somewhat less. It is mandatory to determine the subject matter of hours. Or the number of participants each year.

7. Do you have activities that promote unity. Participation between junior and senior volunteers. To build a good relationship with each other.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา รายงานฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความร่วมมือเป็นอย่างดี ที่ได้ให้ความร่วมมือ ตลอดจนตอบข้อซักถามต่าง ๆ และขอขอบพระคุณอย่างสูงจากความกรุณาท่านผู้เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.ศิษณุธวัช มั่นเศรษฐวิทย์ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา อาจารย์ ดร.ฮัมเดีย มุดอ อาจารย์หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมืองานวิจัยและให้ความรู้ในด้านการทำวิจัย และที่ปรึกษางานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท ศรีพงษ์ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรัตน์ นามบุรี อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับความร่วมมืออย่างดีจากยะลา รวมถึงคณะกรรมการประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาดทุกท่าน ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม

ผลของการวิจัยนี้ ผู้วิจัยคาดว่าจะประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาและเป็นแนวทางในการกำหนดการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในด้านต่าง ๆ

สุธิดา วัฒนยืนยง
คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
23 กันยายน 2558

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(จ)
กิตติกรรมประกาศ	(ณ)
สารบัญ	(ญ)
สารบัญตาราง	(ฎ)
สารบัญภาพ	(ฏ)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์ที่เฉพาะ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์	6
แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ	
ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี	8
แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	14
สถาบันอุดมศึกษาไทยพร้อมรับ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	16
ความพึงพอใจ	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
กรอบแนวคิดการวิจัย	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
เครื่องมือที่ใช้และการสร้างเครื่องมือ	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	31
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต	
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	35
ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์	
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	37
ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์	
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต	50
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	52
สรุปผลการวิจัย	53
อภิปรายผลการวิจัย	58
ข้อเสนอแนะ	62
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	67
ก แบบสอบถาม	68
ข หนังสือเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ	77
ค คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการวิจัย	79
ประวัตินักวิจัย	81

สารบัญตาราง

สารบัญตารางที่	หน้า
1 แผนการพัฒนาปรับปรุง	14
2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต ด้านปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	35
4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – วิธีการสอนของผู้สอนการถ่ายทอด	37
5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านวิธีการสอน	38
6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านเอกสารประกอบการสอน	40
7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านสื่อประกอบการเรียนการสอน	41
8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านการวัดและการประเมินผล	42
9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน ด้านคุณธรรม จริยธรรม	44
10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน ด้านความรู้	45
11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน ด้านปัญญา	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
สารบัญตารางที่	
12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	47
13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	48
14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – กิจกรรมเสริมหลักสูตร	50

สารบัญภาพ

สารบัญภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดของการวิจัย	25

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 47 ให้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาทุกระดับ ประกอบด้วยระบบประกันคุณภาพภายในและระบบประกันคุณภาพภายนอก ระบบหลักเกณฑ์และวิธีการประกันคุณภาพการศึกษาให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง และในมาตรา 48 กำหนดให้หน่วยงานต้นสังกัดและสถานศึกษาจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาและให้ถือว่าการประกันคุณภาพภายในเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำรายงานประจำปีเสนอต่อหน่วยงานต้นสังกัดหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาและเพื่อรองรับการประกันคุณภาพภายนอก (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2542: 24-25)

คณะวิทยาการจัดการได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระยะ 10 ปี พ.ศ. 2551-2560 ว่าบัณฑิตของคณะวิทยาการจัดการ มีความรู้ทางวิชาการ วิชาชีพภาษาอังกฤษ มีทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยกระบวนการวิจัย มีคุณลักษณะทางอารมณ์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา มีคุณธรรม จริยธรรม มีความขยันหมั่นเพียร สู้งาน และมีความสามารถในการสร้างและใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมทั้งในการดำรงชีวิตและการปฏิบัติงานประกอบกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี ได้กำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้ไว้ 5 ด้าน คุณธรรม จริยธรรม ความรู้ ทักษะทางปัญญา ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ จากเหตุผลดังกล่าว คณะวิทยาการจัดการได้ตระหนักอย่างยิ่ง ที่จะต้องผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ฉะนั้น ความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตหรือสถานประกอบการจะมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาไปปฏิบัติงานในสถานประกอบการต่าง ๆ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ การประเมินจากผู้ที่ใช้บัณฑิตเพื่อนำผลการประเมินมาพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณภาพและคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ต่อไป ดังรายงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ (4ปี) ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ปีการศึกษา 2553 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าได้แก่นักศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 4 ในสาขาวิชาต่าง ๆ ประกอบด้วย สาขาการตลาด สาขาคอมพิวเตอร์ ธุรกิจสาขาธุรกิจบริการ และสาขาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งสิ้น 215 คน และได้ทำการศึกษาตั้งแต่ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 และภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 พบว่า สาขาวิชาการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรายวิชาต่าง ๆ ของหลักสูตร พบว่า ในภาพรวมนักศึกษาที่มีต่อ

หลักสูตรสาขาวิชาในด้านต่าง ๆ ของสาขาวิชาการตลาด มีความพึงพอใจระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการหลักสูตรสาขาวิชาด้านความต้องการของตลาดแรงงาน และสังคม ด้านทรัพยากรที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน และด้านสนับสนุนในกิจกรรม และการให้คำปรึกษา (ภาศิริ เขตปิยรัตน์ และคณะ, 2554)

หลักสูตรซึ่งเป็นแม่บทของการเรียนการสอน จึงมีความสำคัญและจะต้องมีการ ประเมินและพัฒนาอย่างต่อเนื่องด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะทาง เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี ตลอดจนความเป็นโลกาภิวัตน์ และระบบประกัน คุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยอาชีวศึกษาบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาปีการศึกษา 2554 ทำการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด และได้นำหลักสูตรมาใช้ในปีการศึกษา 2555 ทั้งนี้กำหนดให้มี การประเมินหลักสูตรทุกๆ 1 ปี ทั้งนี้ การวิจัยจะทำให้รู้คุณค่าและผลที่ได้จากการใช้หลักสูตร ว่าเป็นอย่างไร สามารถนำไปใช้ได้ดีเพียงใด ข้อมูลที่ได้จากการประเมินหลักสูตรจะเป็น ประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณค่าและคุณภาพที่ดีขึ้น อันจะเป็นผลในการ นำหลักสูตรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้และเกิดประโยชน์สูงสุดกับการศึกษาและ การผลิตบุคลากรให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม ผลจากการศึกษาใน ครั้งนี้จะนำไปพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรในด้านเนื้อหาของหลักสูตร การบริหารจัดการ หลักสูตร ปัจจัยสนับสนุนการเรียนการสอน และการบริการ และเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงการเรียนการสอนและเพิ่มประสิทธิภาพของบัณฑิตต่อการพัฒนาประเทศ ประกอบ กับนำมาอ้างอิงเป็นตัวบ่งชี้ในการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา ระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2553 (ตัวบ่งชี้ที่ 2.1) และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2548 ข้อ (16) กำหนดการพัฒนาหลักสูตรโดยให้ทุกหลักสูตรมีการพัฒนาหลักสูตรให้ ทันสมัย แสดงการปรับปรุงดัชนีด้านมาตรฐานและคุณภาพการศึกษาเป็นระยะ ๆ อย่างน้อย ทุก ๆ 5 ปี และมีการประเมินเพื่อพัฒนาหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การวิจัย อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จึงเป็นสาเหตุของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อให้การขับเคลื่อนการดำเนินงานไปสู่มาตรฐานการเรียนรู้ อนึ่ง ผู้มี ส่วนเกี่ยวข้องภายในและภายนอก ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากและมีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ของหลักสูตรฯ เป็นข้อมูลให้กับทางหลักสูตรฯ ในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรรวมถึง แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การจัดการเรียนการสอนของอาจารย์ให้เป็นไปตามความ ต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและเกิดประสิทธิภาพต่อการผลิตบัณฑิตในแต่ละปีการศึกษา อาทิ ด้านความมีคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านจิตอาสา ตามตัวบ่งชี้ที่ 2.6 ระบบและกลไกการจัดการ เรียนการสอน ที่กระบวนการเรียนการสอนต้องเป็นไปตามแนวทางที่กำหนดใน พระราชบัญญัติแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553) ที่เน้นผู้เรียน เป็นสำคัญ มีการจัดรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับสภาพการณ์และยืดหยุ่น

โดยการมีส่วนร่วมจากบุคคล สถาบัน หรือชุมชนภายนอก มีการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่คำนึงถึงความแตกต่างของนักศึกษาเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะเฉพาะให้กับนักศึกษา จึงเป็นกระบวนการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ด้านการจัดการเรียน การสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ขอบเขตของเนื้อหา ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตตัวแปร ขอบเขตของพื้นที่ และขอบเขตของระยะเวลา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเป็นได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและศึกษาอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยศึกษาจากศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาด ศิษย์เก่า และผู้ใช้บัณฑิต

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาด ศิษย์เก่า และผู้ใช้บัณฑิต โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 100 คน

2.2 การสุ่มตัวอย่าง

2.2.1 ศิษย์ปัจจุบัน คือ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 53 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 28 คน และนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 36 คน รวมเป็น 117 คน

การสุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane เป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่ทราบจำนวนที่แน่นอน (Finite Population) (ยุทพงษ์เกียรติ, 2543: 79)

สูตร

เมื่อ

n = แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = แทนขนาดของประชากร

e = แทนความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (กำหนดให้ = 0.05)

แทนค่า

$$n = \frac{117}{1+117(0.05)^2}$$

$$= 90 \text{ คน}$$

2.2.2 ศิษย์เก่าสาขาวิชาการตลาด จำนวน 5 คน

2.2.3 ผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 5 คน

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของศิษย์ปัจจุบัน นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วย สถานภาพ เพศ วุฒิการศึกษาสูงสุด ชั้นปีที่กำลังศึกษา อายุการทำงาน และอัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้เป็น

3.1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของศิษย์เก่าสาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วย สถานภาพ เพศ วุฒิการศึกษาสูงสุด ชั้นปีที่กำลังศึกษา เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน อายุการทำงาน และอัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้เป็น

3.1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บัณฑิต ประกอบด้วย สถานภาพ เพศ วุฒิการศึกษาสูงสุด ชั้นปีที่กำลังศึกษา เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน อายุการทำงาน และอัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้เป็น

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ และความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

4. ขอบเขตด้านสถานที่

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2556 ถึง เดือนกันยายน 2557 เป็นระยะเวลา 12 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะมีประโยชน์เกี่ยวกับเรื่องของการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ให้เหมาะสมกับอัตลักษณ์ ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาองค์ความรู้ทางการตลาดให้กับนักเรียน นักศึกษา ประชาชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ อันเป็นภารกิจสำคัญประการหนึ่งของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
3. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

นิยามศัพท์เฉพาะ

อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน ที่สอดคล้องตามปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสถานศึกษาที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ สถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัด

อัตลักษณ์ หมายถึง ผู้สำเร็จการศึกษาในหลักสูตรหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ในการมุ่งเน้นผลิตบัณฑิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตในสถานประกอบการต่าง ๆ

กิจกรรมเสริมหลักสูตร หมายถึง กิจกรรมที่นักศึกษาปัจจุบันสาขาวิชาการตลาดได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ผู้วิจัยได้กำหนดเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี

แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

สถาบันอุดมศึกษาไทยพร้อมรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ความพึงพอใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

ความหมายของคำว่า อัตลักษณ์

อัตลักษณ์ ตามความหมายของคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ของราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553)

คำว่า อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัต-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัต-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Identity (อ่านว่า ไอ-เด็น-ติ-ตี้) หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้งานนั้นเป็นที่รู้จักหรือ จำได้ เช่น นักร้องกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ทางด้านเสียงที่เด่นมาก ใครได้ยินก็จำได้ทันที. สังคมแต่ละสังคมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง โลกาวัดนี้ทำให้อัตลักษณ์ของสังคมไทยเปลี่ยนไปหากดูจากอีกแหล่งที่มา จะมีความหมายที่คล้าย ๆ กันคือ

อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัต-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัต กับคำว่า ลักษณะ อัต มาจากคำว่า อตต แปลว่า ตน ตัวเอง อัตลักษณ์ จึงแปลว่า ลักษณะของตนเอง ลักษณะของตัวเอง เป็นศัพท์ที่คณะกรรมการบัญญัติศัพท์ของราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติให้ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Character เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลซึ่งรวมสติปัญญา คุณธรรม จริยธรรม ความประพฤติที่แสดงออกเป็นลักษณะนิสัยของบุคคลนั้น แต่ปัจจุบัน มีการนำคำว่าอัตลักษณ์ไปใช้แทนคำว่า ตน ตัว เช่น หนังสือเรื่องนี้ปรากฏอัตลักษณ์ของนักเขียนแจ่มแจ้งทีเดียว ครูควรช่วยนักเรียนให้พัฒนาอัตลักษณ์ของเขาได้อย่างเหมาะสม นั่นเอง

คำว่า “เอกลักษณ์” มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่า ลักษณะที่เหมือนกันหรือมีร่วมกัน เช่น ชุมชนนี้มีเอกลักษณ์อยู่ที่การทอผ้าจาก หมายความว่าคนในชุมชนนี้มีอาชีพทอผ้าจากเหมือน ๆ กันหมด อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี คนไทยส่วนใหญ่ นิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ในความหมายว่าลักษณะอันเป็นเฉพาะ มีหนึ่งเดียวของสิ่งๆ หนึ่ง ดังที่ผมกล่าวไปแล้วข้างต้น เช่น ภาษาไทยเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย

ประเภทของอัตลักษณ์

เออร์วิง ก็อฟมัน (Erving Goffman) นักสังคมวิทยา ได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภทและอธิบายลักษณะความแตกต่างและความเหมือนกันไว้ ดังนี้ อภิญา เพ็ญพสุกุล (2546: 5- 6, 27-28)

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่น ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสังคมจะมีวิธีการระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชนหรือการพิมพ์ลายนิ้วมือระบุอัตลักษณ์บุคคล เป็นต้น ในขณะที่ ลิตเติลจอห์นและฟอสส์ (Littlejohn, S. & Foss, K., 2008) อธิบายว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือลักษณะเฉพาะของบุคคล ที่เกิดขึ้นจากการมองตนเอง และเกิดขึ้นจากเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์ กับคนในครอบครัว ในช่วงเริ่มแรกของชีวิต และจากสังคม

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชน ชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ สังคมจะมีความคาดหวังหรือเรียกร้องว่า ปัจเจกบุคคลในวัย เพศ ชนชั้นนั้นๆ ว่าควรวางตนอย่างไร

จากการแบ่งประเภทข้างต้น ทำให้พบว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมมีความทับซ้อนกัน เนื่องจากอัตลักษณ์นั้นเป็นการเชื่อมต่อระหว่างความเป็นปัจเจก และ ความสัมพันธ์กับสังคม (social aspect) สังคมจะกำหนดบทบาทหน้าที่และระบบ คุณค่าที่ติดตัวมากับความเป็นพ่อ ความเป็นเพื่อน ความเป็นสามี-ภรรยา ความเป็นศิษย์ – อาจารย์ ในมิตินี้ อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (symbolic aspect) ด้วย เพราะการแสดงออกซึ่ง ความสัมพันธ์ต่าง ๆ จะกระทำผ่านระบบสัญลักษณ์ในหลายรูปแบบ ส่วนอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ก็เกี่ยวข้องกัปฏิบัติภายในของความเป็นตัวเรา ทั้งด้านอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด

ส่วนสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) : (สมศ.) ต้นเรื่องของการใช้ 2 คำนี้ในการประเมินรอบ 3 ดังนี้

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) ได้ประกาศเกณฑ์การประเมินคุณภาพภายนอกกรอบสาม (พ.ศ.2554 - 2558) ซึ่งประกอบด้วย ตัวบ่งชี้พื้นฐาน ตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ ตัวบ่งชี้มาตรการส่งเสริม เพื่อให้สถานศึกษามีความเข้าใจความหมายและการเก็บรวบรวมข้อมูลและเตรียมความพร้อมด้านข้อมูลเพื่อรองรับการประเมินคุณภาพภายนอกกรอบสามดังนั้น จึงขอให้ความเข้าใจเพิ่มเติมในเรื่องดังกล่าว ดังนี้

อัตลักษณ์ (Identity) หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นกับ ผู้เรียนตามปรัชญา ปณิธานวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสถานศึกษาที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

สถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัด อัตลักษณ์ เป็นตัวบ่งชี้ที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากการประเมินในสองรอบที่ผ่านมาที่ได้มี การตรวจสอบปรัชญาปณิธาน วิสัยทัศน์ พันธกิจของสถานศึกษา ว่ามีการกำหนดไว้หรือไม่เท่านั้น ซึ่งในทางปฏิบัติทุกสถานศึกษาจะต้องกำหนดไว้ตั้งแต่เมื่อก่อตั้งสถานศึกษา ส่วนการประเมินภายนอกกรอบสามจะประเมินผลว่าตัวผู้เรียนว่ามีคุณลักษณะเป็นไป ตามสาระที่กำหนดไว้ในปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์ พันธกิจหรือไม่ ยกตัวอย่างง่ายๆ ถ้าสถานศึกษากำหนดปรัชญาไว้ว่า "ความรู้คู่คุณธรรม" นักเรียนหรือบัณฑิตที่จบมาต้องมีความรู้ เป็นคนดีมีจิตสาธารณะ หรือสถานศึกษาด้านการอาชีวศึกษากำหนดปรัชญาไว้ว่า "อดทน มุ่งมั่น สู้งาน" แล้วผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษาแล้วมีลักษณะอดทน ตั้งใจ มุ่งมั่น และสู้งาน ก็ถือว่าบรรลุอัตลักษณ์โดยจะนำผลมาพิจารณาตามหลักเกณฑ์การให้คะแนนของแต่ละ ระดับการศึกษาต่อไป ในการเก็บข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์นั้น สถานศึกษาจะต้องกำหนดเกณฑ์ขึ้นมา เพื่อใช้ประเมินผลความเป็นอัตลักษณ์ของสถานศึกษา โดยอาจจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากประชาคมภายในสถานศึกษา หรือทำแบบสำรวจความคิดเห็นจากบุคลากรภายใน ต่อคุณลักษณะของผู้เรียนที่สะท้อนปรัชญา ปณิธานวิสัยทัศน์ พันธกิจที่กำหนดหรือไม่ และให้ระดับคะแนนตามระดับผลกระทบที่ดีต่อชุมชนท้องถิ่น และระดับการยอมรับจากชุมชนหรือหน่วยงานภายนอก ผลที่ได้จากการดำเนินการจะส่งผลดีให้สถานศึกษาได้ทบทวน พิจารณาและดำเนินการต่อไปอย่างมีเป้าหมายชัดเจน สำหรับระดับอุดมศึกษาสถาบันและคณะจะต้องกำหนดอัตลักษณ์เป็นเรื่องเดียวกัน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า “หนึ่งสถานศึกษา หนึ่งอัตลักษณ์”

ส่วน เอกลักษณ์ (Uniqueness) หมายถึง ความสำเร็จตามจุดเน้นและจุดเด่นที่สะท้อนให้เห็นเป็นลักษณะโดดเด่นเป็นหนึ่ง ของสถานศึกษาหรือความสำเร็จของสถาบัน ดังนั้น อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ จึงไม่เหมือนกัน แต่สำหรับระดับอุดมศึกษาเอกลักษณ์กับอัตลักษณ์ของสถาบันกับคณะ จะเหมือนกันหรือต่างกัน หรือส่งผลถึงกันก็ได้ ยกตัวอย่างเอกลักษณ์ของคณะต่าง ๆ ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เช่น วิศวกรรมศาสตร์ ครุศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ อักษรศาสตร์จะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันแต่เอกลักษณ์ในภาพรวมของจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยจะต้องเหมือนกัน

กล่าวได้ว่า ทั้งอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ ถือเป็นตัวช่วยในการประเมินรอบสามนี้ และเปิดโอกาสให้สถานศึกษาได้ชูจุดเด่นหรือจุดต่างของสถานศึกษาให้คนทั่วไป ได้รับทราบ และรู้จักตัวตนของสถานศึกษามากขึ้น (สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา, 2556)

แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี

มาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา แบ่งออกเป็น 2 หมวดวิชา (หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปีสาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555, 2555)

หมวดวิชาศึกษาทั่วไปผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมาย ดังนี้

1. คุณธรรม จริยธรรม

- 1.1 การปฏิบัติตนตามกรอบระเบียบ ข้อบังคับของสถาบันและสังคม
- 1.2 การแสดงออกถึงการมีวินัยในการเรียน ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์สุจริต ขยัน อดทน และสู้งาน
- 1.3 การแสดงออกถึงการเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- 1.4 การแสดงออกถึงการมีจิตอาสา และจิตสำนึกสาธารณะ
- 1.5 รักและภูมิใจในสถาบันท้องถิ่น มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ความรู้

- 2.1 การแสดงออกถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้
- 2.2 การแสดงออกถึงความสามารถในการบูรณาการความรู้ และการประยุกต์ความรู้
- 2.3 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

3. ทักษะทางปัญญา

- 3.1 สามารถใช้ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ คิดวิเคราะห์ คิดเชิงเหตุผล และคิดเชิงบูรณาการ ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อสร้างประโยชน์ต่อตนเองและสังคมได้

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 4.1 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่ม
- 4.2 มีความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของตนเองทั้งต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม
- 4.3 แสดงออกถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุวัฒนธรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.1 การแสดงออกถึงความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร
- 5.2 การแสดงออกถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสาร โดยใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม
- 5.3 การแสดงออกถึงความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข แปรผล และนำเสนอข้อมูลได้อย่างเหมาะสม และใช้เป็นพื้นฐานแก้ปัญหาและการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน
- 5.4 การแสดงออกถึงการมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นข้อมูลเพื่อการแสวงหาความรู้

หมวดวิชาเฉพาะ ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมาย ดังนี้

1. คุณธรรม จริยธรรม

- 1.1 การปฏิบัติตนตามกรอบระเบียบ ข้อบังคับของสถาบันและสังคม
- 1.2 การแสดงออกถึงการมีวินัยในการเรียนตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเองสถาบัน และสังคม
- 1.3 การแสดงออกถึงการเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- 1.4 การแสดงออกถึงการมีจิตอาสา
- 1.5 การแสดงออกถึงการยึดมั่นในคุณธรรมตามกรอบวิชาชีพ

2. ด้านความรู้

- 2.1 การแสดงออกถึงการมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และห้องสมุดเพื่อการแสวงหาความรู้
- 2.2 การแสดงออกถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้
- 2.3 การแสดงออกถึงความสามารถในการบูรณาการความรู้
- 2.4 การแสดงออกถึงความสามารถในการประยุกต์ความรู้
- 2.5 การแสดงออกถึงการมีหลักคิดทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพ
- 2.6 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหา

3. ด้านทักษะทางปัญญา

- 3.1 การแสดงออกถึงการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และคิดวิเคราะห์
- 3.2 การแสดงออกถึงความสามารถในการการคิดเชิงเหตุผล
- 3.3 การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงบูรณาการ
- 3.4 การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 4.1 สามารถปรับตัวในการใช้ชีวิตในสถาบัน
- 4.2 การแสดงออกถึงความสามารถในการเรียนเป็นกลุ่ม
- 4.3 การแสดงออกถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีและเหมาะสม
- 4.4 การแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม
- 4.5 แสดงออกถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุวัฒนธรรม

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.1 แสดงออกถึงความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร
- 5.2 แสดงออกถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารระดับบุคคล โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแลกเปลี่ยนข้อมูล
- 5.3 แสดงออกถึงความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข แปรผลและนำเสนอข้อมูล

5.4 แสดงออกถึงความสามารถในการสื่อสารต่อสาธารณชนโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สถาบันอุดมศึกษาไทยในอดีตมุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตออกไปรับใช้สังคมโดยเน้นความรู้ความสามารถและเป็นผู้ประพฤติดี ลักษณะเด่นของสังคมไทยในอดีตเป็นสังคมที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของระบบราชการบัณฑิตไทยในอดีตส่วนใหญ่จึงมุ่งรับใช้ระบบราชการ โดยการเข้ารับราชการตามกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ จึงเกิดเป็นค่านิยมของคนไทยส่วนใหญ่ที่ต้องการให้บุตรหลานได้รับการศึกษาสูงเพียงพอที่จะเข้าสู่ระบบราชการได้ ค่านิยมนี้ยังปรากฏตกทอดสู่สังคมไทยยุคใหม่ แต่ในปัจจุบันได้ลดความนิยมลงมากแต่ยังกล่าวได้ว่า ลูกหลานไทยส่วนหนึ่งยังมุ่งเน้นการทำงานภายใต้ระบบราชการ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) จนถึงฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) มีสาระสำคัญเกี่ยวกับทรัพยากรคน และการศึกษาดังกล่าวตามลำดับดังต่อไปนี้ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 ไม่ได้ยกเรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นประเด็นหลัก แต่เน้นการพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศมีการกล่าวถึงนโยบายการศึกษาอย่างชัดเจนเป็นครั้งแรกในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 – 2514) มีการกำหนดเป้าหมายด้านบริการการศึกษาไว้ แนวคิดในเรื่องการแบ่งเบาภาระไปให้เอกชน มีการพัฒนาโครงสร้างการบริหารการศึกษาแต่การดำเนินการต่างๆ ไม่บรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ เมื่อรัฐบาลจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 รัฐต้องการลดช่องว่างของการปฏิบัติการตามแผนพัฒนาฯ ซึ่งตรวจพบว่า ประชาชนส่วนน้อยเท่านั้นที่ได้รับผลประโยชน์จากการใช้แผนพัฒนาฯ เกิดความแตกต่างทางเศรษฐกิจและสังคมและเกิดความแตกต่างในกลุ่มชนบทมากยิ่งขึ้น ความยากจนยังเป็นปัญหาหลักของประเทศชาติ รัฐมีปัญหาด้านการเมืองและด้านความมั่นคงภายใน จึงให้ความสำคัญกับนโยบายการศึกษาน้อยลง ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 เน้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและความมั่นคงของรัฐเป็นหลักภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 คือ รัฐยังให้ความสำคัญกับนโยบายด้านการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์น้อยเช่นเดิม สาระสำคัญของแผนพัฒนาฯ เพียงต้องการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม แต่ความพยายามดังกล่าวก็ยังห่างไกลเป้าหมายมาก รัฐพยายามปรับปรุงคุณภาพของประชาชนให้สูงขึ้นและสอดคล้องกับความต้องการกำลังคนในการพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตของประเทศในระยะยาว เสริมสร้างการมีงานทำทั้งในชนบทและเขตเมืองโดยการสนับสนุนให้เกิดอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาการว่างงานและรองรับกำลังแรงงานใหม่ที่จะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง แต่ผลการดำเนินการทางด้านการศึกษามิบรรลุต่ำกว่าแผนที่กำหนดไว้เป็นส่วนใหญ่

เมื่อเข้าสู่ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529) ซึ่งยังคงมีลักษณะเป็นแผนที่เน้นความสมดุลทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากทางการเมืองระหว่างประเทศ ภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน รัฐพยายามแก้ปัญหาความยากจนล้าหลังที่ยังคงเป็นปัญหาพื้นฐานของประเทศรัฐเน้นบทบาทการระดมความร่วมมือและแบ่งเบาภารกิจของรัฐ โดยสรุปทั่วไปของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 ไม่ได้เน้นนโยบายการพัฒนา

การศึกษาเป็นหลัก อย่างเข้าสู่ช่วงแผนพัฒนาฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 – 2534) มีการเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นนโยบายหลัก เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สมดุลในอัตราสูง แก้ไขปัญหาการขาดแคลนกำลังคนในทุกกระดับ โดยเฉพาะกำลังคนที่จะต้องป้อนสู่ระบบอุตสาหกรรมของประเทศ เน้นวิศวกรและช่างเทคนิคสาขาต่างๆ มีการส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาเอกชนเข้ามามีบทบาทในการผลิตกำลังคนในสาขาที่ขาดแคลน มีการสร้างมาตรการความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนเพื่อการฝึกอบรมให้แก่ประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ในระบบโรงเรียน สถาบันอุดมศึกษา โรงงานหรือ สถาบันเฉพาะทางเพื่อการยกระดับฝีมือของผู้ประกอบการในระดับต่างๆ อย่างกว้างขวางและแพร่หลาย

ในช่วงแผนพัฒนา ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 – 2539) ได้ดำเนินการรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาทางสังคมกับการพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความต่อเนื่องอย่างมีเสถียรภาพและมีอัตราที่เหมาะสมในทุกสาขาทางเศรษฐกิจ และมุ่งเน้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจไปสู่สังคมภูมิภาค ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงต้นแผนพัฒนา มีความเจริญรุ่งเรืองมาก แต่ในช่วงปลายแผนพัฒนา ภาวะเศรษฐกิจของโลกเกิดการถดถอยอย่างรุนแรง และส่งผลกระทบต่อประเทศไทย ประเทศสูญเสียดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ จำเป็นต้องก่อหนี้กับสถาบันการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ทุกภาคส่วนของประเทศได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้อย่างทั่วถึงในช่วงแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544) นอกจากภาระการก่อหนี้ทางเศรษฐกิจของชาติแล้ว รัฐได้กนนโยบายด้านการศึกษาขึ้นเป็นส่วนสำคัญของแผนพัฒนาการศึกษาซึ่งมีสาระสำคัญ ได้แก่ การเตรียมความพร้อมของนักเรียนระดับปฐมวัยการเน้นคุณภาพการศึกษาทุกระดับ ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานถึงระดับอุดมศึกษาเน้นการฝึกหัดครูและการพัฒนาฝีมือแรงงานทุกสาขา

สำหรับช่วงแผนพัฒนา ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) ได้นำพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่อง เศรษฐกิจพอเพียง ยึดทางสายกลาง เพื่อให้ประเทศชาติผ่านพ้นภาวะวิกฤตเข้าสู่สภาวะมั่นคง และปรับกระบวนการจัดทำแผนพัฒนา เป็นการพัฒนาแผนจากระดับล่างขึ้นสู่ระดับบน ทำให้หน่วยงานทุกระดับทำการวิเคราะห์ตนเองและนำหลักวิชามาเป็นแนวทางในการจัดทำแผนดำเนินการมากขึ้นแผนพัฒนา ฉบับที่ 9 ได้กำหนดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของสังคมไทยให้เป็น “สังคมเข้มแข็งและมีคุณภาพ” โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ลักษณะ คือ

1. **สังคมคุณภาพ** ที่ยึดหลักความสมดุล ความพอดี สามารถสร้างคนทุกคนให้เป็นคนดี คนเก่งพร้อมด้วยคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย มีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกสาธารณะพึ่งตนเองได้ คนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุข อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีเมืองและชุมชนน่าอยู่ มีระบบดี มีประสิทธิภาพระบบเศรษฐกิจมีเสถียรภาพมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสมดุลกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมระบบการเมืองการปกครองโปร่งใส เป็นประชาธิปไตย ตรวจสอบได้และมีความเป็นธรรมในสังคมไทย

2. **สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้** เปิดโอกาสให้คนไทยทุกคนสามารถคิดเป็นทำเป็น มีเหตุผลมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต รู้เท่าทันโลกเพื่อ

พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง สามารถส่งสมทบทางปัญญา รักษาและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

3. สังคมสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกันที่ดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมและคุณค่าของเอกลักษณ์สังคมไทยที่พึ่งพาเกื้อกูลกัน รู้รัก สามัคคี มีจารีตประเพณีดีงาม มีความเอื้ออาทร รักภูมิใจในชาติและท้องถิ่นมีสถาบันครอบครัวที่เข้มแข็งตลอดจนเครือข่ายชุมชนทั่วประเทศ สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยมีการปรับตัวในแผนการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของฝ่ายเศรษฐกิจและสังคม สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้นำปรัชญาและวิสัยทัศน์ของสถาบันการศึกษามาเป็นเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต นอกเหนือจากปรัชญา ของสถาบัน วิสัยทัศน์ของสถาบันมีส่วนโดยตรงในการกำหนดคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ ของแต่ละสถาบันอุดมศึกษา การจัดทำแผนพัฒนา การศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) ได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นตัวประกอบในการจัดทำแผนของประเทศในทุก ๆ ด้าน ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ได้พัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษาขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม มีโครงการกู้เงินจากธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย เพื่อการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกู้เงินจากธนาคารโลกเพื่อพัฒนาการจัดการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ ทำให้สถาบัน การอุดมศึกษาได้พัฒนาทั้งเทคโนโลยี คุณภาพการจัดการเรียนการสอนและการวิจัย ที่สำคัญที่สุด คือการกระทำการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต ซึ่งก็คือเป้าหมายหลักของการพัฒนาคุณภาพทรัพยากรมนุษย์นั่นเองมีปัจจัยหลายประการที่มีความสำคัญต่อการดำเนินการของระบบสถาบันอุดมศึกษาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ซึ่งผลจะสรุปไว้เป็นประเด็นหลักที่สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วน ได้แก่

- **กระแสโลกาภิวัตน์** ซึ่งมีผลต่อสังคมโลก และธุรกิจบริการต่าง ๆ
 - การเปิดเสรีทางการศึกษา
 - การนำเทคโนโลยีโทรคมนาคม การสื่อสารมาใช้ในกิจกรรมการศึกษา
 - ความรู้และการจัดการความรู้อันเป็นทรัพยากรของชาติ
- **ประชากร**
 - ยังมีแนวโน้มสูงขึ้นอยู่เรื่อยๆ ประชากรวัยเรียนจึงมีสูงมากซึ่งอาจมีผลต่อการ ควบคุมคุณภาพการศึกษา
- **ภาวะทางเศรษฐกิจ**
 - แนวโน้มรายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) สูงขึ้น แต่ ขณะเดียวกันยอดหนี้สาธารณะต่างประเทศก็ยิ่งเพิ่มสูง
- **ความต้องการศึกษา ระดับอุดมศึกษา** ที่มุ่งให้ได้ปริญญาและการมุ่งแสวงหาความรู้ (เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตลอดชีพ) โดยคาดคะเนว่าจะมีผู้ต้องการเข้าศึกษาใน ระดับอุดมศึกษาสูงถึง 0.8 ล้านคน/ปีการศึกษา 2549 (สถาบันอุดมศึกษาการ จัดทำ แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549))

จุดอ่อนของสถาบันอุดมศึกษาในสถานการณ์ปัจจุบัน คือ อุดมศึกษาไทยทั้งระบบ ประสบกับภาวะวิกฤตด้านคุณภาพและประสิทธิภาพ สถาบันอุดมศึกษาไม่สามารถทำหน้าที่

กลไกระดับสมองของประเทศไทย ไม่สามารถสร้างคนในสังคมให้มีปัญญาระดับลึก เน้นการท่องจำในการถ่ายทอด บัณฑิตแม้จะมีจำนวนมากขึ้นแต่นักคิดมีจำนวนน้อยลง การสอนแบบถ่ายทอดมีสูงกว่าการสอนแบบเน้นการวิจัย โดยเฉพาะทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมยังมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งจุดอ่อนเหล่านี้เป็นประเด็นคุณภาพของหลักสูตร กระบวนการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของบัณฑิต

แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ปรัชญาและความสำคัญของหลักสูตร

เรียนรู้สู่การเป็นนักบริหารมุ่งมั่นพัฒนาบัณฑิตให้เป็นนักการตลาดมืออาชีพที่มีจรรยาบรรณสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม สร้างความเป็นนักการตลาดมืออาชีพที่มีความคิดสร้างสรรค์ และรู้จักบูรณาการความร่วมมือ เพื่อพัฒนาตนเอง องค์กร และท้องถิ่น (หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปีสาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555, 2555: 5-6)

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต 4 ปี สาขาวิชาการตลาด มีวัตถุประสงค์ในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณสมบัติที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. ผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจให้มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางในระดับวิชาชีพ โดยสามารถนำไปปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนประกอบอาชีพส่วนตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. เพื่อเสริมสร้างแนวคิดให้บัณฑิต เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาความรู้ และมีความพร้อมในการประกอบอาชีพหรือการศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจและสามารถปฏิบัติงานตามสาขาที่ได้ศึกษาโดยตรง
3. เพื่อปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริตความขยันหมั่นเพียร ความสำนึกในจรรยาบรรณทางวิชาชีพความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม ตลอดจนธำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย (หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปีสาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555, 2555: 5-6)

แผนพัฒนาปรับปรุง

ตารางที่ 1 แผนการพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1. ปรับปรุงหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไปให้มีมาตรฐานไม่ต่ำกว่าที่สกอ. กำหนด	1. พัฒนาหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยศึกษาจากกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา	1. เอกสารหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ตารางที่ 1 แผนการพัฒนาปรับปรุง (ต่อ)

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
2. ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตให้มีมาตรฐาน TQF ในสาขาวิชาการตลาดให้มีมาตรฐานไม่ต่ำกว่าที่สกอ.กำหนดภายใน 1 ปี	1. ติดตามประเมินหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ (ปีการศึกษา/ครั้ง)	1. เอกสารปรับปรุงหลักสูตร 2. รายงานผลการประเมินหลักสูตร
3. ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ	1. ติดตามความเปลี่ยนแปลงในความต้องการของผู้ประกอบการ	1. รายงานผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตของผู้ประกอบการ 2. ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจในด้านทักษะความรู้ความสามารถของบัณฑิตในการทำงานโดยเฉลี่ยในระดับดี
4. พัฒนาศักยภาพของผู้สอน ให้สามารถจัดการเรียนการสอนวิชาศึกษาทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. สนับสนุนส่งเสริมให้อาจารย์จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	1. การจัดทำรายละเอียดขอรายวิชา (มคอ.3) 2. รายงานความพึงพอใจของผู้เรียน 3. การรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5)
5. พัฒนาบุคลากรด้านการเรียนการสอน และบริการวิชาการให้มีประสบการณ์จากการนำความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจไปปฏิบัติงานจริง	1. สนับสนุนบุคลากรด้านการเรียนการสอนให้ทำงานบริการวิชาการแก่องค์กรภายนอก 2. อาจารย์ทุกคนต้องอบรมเพื่อพัฒนาตนเองด้านหลักการบริหารธุรกิจ	1. ปริมาณงานบริการวิชาการต่ออาจารย์ในหลักสูตร 2. เอกสาร/รายงานผลการไปฝึกอบรม

โครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปีสาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555, 2555: 9)

กำหนดให้นักศึกษาทุกสาขาวิชาต้องเรียนจำนวน 129 หน่วยกิต

☒ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	หน่วยกิต
☒ หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	93	หน่วยกิต
☒ กลุ่มวิชาแกน		39	หน่วยกิต
☒ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	ไม่น้อยกว่า	45	หน่วยกิต
☒ วิชาเอกบังคับ		30	หน่วยกิต
☒ วิชาเอกเลือก	ไม่น้อยกว่า	15	หน่วยกิต
☒ กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ		9	หน่วยกิต
☒ หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

สถาบันอุดมศึกษาไทยพร้อมรับ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำหรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(ASEAN Economic Community: AEC) ในปี 2558 หลายภาคส่วนมีการปรับตัวเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ที่อาจจะเกิดขึ้นหลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้วทั้งนี้รวมถึงในส่วนของภาคการศึกษาด้วยซึ่งอาจจะต้องมีการปรับตัวเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับนิสิตนักศึกษา ทั้งยังให้มีโอกาสเพิ่มในการที่จะรับนักศึกษาที่จะหลั่งไหลเข้ามาด้วย

รศ.ดร.วันชัย ศิริชนะ อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (มฟล.) กล่าวว่า บางมหาวิทยาลัยอาจจะต้องมีการปรับปรุงหลักสูตรบ้างเพื่อให้ผู้เรียนสามารถที่จะสื่อสารและทำงานกับเพื่อนบ้านที่อยู่ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ ในส่วนของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงเตรียมตัวอะไรเป็นพิเศษเพื่อที่จะก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต้องตอบว่าไม่ได้เตรียมอะไรเป็นพิเศษ เพราะว่าเราเปิดการเรียนการสอนทุกหลักสูตรเป็นภาษาอังกฤษมาตั้งแต่แรกแล้วแต่ยกเว้นพวกที่เรียนเฉพาะทางคือสำนักวิทยาศาสตร์กับสำนักวิชานิติศาสตร์ การที่มีการตื่นตัวเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากขึ้นทำให้มีเด็กมาเรียนที่เรามากขึ้นเนื่องจากเรามีความพร้อมมากเช่นเรื่องภาษาเรื่องวัฒนธรรมเรื่องความรู้เกี่ยวกับอาเซียน เราเปิดสอนมานานแล้วเป็น 10 ปี เช่นภาษาจีนนี่เราสอนมา 10 กว่าปีแล้วเราสอนเป็นภาษาจีนกลางอย่างเดียวเพราะอะไรรู้ไหม เพราะว่าที่ประเทศจีนภาษาจีนกลางถือว่าเป็นภาษาสากลดังนั้นจึงเหมือนกับเราเตรียมพร้อมรองรับอาเซียนมาเป็น 10 ปีเลย อันที่จริงคิดว่าเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังไม่ต้องเป็นห่วงหรอก ประชาคมอาเซียนมี 10 ประเทศ คือ ไทย สิงคโปร์ ลาว อินโดนีเซีย กัมพูชา บรูไน เวียดนาม พม่า ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ที่น่าจะต้องเตรียมตัวก็คือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนบวกสามก็คือ 10 ประเทศ ที่ว่ามารวมกับประเทศจีนเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ตรงนั้นเราต้องเตรียมตัวเรื่องของการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น

รองศาสตราจารย์ร.ต.อ.หญิง ดร.ยุพิน อังสุโรจน์ คณบดีคณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวถึงการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเกิดขึ้นในปี 2558 ว่า ในส่วนของนิสิตผู้เรียนในคณะพยาบาลนั้นไม่ต้องเป็นห่วงเนื่องจากอาชีพพยาบาลเป็นวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของคนเราเปิดสอนระดับปริญญาโทและปริญญาเอกเท่านั้นเพราะเราต้องการยกระดับวิชาชีพพยาบาลให้สูงขึ้นซึ่งหลักสูตรปริญญาโทที่เปิดสอนคือพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพยาบาลสาขาวิชาพยาบาลศาสตร์ และสาขาวิชาการพยาบาลสุขภาพจิตและจิตเวช เรียกว่าครอบคลุมในทุกด้านของพยาบาล หลักสูตรปริญญาโทนี้ไม่ใช่หลักสูตรนานาชาติหรือหลักสูตรอินเตอร์ฯ ยังเป็นหลักสูตรภาษาไทยอยู่ แต่การเรียนการสอนนั้นมีการปรับเราปรับเพื่อให้บัณฑิตต่างชาติเข้ามาเรียนกับเราด้วย เรามีนิสิตพยาบาลจากประเทศเพื่อนบ้านมาเรียนร่วมกับนักศึกษาไทยเราประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งนิสิตจะเรียนร่วมกันทั้งหมดโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักเรื่องภาษานี้ไม่ต้องห่วงเมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพราะศัพท์เฉพาะทางของวิชาชีพพยาบาลจะเป็นมาตรฐานสากลส่วนหลักสูตรปริญญาเอกเป็นหลักสูตรนานาชาติซึ่งมีการจัดการเรียนการสอนเป็นแบบนานาชาติทั้งหมดส่วนเนื้อหาการเรียนการสอน ศาสตร์ในการพยาบาลจะต้อง

เป็นมาตรฐาน หากการเรียนการสอนไม่ได้มาตรฐานแล้วจะไม่ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ คณะพยาบาลศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศพอสมควร นิสิตระดับปริญญาเอกมีการเดินทางไปศึกษาหาความรู้เพื่อนำมาพัฒนางานวิจัยกับสถาบันชั้นนำในต่างประเทศ เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้วคิดว่านิสิตจากต่างประเทศไม่ได้แย่งงานของนิสิตไทยเราหรอกแต่คิดว่าเป็นการพัฒนาวิชาชีพพยาบาลพัฒนาวิชาความรู้ให้พยาบาลของเราอยู่ในระดับชั้นนำสามารถเป็นที่พึ่งของสังคมได้สำหรับนิสิตที่จบปริญญาโทปริญญาเอกถ้าเป็นนิสิตไทยของเรา เราพัฒนาให้เป็นนักวิจัย เป็นผู้นำทางการพยาบาลสามารถปฏิบัติการทางวิชาชีพขั้นสูงได้ส่วนนิสิตต่างชาติเมื่อเขาจบแล้วเขาสามารถสร้างคุณประโยชน์ให้กับคนได้มากมาย

อ.สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและศูนย์นวัตกรรมลอจิสติกส์(CiL) สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์(PIM) กล่าวว่า ในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เราไม่สามารถปฏิเสธการแข่งขันที่จะรุนแรงขึ้นโดยเฉพาะโอกาสในการทำงาน ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในด้านการศึกษาก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะธุรกิจต่างๆมีโอกาเลือกพนักงานมากขึ้น องค์กรต่างๆ ต้องการผู้ที่มีความสามารถหรือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และที่สำคัญคือต้องสามารถปฏิบัติงานได้ ดังนั้นจึงอาจเป็นปัญหาสำหรับนักศึกษาจบใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์การทำงานดังนั้นรูปแบบการเรียนการสอนในรูปแบบของการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติงาน(Work-Based Learning) คือการเรียนรู้เชิงทฤษฎีควบคู่ไปกับการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง เพราะจะช่วยให้นักศึกษาเข้าใจและเชื่อมโยงจากภาคทฤษฎีสู่การปฏิบัติได้ซึ่งจะช่วยให้ศึกษามีประสบการณ์ทำงาน และสามารถทำงานได้อย่างรู้ลึกรู้จริง นั่นก็จะทำให้นักศึกษาที่ผ่านการเรียนรูปแบบ Work-Based Learning มีโอกาสในการทำงานมากขึ้นนั่นเอง ส่วนตัวครูผู้สอนนั้นอาจต้องปรับเปลี่ยนทั้งเนื้อหาที่สอน และเพราะการก้าวเข้าสู่ AEC ทำให้มุมมองในทุกด้านเปลี่ยนแปลงไป แต่เดิมหากเราสอนด้านลอจิสติกส์ ก็อาจพิจารณาเส้นทางการขนส่งเพียงแค่นี้ในประเทศแต่หากเปิด AEC อาจต้องพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานที่ทางภาครัฐลงทุนใหม่ รวมทั้งเส้นทางหรือตำแหน่งที่ตั้งคลังสินค้านั้นต้องเชื่อมโยงกับประเทศสมาชิกอาเซียนดังนั้นครูผู้สอนเองก็ต้องศึกษาข้อมูลต่างๆเพื่อปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการเรียนการสอนให้สอดคล้องความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นซึ่งสุดท้ายประโยชน์ก็จะตกไปสู่ลูกศิษย์นั่นเอง (บทความและบทวิเคราะห์ AEC. 2556. <http://www.thai-aec.com/709>)

ความพึงพอใจ

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลประโยชน์ : คุณค่า (Value) ความพอใจ (Satisfaction) และคุณภาพ (Quality)

ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ในการสนองความจำเป็นหรือความต้องการหรือความอยากของตนเองPhilip Kotler (1999) (อ้างใน นภวรรณ คณานุกรณ์ และกัญช์ อินทรโกเศศ) ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ว่า “ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่สามารถนำเสนอเข้าสู่

ตลาดเพื่อสนองความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภค” จากความหมายดังกล่าวจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์รวมถึงสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งหมายถึง การบริการ บุคคล องค์กร สถานที่ แนวคิดและวิธีการต่าง ๆ นักการตลาด หรือนักโฆษณา ส่วนใหญ่จะนำเสนอคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ไปเสนอเป็นภาพ คำบรรยาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบและนำไปสู่การตัดสินใจในที่สุด

ในชีวิตประจำวันผู้บริโภคมีสินค้าให้เลือกมากมายและสิ่งที่นักการตลาดจำเป็นต้องทราบ คือผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์อย่างไร รับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ด้านใดบ้างเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อ

คุณค่า (Customer Value) คือ ความแตกต่างระหว่างคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับหลังจากการใช้การได้ครอบครองเป็นเจ้าของ และราคาผลิตภัณฑ์ Philip Kotler (1999) (อ้างใน นววรรณคณานุกรักษ์ และกัญช์ อินทรโกเศศ)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2552 : 455) ได้ให้ความหมายว่า พอใจ หมายถึงสนใจ ชอบใจ เหมาะ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

กิตติมา ปรีดีติลล (2529 : 53) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้สึกชอบ หรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ เมื่อได้รับการตอบสนอง

ธงชัย สันติวงษ์ (2533 : 27) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจว่า ถ้าบุคคลหนึ่งได้มองเห็นช่องทางหรือโอกาสจะสนองแรงจูงใจที่ตนมีอยู่แล้ว จะทำให้ความพึงพอใจของเขาดีขึ้นหรืออยู่ในระดับสูง

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2540 : 12) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความ พึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคน ๆ หนึ่ง สิ่งที่เขาคาดหวังไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

สมศักดิ์ คงเทียน และอัญชลี โพธิ์ทอง. (2542 : 154) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. เป็นผลรวมความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับระดับความชอบหรือไม่ชอบต่อสภาพต่าง ๆ
2. เป็นผลของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่าง ๆ
3. เป็นผลมาจากการปฏิบัติงานที่ดี สำเร็จจนเกิดความภาคภูมิใจและได้ผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ ตามที่หวังไว้

ฟ้ามุ่ย สุกันศล. (2548 : 25) กล่าวว่า ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะทำให้ความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้นจากความหมายดังกล่าวของนักวิชาการ พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ จะทำให้บุคคลเกิดความสบายใจหรือสนองความต้องการทำให้เกิดความสุขเป็นผลดีต่อการปฏิบัติงาน และการเรียนการสอน

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2553) สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึกที่ดี หรือความประทับใจที่มีต่อการกระทำของบุคคล หรือการทำงานนั้น ๆ

จากความหมายดังกล่าวพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความประทับใจ หรือการมีเจตคติที่ดีต่อการกระทำของบุคคล หรือการทำงานนั้น ๆ

ทฤษฎีการสร้าง ความพึงพอใจ

ทฤษฎีการสร้าง ความพึงพอใจมีหลายทฤษฎี ทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับในวงกว้าง คือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ที่กล่าวไว้ว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการเหมือนกัน แต่ความต้องการนั้นเป็นลำดับขั้น เขาได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ไว้ดังนี้ (Maslow's, 2006)

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด ขณะที่ความต้องการสิ่งใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเกิดขึ้นอีกไม่มีวันจบสิ้น

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจสำหรับพฤติกรรมอื่นต่อไป ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม

3. ความต้องการของมนุษย์จะเรียงตามลำดับความสำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนอง ตามลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ที่มี 5 ขั้น ดังนี้

1) ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการในเรื่องของอาหาร น้ำ อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรคที่อยู่อาศัย และความต้องการทางเพศ ความต้องการทางร่างกายจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็เมื่อความต้องการทั้งหมดของคนยังไม่ได้มีการตอบสนอง

2) ความต้องการด้านความปลอดภัยหรือความมั่นคง (Security or Safety Needs) เมื่อความต้องการเบื้องต้นได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นสูงต่อไป คือ ความรู้สึกที่ต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคงทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงความก้าวหน้าและความอบอุ่นใจ

3) ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองในสองขั้นที่กล่าวมาแล้วก็จะมีความต้องการสูงขึ้น คือ ความต้องการทางด้านสังคม ต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมและได้รับการยอมรับในสังคม ความต้องการมิตรและการได้รับความรักจากเพื่อนหรือคนรอบข้าง

4) ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับการยกย่องจากคนอื่น ให้เกียรติ และเห็นความสำคัญ อยากเป็นที่รู้จักในสังคม ต้องการความสำเร็จ การมีความรู้มีความสามารถ รวมถึงการมีอิสระและมีเสรีภาพ

5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization) เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของมนุษย์ เป็นความต้องการอยากจะเป็น อยากจะได้ตามความคิดของตน หรือต้องการจะเป็นมากกว่าที่ตนเองเป็นอยู่ในปัจจุบัน

จากทฤษฎีของมาสโลว์ สรุปได้ว่า มนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้นตอน จากความต้องการพื้นฐานพัฒนาเป็นความต้องการที่สูงขึ้นเมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับการตอบสนอง

นอกจากนี้อุทัยพรรณ สุดใจ (2550, หน้า 7) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการหรือทัศนคติ ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภดล สุตันตวิณชัยกุล (2554) วิจัยเรื่อง การศึกษาความพร้อมด้านเทคโนโลยีของสถานศึกษาอาชีวศึกษาไทยเพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ผลการศึกษาพบว่า การเตรียมความพร้อมของสถานศึกษาอาชีวศึกษาไทยด้านการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนจาก 3 ระดับ คือ มาก น้อย ไม่พร้อมหรือไม่เปิดสอนนั้น ส่วนใหญ่ในด้านหลักสูตรต่างๆ จะอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จะอยู่ในระดับมาก หรือในส่วนของความพร้อมในด้าน การกำหนดนโยบายและแผนกลยุทธ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาไทย ในการเตรียมความพร้อมการผลิตช่างฝีมือส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อยเช่นกัน ทั้งนี้เพราะสถานศึกษาอาชีวศึกษาของไทยมีนโยบายที่เน้นไปในการผลิตช่างฝีมือหรือแรงงานฝีมือ (Skilled Labour) ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 เป็นต้นมา จึงทำให้ไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่เน้นแรงงานระดับชำนาญการ (Specialist) ซึ่งผลิตโดยสถาบันอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัยเท่านั้นด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอว่า ควรเพิ่มคุณภาพของแรงงานฝีมือด้วยการสนับสนุนอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และห้องปฏิบัติการให้ได้มาตรฐานยิ่งขึ้นในทุกสถานศึกษาอาชีวศึกษา ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพครู-อาจารย์ในการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ ด้านการใช้ ICT ด้านการค้นคว้าหาความรู้จาก Internet และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์กับบุคลากรทางการศึกษาในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้มากยิ่งขึ้น ส่วนการวิจัยเรื่องต่อไปควรให้มีการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับความพร้อมของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่เป็นผู้ผลิตแรงงานชำนาญการ (Specialist) ตามที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต้องการให้ทันในปี พ.ศ.2558 Title

ภาศิริ เขตปิยรัตน์ และคณะ (2554) วิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ (4ปี) ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ปีการศึกษา 2553 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ (4ปี) ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ปีการศึกษา 2553 และนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 4 ในสาขาวิชาต่าง ๆ ประกอบด้วย สาขาการตลาด สาขาคอมพิวเตอร์ ธุรกิจสาขาธุรกิจบริการ และสาขาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งสิ้น 215 คน และได้ทำการศึกษาตั้งแต่ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 และภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ หลักสูตรบริหารธุรกิจ (สาขาวิชาการตลาด) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.00 – 2.50 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรายวิชาต่าง ๆ ของหลักสูตร พบว่า ในภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยวิชาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สำหรับรายวิชาที่นักศึกษาที่มีความพึงพอใจว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพมากที่สุด คือ วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพการบริหารธุรกิจ 3 จากการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรสาขาวิชาในด้านต่าง ๆ ของสาขาวิชาการตลาด มีความพึงพอใจระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการหลักสูตรสาขาวิชา ด้านความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม ด้านทรัพยากรที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน และด้านสนับสนุนในกิจกรรมและการให้คำปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ (สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.00 – 2.50 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรายวิชาต่าง ๆ ของหลักสูตร พบว่า ในภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยวิชาคอมพิวเตอร์ กราฟิกและมัลติมีเดียสำหรับธุรกิจมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สำหรับรายวิชาที่นักศึกษามีความพึงพอใจว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพมากที่สุด คือ วิชาคอมพิวเตอร์กราฟิกและมัลติมีเดียสำหรับธุรกิจ จากการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรสาขาวิชาในด้านต่าง ๆ ของสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มีความพึงพอใจระดับมากประกอบด้วย ด้านการสนับสนุนในกิจกรรมและการให้คำปรึกษา ด้านความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม ด้านทรัพยากรที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน และ ด้านการบริหารจัดการหลักสูตรสาขาวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจ (สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.00 – 2.50 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรายวิชาต่าง ๆ ของหลักสูตร พบว่า ในภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากโดยวิชาวิชาการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สำหรับรายวิชาที่นักศึกษามีความพึงพอใจว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพมากที่สุด คือ วิชาการบริหารสวัสดิการและค่าตอบแทน วิชาองค์การและการจัดการ จากการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรสาขาวิชาในด้านต่าง ๆ ของสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีความพึงพอใจระดับมาก ประกอบด้วย ด้านความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม ด้านทรัพยากรที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน ด้านการบริหารจัดการหลักสูตรสาขาวิชา และ การสนับสนุนในกิจกรรมและการให้คำปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ (สาขาวิชาธุรกิจบริการ) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีเกรดเฉลี่ยสมมน้อยกว่า 2.00 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรายวิชาต่าง ๆ ของหลักสูตร พบว่า ในภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยวิชาวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพการบริหารธุรกิจ 3 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สำหรับรายวิชาที่นักศึกษามีความพึงพอใจว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพมากที่สุด คือ วิชาศิลปะการต้อนรับและการสื่อสารในงานบริการ จากการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรสาขาวิชา

ในด้านต่าง ๆ ของสาขาวิชาธุรกิจบริการ มีความพึงพอใจระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการสนับสนุนในกิจกรรมและการให้คำปรึกษา ด้านความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม เป็น ด้านการบริหารจัดการหลักสูตรสาขาวิชา และด้านทรัพยากรที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน

วิเชียร อารังโสติสกุล และคณะ (2554) วิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาหลักสูตรรายวิชาการแก้ปัญหาความขัดแย้งตามแนวคิดกรอบอัตลักษณ์เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณในการแก้ปัญหาความขัดแย้งในสังคมของนักศึกษาปริญญาบัณฑิตการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาหลักสูตรรายวิชาการแก้ปัญหาความขัดแย้งตามแนวคิดกรอบอัตลักษณ์เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณในการแก้ปัญหาความขัดแย้งในสังคมของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต และ 2) ประเมินคุณภาพของหลักสูตรรายวิชาการแก้ปัญหาความขัดแย้งตามแนวคิดกรอบอัตลักษณ์ที่พัฒนาขึ้น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา การดำเนินการพัฒนาพัฒนาหลักสูตรรายวิชาประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อการสร้างหลักสูตรรายวิชาการแก้ปัญหาความขัดแย้งตามแนวคิดกรอบ อัตลักษณ์ ขั้นตอนที่ 2 การสร้างหลักสูตรรายวิชาและเอกสารประกอบหลักสูตรรายวิชา ขั้นตอนที่ 3 การประเมินคุณภาพหลักสูตรรายวิชา แบ่งเป็นการประเมินคุณภาพหลักสูตรรายวิชาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และการประเมินคุณภาพหลักสูตรรายวิชาโดยการนำไปทดลองใช้กับนิสิตระดับปริญญาบัณฑิต ขั้นปีที่ 3 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 20 คน เป็นระยะเวลาในการทดลอง 16 สัปดาห์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบวัดความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณในการแก้ปัญหาความขัดแย้งในสังคมผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. เนื้อหาของหลักสูตรรายวิชาแบ่งออกเป็น 6 หน่วยการเรียนรู้ คือ หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ความขัดแย้ง เวลา 4 ชั่วโมง หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ความรุนแรง เวลา 3 ชั่วโมง หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 อัตลักษณ์ เวลา 4 ชั่วโมง หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 วาทกรรม เวลา 2 ชั่วโมง หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 การแก้ปัญหาความขัดแย้งตามแนวคิดกรอบอัตลักษณ์ เวลา 3 ชั่วโมง และหน่วยการเรียนรู้ที่ 6 การฝึกปฏิบัติตามกระบวนการแก้ปัญหาความขัดแย้งตามแนวคิดกรอบอัตลักษณ์ เวลา 32 ชั่วโมง กระบวนการแก้ปัญหาความขัดแย้งตามแนวคิดกรอบอัตลักษณ์ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุปัญหาความขัดแย้งในสังคมกรณี ความรุนแรงของกลุ่มคนเสื้อเหลืองและเสื้อแดง การวิเคราะห์ตนเองตามกรอบอัตลักษณ์ของกลุ่มตนเอง การแสดงจุดยืนของตนเกี่ยวกับประเด็นความขัดแย้ง การค้นหาสาเหตุและที่มาของความขัดแย้งและแสดงเหตุผลของกลุ่มคนเสื้อเหลืองและเสื้อแดง การเปลี่ยนกรอบวิเคราะห์ตามกรอบอัตลักษณ์ของกลุ่มอื่น และการสรุปจุดยืนของตน

2. การประเมินคุณภาพหลักสูตรรายวิชาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า คุณภาพหลักสูตรรายวิชาการแก้ปัญหาความขัดแย้งตามแนวคิดกรอบอัตลักษณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับดี และการประเมินคุณภาพหลักสูตรรายวิชาโดยการนำไปทดลองใช้ พบว่า และการประเมินคุณภาพหลักสูตรรายวิชาโดยการนำไปทดลองใช้ พบว่า นิสิตกลุ่มทดลองที่ใช้หลักสูตร

รายวิชามีคะแนนความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณในการแก้ปัญหาความขัดแย้งในสังคมสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดคือ สูงกว่าร้อยละ 60

สายสวาท เผ่าพงษ์ และคณะ (2555) วิจัยเรื่อง อัตลักษณ์บัณฑิต วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมาวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมาได้มุ่งเน้นพัฒนาบัณฑิตให้มีอัตลักษณ์เป็นที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บัณฑิตการวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นของบุคคลภายในและภายนอกวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมาต่ออัตลักษณ์บัณฑิตของวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยบุคคลภายในและภายในวิทยาลัยพยาบาลฯ จำนวน 863 คน ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือ ประกอบด้วย 2 ส่วนคือแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลและแบบสอบถามความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์บัณฑิต จำนวน 25 ข้อ ได้มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และตรวจสอบความเที่ยง(reliability)ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบราก เท่ากับ 0.80 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่ออัตลักษณ์บัณฑิตของวิทยาลัยพยาบาลฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.47$, $SD = 0.63$) เมื่อพิจารณาข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านปฏิบัติงานดี กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดกับอัตลักษณ์บัณฑิตในการให้ข้อมูลแก่ผู้รับบริการอย่างถูกต้องเหมาะสม ($M = 4.51$, $SD = 0.59$) ด้านความมีวินัย กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากกว่าบัณฑิตมีความซื่อสัตย์ ($M = 4.58$, $SD = 0.57$) ด้านเข้าใจความเป็นมนุษย์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดที่บัณฑิตมีอัตลักษณ์เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้รับบริการ ($M = 4.59$, $SD = 0.58$) ด้านการเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดกับ อัตลักษณ์บัณฑิตในการให้ความรู้คำแนะนำเพื่อช่วยให้ผู้ป่วยและญาติดูแลตนเองได้ ($M = 4.54$, $SD = 0.56$) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์บัณฑิตดังกล่าวควรได้รับการพัฒนาให้เป็นคุณลักษณะเด่นของบัณฑิต เพื่อที่บัณฑิตจะได้เป็นที่พึงประสงค์ของผู้บังคับบัญชาและผู้ใช้บริการสุขภาพ รวมถึงนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการควบคุมคุณภาพการผลิตบัณฑิตพยาบาลให้ได้คุณภาพมากยิ่งขึ้น

งานประกันคุณภาพการศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม (2555) สํารวจเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตระดับปริญญาตรีที่สำเร็จการศึกษาปีการศึกษา 2553 โดยศึกษาระดับความพึงพอใจจากผลการสํารวจพบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีระดับความพึงพอใจของนายจ้าง/ผู้ประกอบการ/ผู้ใช้บัณฑิต ร้อยละ 87.60 ค่าคะแนน 4.38 จากคะแนนระดับ 5 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ ความพึงพอใจระดับมาก และในส่วนของความพึงพอใจภาพรวมที่สะท้อนคุณลักษณะเด่นตามอัตลักษณ์ “ทักษะดี มีน้ำใจนักกีฬา พัฒนาสังคม” ของสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคามได้ความพึงพอใจร้อยละ 87.92 ค่าคะแนน 4.40 จากคะแนนระดับ 5 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ ความพึงพอใจระดับมาก

จุฑาทิพย์ สุทธิเทพ (2554) วิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจในอัตลักษณ์นักศึกษาโปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความพึงพอใจในอัตลักษณ์ของนักศึกษา

โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปีการศึกษา 2553 เพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและส่งเสริมภาพลักษณ์ ให้กับนักศึกษา โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาแบบสอบถามสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า t-test ผลการวิจัยพบว่า 1). กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.75 เพศชายจำนวน 89 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.25 โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.25 ส่วนโปรแกรมวิชาอื่น ๆ จำนวน 115 คนคิดเป็นร้อยละ 28.75 2). ความพึงพอใจในอัตลักษณ์ของนักศึกษาโปรแกรมวิชา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อการสร้าง อัตลักษณ์ที่โดดเด่นเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับนักศึกษาโปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความพึงพอใจในอัตลักษณ์ของนักศึกษา ด้านวิชาการ ด้านการแต่งกายด้านคุณธรรม และด้านการบริการอยู่ในระดับมาก 3). การทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบความพึงพอใจในอัตลักษณ์ของนักศึกษาโปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาที่มีเพศและโปรแกรมวิชามีระดับความพึงพอใจในอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน

สำนักบริการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของเกาหลีใต้ (2553 : http://www.Koreafight.co.cc/2011/01/blog-post_24.html) ผลการสำรวจความพึงพอใจนายจ้างต่อแรงงานไทย ได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของสถานประกอบการที่จ้างแรงงานต่างชาติ ประเภทไร้ฝีมือ (วิชา E 13 9) ระหว่างวันที่ 25 พ.ย.- 9 ธ.ค. 2553 โดยมีสถานประกอบการตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 1,976 แห่ง ผลสำรวจความพึงพอใจของสถานประกอบการต่อแรงงานต่างชาติปรากฏดังนี้ อันดับที่ 1 ประเทศเวียดนาม คะแนนความพึงพอใจ ร้อยละ 23.60 อันดับที่ 2 ประเทศฟิลิปปินส์ คะแนนความพึงพอใจ ร้อยละ 12.10 อันดับที่ 3 ประเทศอินโดนีเซีย คะแนนความพึงพอใจ ร้อยละ 10.90 อันดับที่ 4 ประเทศไทย คะแนนความพึงพอใจ ร้อยละ 10.30 อันดับที่ 5 ประเทศศรีลังกา คะแนนความพึงพอใจ ร้อยละ 6.80 อันดับที่ 6 ประเทศมองโกเลีย คะแนนความพึงพอใจ ร้อยละ 6.50 และประเทศอื่น ๆ (9 ประเทศ) คะแนนความพึงพอใจรวม ร้อยละ 29.80

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (2553) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2553 พบว่า บัณฑิต คิดเป็นร้อยละ 84.60 โดยผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจในประเด็นคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพสูงที่สุดรองลงมา ได้แก่ ความรู้ความสามารถทางวิชาการ และความรู้ ความสามารถพื้นฐานตามลำดับ สำนักงานสถิติแห่งชาติและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2553 : รายงานผลการสำรวจ) รายงานการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2553 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

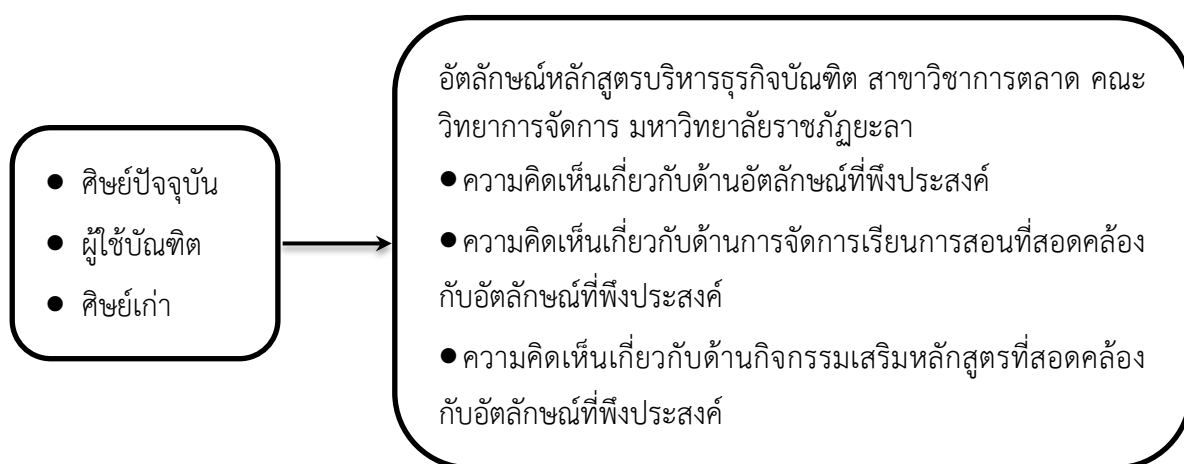
พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต อยู่มี 4.2467 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละของคะแนน 84.93 โดยผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจใน ประเด็นคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพสูงที่สุด รองลงมา ได้แก่ความรู้ความสามารถ ทางวิชาการ และความรู้ความสามารถพื้นฐาน ตามลำดับ

ชญา นุช คลังวิเชียร (2552) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (4ปี) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (4ปี) คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2551 หรือปีงบประมาณ 2552 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 43 คนจากจำนวนประชากร 43 คนในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม 2552 สถิติที่ใช้เพื่อวัดความพึงพอใจคือ ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) อภิปรายผลโดยการพรรณนา (Descriptive) ผลของการวิจัยมีดังนี้ ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษาปัจจุบันชั้นปีที่ 4 ของหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (4ปี) จำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 100 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าวัตถุประสงค์ของหลักสูตรมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของบัณฑิตในยุคปัจจุบันมากโดยที่โครงสร้างหลักสูตรก็มีความเหมาะสมกับการเรียนการสอนมากเช่นเดียวกับรายรายวิชาของหลักสูตรซึ่งมีความเหมาะสมและไม่จำเป็นต้องปรับปรุงแต่อย่างใดจากการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรและข้อเสนอแนะพบว่าผู้ประเมินส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าวัตถุประสงค์ของหลักสูตรอธิบายไว้ชัดเจนและยังมีความคิดเห็นว่าวัตถุประสงค์ของหลักสูตรทันสมัยจำนวนหน่วยกิตของวิชาบังคับและจำนวนหน่วยกิตโดยรวมไม่มากเกินไปส่วนในด้านเนื้อหาแต่ละรายวิชาผู้ประเมินทั้งหมดมีความคิดเห็นใกล้เคียงกันโดยคิดว่าเนื้อหาบางรายวิชาสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้จริง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษางานวิจัยเรื่องอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
เครื่องมือที่ใช้และการสร้างเครื่องมือ
การเก็บรวบรวมข้อมูล
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาด ศิษย์เก่า และผู้ใช้บัณฑิต โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 100 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane เป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงทราบจำนวนที่แน่นอน (finite Population) (ยูทพงษ์ กัยวรรณ, 2543: 79)

ศิษย์ปัจจุบัน คือ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 53 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 28 คน และนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 36 คน รวมเป็น 117 คน เจาะจงที่ทราบจำนวนที่แน่นอน (Finite Population) (ยูทพงษ์กัยวรรณ, 2543: 79)

สูตร

เมื่อ

n = แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = แทนขนาดของประชากร

e = แทนความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (กำหนดให้ =

0.05)

แทนค่า

$$n = \frac{117}{1+117(0.05)^2}$$

= 90 คน

2.2.2 ศิษย์เก่าสาขาวิชาการตลาด จำนวน 5 คน

2.2.3 ผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้และการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียน การสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอนของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเป็นการสอบถามความคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบันสาขาการตลาดเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

แบบสอบถามตอนที่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ประกอบด้วยข้อมูลความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ เป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ จากมากที่สุดถึงน้อยที่สุด เป็นคะแนน 1 – 5 คำตอบที่ใช้ 5 อัตรา ของ Likert scale (อ้างใน บุญเรียง ขจรศิลป์, 2549)

โดยมีระดับความคิดเห็นที่เป็นเชิงปริมาณ การแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยคะแนน จากมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ในแบบสอบถามชุดต่าง ๆ ใช้เกณฑ์ดังนี้

5	หมายความว่า	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายความว่า	เห็นด้วยมาก
3	หมายความว่า	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายความว่า	เห็นด้วยน้อย
1	หมายความว่า	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดเนื้อหาคำถามในแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเรียบร้อยแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อหาค่า IOC
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วโดยผู้เชี่ยวชาญ ส่วนการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การวิจัยด้านการหาความสัมพันธ์ของคะแนนผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

โดยวิธีการครอนบาช (Cronbach) ที่เรียกว่า สัมประสิทธิ์อัลฟา โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักศึกษาศิษย์ปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่าง 10% เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม และปรับแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง เมื่อแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นแล้ว ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้กระบวนการเก็บข้อมูลแบบผสมผสานทั้งวิธีการเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน และการปฏิบัติการกำหนดอัตลักษณ์ ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการกำหนดอัตลักษณ์บัณฑิต และตัวบ่งชี้ตามอัตลักษณ์บัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานเดิม และข้อมูลพื้นฐานใหม่ ดังนี้

1.1 ข้อมูลพื้นฐานเดิม (ศึกษาจากเอกสาร)

- 1.1.1 อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- 1.1.2 อัตลักษณ์นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ
- 1.1.3 อัตลักษณ์นักศึกษาการตลาด

1.2 ข้อมูลพื้นฐานใหม่ (ศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาข้อคำถามจากมาตรฐานผลการเรียนรู้ทั้ง 5 ด้าน)

- 1.2.1 ข้อมูลจากศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ ทั้ง 4 ชั้นปี
- 1.2.2 ข้อมูลจากผู้ใช้บัณฑิตสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
- 1.2.3 ข้อมูลจากศิษย์เก่าสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ

2. การปฏิบัติการกำหนดอัตลักษณ์

ลักษณะเป็นการระดมความคิดเห็น (brainstorming) จากภาคีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 30 คน ประกอบด้วยศิษย์เก่า จำนวน 5 คน ศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 20 คนจากทุกชั้นปี และผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 5 คน เพื่อร่วมกำหนดอัตลักษณ์บัณฑิตที่พึงประสงค์ รวมถึงมาตรการส่งเสริมตามอัตลักษณ์ฯ ด้านการจัดการเรียน การสอน และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร โดยแบ่งเป็น 3 ด้านดังนี้

2.1 การระดมความคิดเห็นด้านอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.2 การระดมความคิดเห็นด้านการจัดการเรียน การสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.3 การระดมความคิดเห็นด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ วิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือกระทำโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

เนื่องจากการสร้างเครื่องมือในการศึกษา ได้มาจากการค้นคว้าข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลนำไปตรวจสอบเครื่องมือดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม (content validity) โดยการหาค่า IOC โดยคณะผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ให้คะแนนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาไม่ต่ำกว่า .60 หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

$$\text{สูตร } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ ioc คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

$\sum r$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

n คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นได้ (reliability) โดยนำไปทดสอบ (pretest) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มได้ จำนวน 30 ราย โดยให้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ไม่ต่ำกว่า .60 แล้วนำเครื่องมือที่ทดสอบแล้วมาพิจารณาปรับปรุงให้เป็นเครื่องมือศึกษาที่สมบูรณ์

$$\text{ค่าความเชื่อมั่น สูตร } \alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{S_x^2} \right\}$$

กำหนดให้ r_{tt} = สัมประสิทธิ์แห่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k = จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม

s_i^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ

S_x^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม

3. หลังจากทดสอบเครื่องมือแล้วจึงนำเครื่องมือที่ทดสอบแล้วมาพิจารณาปรับปรุงให้เป็นเครื่องมือศึกษาที่สมบูรณ์ มีความชัดเจน ถูกต้องครบถ้วนตรงกับวัตถุประสงค์การศึกษา แล้วจึงนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

สถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยเครื่องมือ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย สถานภาพ เพศ วุฒิ การศึกษาสูงสุด ชั้นปีที่กำลังศึกษา อายุการทำงาน และอัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้เป็น วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ (Frequency Distributions) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยกำหนด เกณฑ์ประเมินแปลผล 5 ระดับ ดังนี้

1.00 – 1.50	การแปลความหมาย	น้อยที่สุด
1.51 – 2.50	การแปลความหมาย	น้อย
2.51 – 3.50	การแปลความหมาย	ปานกลาง
3.51 – 4.50	การแปลความหมาย	มาก
4.51 – 5.00	การแปลความหมาย	มากที่สุด

ประกอบด้วยข้อมูล

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียน การสอนที่สอดคล้องกับอัต ลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการ สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอนของหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเป็นการสอบถาม ความคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบันสาขาการตลาดเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยศึกษาจากศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาด จำนวน 90 คน ศิษย์เก่าสาขาวิชาการตลาด จำนวน 5 คน และผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 5 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย สถานภาพ เพศ วุฒิ การศึกษาสูงสุด อายุการทำงาน และอัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้เป็น วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ (Frequency Distributions) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินแปลผล 5 ระดับ ดังนี้

1.00 – 1.50	การแปลความหมาย	น้อยที่สุด
1.51 – 2.50	การแปลความหมาย	น้อย
2.51 – 3.50	การแปลความหมาย	ปานกลาง
3.51 – 4.50	การแปลความหมาย	มาก
4.51 – 5.00	การแปลความหมาย	มากที่สุด

ประกอบด้วยข้อมูล

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียน การสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอนของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเป็นการสอบถามความคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาดเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย สถานภาพ เพศ วุฒิการศึกษา สูงสุด อายุการทำงาน และอัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้เป็น วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ (Frequency Distributions) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
ผู้ใช้บัณฑิต	5.00	5.00
ศิษย์เก่า	5.00	5.00
ศิษย์ปัจจุบัน	90.00	90.00
รวม	100.00	100.00
เพศ		
หญิง	75.00	75.00
ชาย	25.00	25.00
รวม	100.00	100.00
วุฒิการศึกษาสูงสุด		
กำลังศึกษาปีที่ 1	40.00	40.00
กำลังศึกษาปีที่ 2	22.00	22.00
กำลังศึกษาปีที่ 3	28.00	28.00
ปริญญาตรี	8.00	8.00
ปริญญาโท	2.00	2.00
ปริญญาเอก	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00
อายุการทำงาน (เฉพาะผู้ใช้บัณฑิตและศิษย์เก่า)		
1-5 ปี	6.00	60.00
6-10 ปี	3.00	30.00
11-15 ปี	1.00	10.00
16-20 ปี	0.00	0.00
21-25 ปี	0.00	0.00
มากกว่า 25 ปี	0.00	0.00
ค่าเฉลี่ยอายุการทำงาน 3.33 ปี	10.00	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา การตลาดที่อยากให้เป็น		
ด้านภูมิปัญญา		
มีทักษะในการเรียนรู้ ทักษะการคิด การแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจ	75.00	75.00
มีความสามารถในการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี เพื่อการสื่อสารและการสืบค้น	25.00	25.00
รวม	100.00	100.00
ด้านภูมิธรรม		
มีวินัยในตนเอง	51.00	51.00
มีคุณธรรมตามกรอบวิชาชีพ	20.00	20.00
มีน้ำใจ อุทิศตน และคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวม และประเทศชาติ	19.00	19.00
มีวิถีประชาธิปไตย	10.00	10.00
รวม	100.00	100.00
ด้านภูมิฐาน		
มีความสามารถในการใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษามลายูกลาง	18.00	18.00
มีสุนทรียะและค่านิยมที่ดี	11.00	11.00
มีความสามารถในการอยู่ร่วมและทำงานร่วมกับผู้อื่น ภายใต้สังคมพหุวัฒนธรรม	23.00	23.00
มีความภูมิใจในตนเอง สถาบัน ท้องถิ่น และ ประเทศชาติ	48.00	48.00
รวม	100.00	100.00

จากตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จากศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาด ศิษย์เก่าสาขาวิชาการตลาด และผู้ใช้บัณฑิต พบว่าสถานภาพของผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ศิษย์เก่า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนใหญ่วุฒิการศึกษาสูงสุด อยู่ระหว่างกำลังศึกษาปีที่ 1-3 จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมา คือ ปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และปริญญาโท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ส่วนใหญ่อายุการทำงานอยู่ระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ

30.00 และอายุระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอัตลักษณ์ของ
 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้เป็น แบ่งเป็น 3 ด้าน ส่วนใหญ่
 ด้านภูมิปัญญา อยากให้มีทักษะในการเรียนรู้ ทักษะการคิดการแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจ
 จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และอยากให้มีความสามารถในการสื่อสารและการใช้
 เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารและการสืบค้น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และด้านส่วน
 ใหญ่ด้านภูมิธรรม อยากมีวินัยในตนเอง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ
 มีคุณธรรมตามกรอบวิชาชีพ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีน้ำใจ อุทิศตนและ
 คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมและประเทศชาติจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และมี
 วิถีประชาธิปไตย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และด้านภูมิฐาน อยากให้มีความ
 ภูมิใจในตนเอง สถาบัน ท้องถิ่น และประเทศชาติ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00
 รองลงมา คือ มีความสามารถในการอยู่ร่วมและทำงานร่วมกับผู้อื่นภายใต้สังคมพหุ
 วัฒนธรรม จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 มีความสามารถในการใช้ภาษาไทย
 ภาษาอังกฤษ และภาษามลายูกลาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ มีสุนทรีย์
 และค่านิยมที่ดี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็น

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพคุณลักษณะที่ พึงประสงค์ ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าความ เบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินแปลผล 5 ระดับ ปรากฏผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต

อัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ปรัชญาและความสำคัญของหลักสูตร			
เรียนรู้สู่การเป็นนักบริหาร มุ่งมั่นพัฒนาบัณฑิตให้เป็น นักการตลาดมืออาชีพที่มีจรรยาบรรณ สามารถ นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม สร้างความ เป็นนักการตลาดมืออาชีพ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งการบูรณาการความร่วมมือ เพื่อพัฒนาตนเอง องค์กรและท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ	4.26	0.73	มากที่สุด
วัตถุประสงค์ของหลักสูตร			
ผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจให้มีความรู้ ความสามารถเฉพาะทางในระดับวิชาชีพ โดย สามารถนำไปปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนประกอบอาชีพ ส่วนตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	4.06	0.64	มาก
เพื่อเสริมสร้างแนวคิดให้บัณฑิตเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาความรู้ และมีความพร้อมในการประกอบอาชีพหรือ การศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษา สามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจและสามารถ ปฏิบัติงานตามสาขาที่ได้ศึกษาโดยตรง	4.31	0.52	มากที่สุด
เพื่อปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร ความสำนึก ในจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อ หน้าที่และสังคม ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย	4.11	0.85	มาก
ภาพรวมของวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	4.16	0.67	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ) ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต

อัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
บุคลิกภาพที่พึงประสงค์			
บุคลิกภาพด้านสังคมและอารมณ์	4.15	0.67	มาก
บุคลิกภาพด้านมนุษยสัมพันธ์	4.31	0.52	มากที่สุด
บุคลิกภาพด้านคุณธรรมจริยธรรม	4.23	0.81	มากที่สุด
ภาพรวมของบุคลิกภาพที่พึงประสงค์	4.23	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นด้านปรัชญาและความสำคัญของหลักสูตร คือเรียนรู้สู่การเป็นนักบริหาร มุ่งมั่นพัฒนาบัณฑิตให้เป็นนักการตลาดมืออาชีพที่มีจรรยาบรรณ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม สร้างความเป็นนักการตลาดมืออาชีพ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งการบูรณาการความร่วมมือ เพื่อพัฒนาตนเอง องค์กร และท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26

โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นด้านวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ซึ่งจำแนกตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ เพื่อเสริมสร้างแนวคิดให้บัณฑิต เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาความรู้ และมีความพร้อมในการประกอบอาชีพหรือการศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจและสามารถปฏิบัติงานตามสาขาที่ได้ศึกษาโดยตรง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.31 เพื่อปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร ความสำนึกในจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และสังคมตลอดจนดำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 และผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจให้มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางในระดับวิชาชีพ โดยสามารถนำไปปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนประกอบอาชีพส่วนตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นด้านบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 ซึ่งจำแนกตามบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพด้านมนุษยสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.31 ด้านบุคลิกภาพด้านคุณธรรมจริยธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 และด้านบุคลิกภาพด้านสังคมและอารมณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 (ต่อ) ข้อมูลความคิดเห็น

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอนของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินแปลผล 5 ระดับ ปรากฏผลดังตารางที่ 4 - 13

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – วิธีการสอนของผู้สอนการถ่ายทอด

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
วิธีการสอนของผู้สอนการถ่ายทอด			
บรรยาย	4.33	0.70	มากที่สุด
สาธิต	4.11	0.85	มาก
ปฏิบัติการ	4.44	0.75	มากที่สุด
ค้นคว้า ทำรายงาน	4.38	0.67	มากที่สุด
ศึกษาดูงานนอกสถานที่	3.57	0.73	มาก
อภิปราย	4.01	0.68	มาก
ปฏิบัติงานงานนอกสถานที่	3.95	0.69	มาก
เชิญวิทยากรบรรยายหรืออบรมพิเศษในชั้นเรียน	4.31	0.52	มากที่สุด
การประกวดแผนธุรกิจ (แผนการตลาด)	3.57	0.73	มาก
อื่น ๆ ระบุ	0.00	0.00	-
ภาพรวมวิธีการสอนของผู้สอนการถ่ายทอด	4.07	0.70	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านวิธีการสอนของผู้สอนการถ่ายทอด โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งจำแนกใน เรื่องต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ย 4.44 ค้นคว้าทำรายงาน มีค่าเฉลี่ย 4.38 บรรยาย มีค่าเฉลี่ย 4.33 และเชิญวิทยากรบรรยายหรืออบรมพิเศษในชั้นเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.31 และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สาธิต มีค่าเฉลี่ย 4.11 อภิปราย มีค่าเฉลี่ย 4.01 ปฏิบัติงานงานนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.95 ศึกษาดูงานนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.57 และการประกวดแผนธุรกิจ (แผนการตลาด) มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต - ด้านวิธีการสอน

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ด้านวิธีการสอน			
อาจารย์ชี้แจงจุดมุ่งหมายรายวิชาและหัวข้อการเรียน ตลอดจนเกณฑ์การวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบก่อนเริ่มการเรียนในรายวิชา	4.33	0.70	มากที่สุด
อาจารย์ใช้วิธีและเทคนิคการสอนสอดคล้องกับเนื้อหาวิชาที่สอน	4.44	0.75	มากที่สุด
อาจารย์มีความสามารถในการกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความสนใจและกระตือรือร้นในการเรียน มีการนำเทคนิคการสอนใหม่ๆ มาใช้ในการสร้างบรรยากาศในการเรียน	4.28	0.65	มากที่สุด
อาจารย์จัดเนื้อหาวิชาภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติได้อย่างสอดคล้อง	4.38	0.67	มากที่สุด
อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในระหว่างการเรียนการสอน	4.15	0.67	มาก
อาจารย์มีการสรุปบทเรียนหลังจากที่เรียนจบแล้ว	4.31	0.52	มากที่สุด
อาจารย์สอดแทรกคุณธรรมและจริยธรรมในขณะที่มีการเรียนการสอน	4.23	0.81	มากที่สุด
อาจารย์มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้และทักษะนอกเหนือจากที่เรียนในชั้นเรียน	4.21	0.70	มากที่สุด
อาจารย์สนับสนุนและให้กำลังใจในการเรียนแก่นักศึกษา	4.03	0.78	มาก
อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าพบและสอบถามข้อสงสัยนอกห้องเรียน	4.18	0.64	มาก
ภาพรวมด้านวิธีการสอน	4.25	0.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านวิธีการสอน โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อาจารย์ใช้วิธีและเทคนิคการสอนสอดคล้องกับเนื้อหาวิชาที่สอน มีค่าเฉลี่ย 4.44 อาจารย์จัดเนื้อหาวิชาภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติได้อย่างสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ย 4.38 อาจารย์ชี้แจงจุดมุ่งหมายรายวิชาและหัวข้อการเรียน ตลอดจนเกณฑ์การวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบก่อนเริ่มการเรียนในรายวิชา มีค่าเฉลี่ย 4.33 อาจารย์มีการสรุปบทเรียนหลังจากที่เรียนจบแล้ว

มีค่าเฉลี่ย 4.31 อาจารย์มีความสามารถในการกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความสนใจและกระตือรือร้นในการเรียน มีการนำเทคนิคการสอนใหม่ ๆ มาใช้ในการสร้างบรรยากาศในการเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.28 อาจารย์สอดแทรกคุณธรรมและจริยธรรมในขณะที่มีการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.23 และอาจารย์มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้และทักษะนอกเหนือจากที่เรียนในชั้นเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.21 และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าพบและสอบถามข้อสงสัยนอกห้องเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.18 อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในระหว่างการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.15 และอาจารย์สนับสนุนและให้กำลังใจในการเรียนแก่นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต - ด้านเอกสารประกอบการสอน

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ด้านเอกสารประกอบการสอน			
อาจารย์มีแผนการสอนแจกให้แก่นักศึกษาทุกรายวิชา	4.23	0.74	มากที่สุด
อาจารย์มีเอกสารที่เรียบเรียงขึ้นเพื่อประกอบการสอนทุกรายวิชา	4.36	0.67	มากที่สุด
อาจารย์มีการแนะนำหนังสือ ตำรา หรือเอกสารประกอบการสอนให้นักศึกษาได้ค้นคว้าประกอบการเรียน	4.23	0.71	มากที่สุด
ห้องสมุดมีหนังสือ ตำรา สื่อการสอน หรือเอกสารประกอบการสอนให้นักศึกษาได้ค้นคว้าประกอบการเรียนอย่างเพียงพอ	4.23	0.58	มากที่สุด
หนังสือ ตำรา สื่อการสอน หรือเอกสารประกอบการสอนที่อาจารย์ใช้มีความทันสมัย	4.21	0.70	มากที่สุด
ภาพรวมด้านเอกสารประกอบการสอน	4.25	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านเอกสารประกอบการสอน โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อาจารย์มีเอกสารที่เรียบเรียงขึ้นเพื่อประกอบการสอนทุกรายวิชา มีค่าเฉลี่ย 4.36 อาจารย์มีแผนการสอนแจกให้แก่นักศึกษาทุกรายวิชา มีค่าเฉลี่ย 4.23 อาจารย์มีการแนะนำหนังสือ ตำรา หรือเอกสารประกอบการสอนให้นักศึกษาได้ค้นคว้าประกอบการเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.23 ห้องสมุดมีหนังสือ ตำรา สื่อการสอน หรือเอกสารประกอบการสอนให้นักศึกษาได้ค้นคว้าประกอบการเรียนอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.23 และหนังสือ ตำรา สื่อการสอน หรือเอกสารประกอบการสอนที่อาจารย์ใช้มีความทันสมัยมีค่าเฉลี่ย 4.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต - ด้านสื่อประกอบการเรียนการสอน

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ด้านสื่อประกอบการเรียนการสอน			
อาจารย์มีใช้สื่อประกอบการเรียนการสอนที่ เหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนการสอน	4.15	0.78	มาก
อาจารย์ใช้สื่อการสอนที่ทันสมัย	4.18	0.60	มาก
สื่อการสอนมีความสอดคล้องกับเนื้อหา บทเรียน จุดมุ่งหมายที่สอน	4.26	0.68	มากที่สุด
สื่อการสอนช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในเนื้อหา บทเรียนมากขึ้น	4.26	0.68	มากที่สุด
สื่อการเรียนการสอนหลากหลาย ช่วยกระตุ้นให้เกิด ความสนใจในบทเรียน	4.18	0.60	มาก
ภาพรวมด้านสื่อประกอบการเรียนการสอน	4.21	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านสื่อประกอบการเรียนการสอน โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สื่อการสอนมีความสอดคล้องกับเนื้อหา บทเรียน จุดมุ่งหมายที่สอน มีค่าเฉลี่ย 4.26 และสื่อการสอนช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในเนื้อหา บทเรียนมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.26 และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อาจารย์ใช้สื่อการสอนที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.18 สื่อการเรียนการสอนหลากหลาย ช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจในบทเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.18 และอาจารย์มีใช้สื่อประกอบการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนการสอนมีค่าเฉลี่ย 4.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต - ด้านการวัดและการประเมินผล

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ด้านการวัดและการประเมินผล			
อาจารย์ชี้แจงเกณฑ์การวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบก่อนเริ่มการเรียน	4.18	0.60	มาก
อาจารย์มีการวัดและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	4.01	0.68	มาก
อาจารย์มีเกณฑ์การวัดและประเมินผลยุติธรรม	3.95	0.69	มาก
อาจารย์มีการประเมินผลก่อนเริ่มเรียนรายวิชา เพื่อดูพื้นฐานและความพร้อมของนักศึกษา	3.82	0.72	มาก
อาจารย์มีการประเมินผลระหว่างเรียน เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของนักศึกษาและพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	3.57	0.73	มาก
อาจารย์วัดและประเมินผลตรงตามจุดมุ่งหมายและเนื้อหาวิชาที่สอน	4.01	0.68	มาก
อาจารย์นำผลจากการวัดและประเมินผลระหว่างเรียนมาปรับปรุงเทคนิคและวิธีการสอน	4.16	0.67	มาก
อาจารย์มีการประเมินผลนักศึกษาหลากหลายวิธี	4.19	0.67	มาก
อาจารย์มีการวัดและประเมินผลได้ครบทั้งทางด้านความรู้ เจตคติและทักษะ	4.13	0.63	มาก
อาจารย์ได้แจ้งผลการเรียนแก่นักศึกษา เพื่อให้ นักศึกษาได้ปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องในการเรียนของตนเอง	4.16	0.65	มาก
ภาพรวมด้านการวัดและการประเมินผล	3.91	0.68	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านการวัดและการประเมินผล โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ อาจารย์มีการประเมินผลนักศึกษาหลากหลายวิธี มีค่าเฉลี่ย 4.19 อาจารย์ชี้แจงเกณฑ์การวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบก่อนเริ่มการเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.18 อาจารย์นำผลจากการวัดและประเมินผลระหว่างเรียนมาปรับปรุงเทคนิคและวิธีการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.16 อาจารย์ได้แจ้งผลการเรียน แก่นักศึกษา เพื่อให้ นักศึกษาได้ปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องในการเรียนของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.16 อาจารย์มีการวัดและประเมินผลได้ครบทั้งทางด้านความรู้ เจตคติและทักษะ มีค่าเฉลี่ย 4.13 อาจารย์วัดและประเมินผลตรงตามจุดมุ่งหมายและเนื้อหาวิชาที่สอน

มีค่าเฉลี่ย 4.01 อาจารย์มีการวัดและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.01 อาจารย์มีเกณฑ์การวัดและประเมินผลยุติธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.95 อาจารย์มีการประเมินผลก่อนเริ่มเรียนรายวิชา เพื่อดูพื้นฐานและความพร้อมของนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.82 และอาจารย์มีการประเมินผลระหว่างเรียน เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของนักศึกษาและพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ
ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน
ด้านคุณธรรม จริยธรรม

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
มาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่ รายวิชา 5 ด้าน ด้านคุณธรรม จริยธรรม			
การปฏิบัติตนตามกรอบระเบียบ ข้อบังคับของ สถาบันและสังคม	4.33	0.60	มากที่สุด
การแสดงออกถึงการมีวินัยในการเรียน ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเองสถาบัน และสังคม	4.37	0.69	มากที่สุด
การแสดงออกถึงการเคารพสิทธิและรับฟังความ คิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรี ของความเป็นมนุษย์	4.49	0.64	มากที่สุด
การแสดงออกถึงการมีจิตอาสา	4.50	0.58	มากที่สุด
การแสดงออกถึงการยึดมั่นในคุณธรรมตามกรอบ วิชาชีพ	4.33	0.60	มากที่สุด
ภาพรวมด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.40	0.62	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและ
กระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับ
อุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านคุณธรรม จริยธรรม
โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.40 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ
ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การแสดงออกถึงการมีจิตอาสา มีค่าเฉลี่ย 4.50 การแสดงออก
ถึงการเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของ
ความเป็นมนุษย์ มีค่าเฉลี่ย 4.49 การแสดงออกถึงการมีวินัยในการเรียนตรงต่อเวลาความรับ
ผิดชอบต่อตนเองสถาบันและสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.37 การแสดงออกถึงการยึดมั่นในคุณธรรม
ตามกรอบวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ย 4.33 และการปฏิบัติตนตามกรอบระเบียบ ข้อบังคับของสถาบัน
และสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ
ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน
ด้านความรู้

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
มาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่ รายวิชา 5 ด้าน ด้านความรู้			
การแสดงออกถึงการมีทักษะการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ และห้องสมุดเพื่อการแสวงหาความรู้	4.10	0.76	มาก
การแสดงออกถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่ง การเรียนรู้	3.84	0.71	มาก
การแสดงออกถึงความสามารถในการบูรณาการ ความรู้	4.25	0.79	มากที่สุด
การแสดงออกถึงความสามารถในการประยุกต์ ความรู้	3.62	0.81	มาก
การแสดงออกถึงการมีหลักคิดทฤษฎีตามกรอบ วิชาชีพ	4.16	0.66	มาก
มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและ ทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	4.69	0.55	มากที่สุด
ภาพรวมด้านความรู้	4.11	0.71	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและ
กระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับ
อุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านความรู้
โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ
ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญใน
เนื้อหาที่ศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.69 และการแสดงออกถึงความสามารถในการบูรณาการความรู้
มีค่าเฉลี่ย 4.25 และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การแสดงออกถึงการมีหลักคิด
ทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ย 4.16 การแสดงออกถึงการมีทักษะการใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศและห้องสมุดเพื่อการแสวงหาความรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.10 การแสดงออกถึง
ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ย 3.84 และการแสดงออกถึง
ความสามารถในการประยุกต์ความรู้ มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ
ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรรายวิชา 5 ด้าน
ด้านปัญญา

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
มาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตร รายวิชา 5 ด้าน ด้านปัญญา			
การแสดงออกถึงการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และ คิดวิเคราะห์	4.20	0.82	มาก
การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงเหตุผล	4.26	0.73	มากที่สุด
การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงบูรณา การ	4.12	0.75	มาก
การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิง สร้างสรรค์	4.06	0.64	มาก
ภาพรวมด้านปัญญา	4.16	0.74	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและ
กระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับ
อุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรรายวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านปัญญา โดย
ภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ที่อยู่ใน
ระดับมากที่สุด ได้แก่ การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงเหตุผล มีค่าเฉลี่ย 4.26
และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การแสดงออกถึงการคิดอย่างมีวิจารณญาณ
และคิดวิเคราะห์ มีค่าเฉลี่ย 4.20 การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงบูรณาการ
มีค่าเฉลี่ย 4.12 และการแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 4.06
ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ
ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
มาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่ รายวิชา 5 ด้าน			
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ			
สามารถปรับตัวในการใช้ชีวิตในสถาบัน	3.90	0.50	มาก
การแสดงออกถึงความสามารถในการเรียนเป็นกลุ่ม	3.56	0.75	มาก
การแสดงออกถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีและ เหมาะสม	3.60	0.92	มาก
การแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม	3.43	1.06	ปานกลาง
แสดงออกถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุ วัฒนธรรม	4.20	0.82	มาก
ภาพรวมด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ	3.74	0.81	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การแสดงออกถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.20 สามารถปรับตัวในการใช้ชีวิตในสถาบัน มีค่าเฉลี่ย 3.90 การแสดงออกถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.60 และการแสดงออกถึงความสามารถในการเรียนเป็นกลุ่ม มีค่าเฉลี่ย 3.56 และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ
ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน
ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
มาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสู่ รายวิชา 5 ด้าน			
ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ			
แสดงออกถึงความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการ สื่อสาร	4.73	0.54	มากที่สุด
แสดงออกถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ระดับบุคคล โดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศในการ แลกเปลี่ยนข้อมูล	4.75	0.53	มากที่สุด
แสดงออกถึงความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข แปลผลและนำเสนอข้อมูล	4.78	0.48	มากที่สุด
แสดงออกถึงความสามารถในการสื่อสารต่อ สาธารณชน โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	4.49	0.64	มากที่สุด
ภาพรวมด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.69	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและ
กระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับ
อุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านทักษะการวิเคราะห์
เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่
ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.69 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่
แสดงออกถึงความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข แปลผลและนำเสนอข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.78
แสดงออกถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารระดับบุคคล โดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศใน
การแลกเปลี่ยนข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.75 แสดงออกถึงความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการ
สื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 4.73 และ แสดงออกถึงความสามารถในการสื่อสารต่อสาธารณชน โดยใช้
เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.49 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ข้อมูลจากนักศึกษาศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพิ่มทักษะการนำเสนอ หรือจำนวนครั้งในการนำเสนอในแต่ละรายวิชา
2. เน้นการศึกษานอกพื้นที่หรือนอกชั้นเรียน ทุกชั้นปี
3. ระบบการสอนเสริมเพิ่มเติมนอกจากในชั้นเรียน กรณีที่มีการประเมิน/ทดสอบก่อนเรียนแล้ว พบว่านักศึกษาที่ไม่ผ่านเกณฑ์ จะต้องมีการเรียนเสริมโดยการใช้ระบบอาจารย์เป็นผู้สอน หรือเพื่อนเป็นผู้สอนแทน กรณีนักศึกษาผ่านเกณฑ์ ไม่ต้องเรียนเสริมให้เรียนตามแผนการเรียนปกติ
4. มีสถานที่สำหรับการทำกิจกรรมที่เน้นทักษะทางการตลาด หรือพื้นที่สำหรับการปฏิบัติจริง ๆ ของสาขาวิชาการ
5. เพิ่มจำนวนวิชาที่เน้นทักษะทางวิชาชีพสาขาวิชาการตลาด
6. รายวิชาเอก ควรเน้นปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี
7. การสอนชดเชย ควรสอนก่อนสอบปลายภาคในแต่ละภาคเรียน
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเรียนการสอน ที่พบปัญหาบ่อยครั้ง ได้แก่
 - เช่นห้องน้ำไม่สะอาด
 - ลิฟต์ เสียบ่อยครั้ง ทำให้เข้าเรียนสาย ต้องเดินขึ้นบันได
 - ระบบเครือข่าย wifi ไม่สามารถใช้งานได้ บ่อยครั้ง
9. การส่งงาน / การบ้าน พบว่าในบางครั้งไม่รับรู้ข่าวสาร หรืออาจจะไม่ทราบข้อมูล เนื่องจากการกระจายข่าวสารจะใช้ช่องทางเครื่องมือสื่อสาร เช่น ไลน์ เฟสบุค หรือ Internet อื่น ในการประชาสัมพันธ์ ทำให้นักศึกษากลุ่มที่ไม่มีระบบ/Internet ที่บ้านก็จะไม่รับรู้ข่าวสาร เป็นต้น

ส่วนที่ 2 (ต่อ) ข้อมูลความคิดเห็น

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเป็นการสอบถามความคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบันสาขาการตลาดเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินแปลผล 5 ระดับปรากฏผลดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต – กิจกรรมเสริมหลักสูตร

กิจกรรมเสริมหลักสูตร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
จัดกีฬาสามัคคีสัมพันธ์น้องพี่การตลาด	4.51	0.58	มากที่สุด
การตลาด 3 ดี ได้แก่ ด้านประชาธิปไตย (Democracy) ด้านคุณธรรม จริยธรรม และความเป็นไทย (Decency) และด้านภูมิคุ้มกันภัยจากยาเสพติด (Drug-Free)	4.31	0.52	มาก
การตลาดสามัคคีสัมพันธ์วัฒนธรรม	4.31	0.52	มาก
เสวนาสู่โลกวิชาชีพให้กับนักศึกษาและศิษย์เก่าการตลาด	4.26	0.73	มาก
หนึ่งหลักสูตรหนึ่งศิลปวัฒนธรรม	4.25	0.79	มาก
เชิญวิทยากรบรรยาย/อบรมในชั้นเรียนสาขาวิชาการตลาด	4.18	0.64	มาก
อบรมพัฒนาทักษะด้านการตลาด	4.16	0.66	มาก
สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาวิชาการตลาด	4.10	0.76	มาก
สำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด	4.02	0.73	มาก
จัดกิจกรรมการตลาดสัญจร	3.95	0.69	มาก
อบรมการประกันคุณภาพและประเมินผลการดำเนินงาน	3.90	0.50	มาก
สาขาวิชาการตลาดตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ			
กิจกรรมการตลาดประกวดบูรณา 4 พันธกิจผ่านสื่อออนไลน์	3.84	0.71	มาก
ประชาสัมพันธ์หลักสูตรสาขาวิชาการตลาด	3.57	0.73	มาก
นักศึกษาเรียนรู้ดูงานด้านการตลาดในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	3.38	0.48	มาก
กิจกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาวิชาการ สาขาวิชาการตลาด	3.30	0.68	ปานกลาง
เข้าร่วมประกวดผลงานสร้างสรรค์ด้านการตลาด	3.15	0.45	ปานกลาง
ภาพรวมของกิจกรรมเสริมหลักสูตร	3.95	0.64	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ข้อมูลความคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบันเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กิจกรรมกีฬาสามัคคีสัมพันธ์เนื่องกีฬาสีการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย 4.51 และความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ จัดกิจกรรมการตลาด 3 ดี ได้แก่ ด้านประชาธิปไตย (Democracy) ด้านคุณธรรมจริยธรรมและความเป็นไทย (Decency) ด้านภูมิคุ้มกันภัยจากยาเสพติด (Drug-Free) มีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมา คือ กิจกรรมการตลาดสามัคคีสัมพันธ์วัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.31 กิจกรรมเสวนาสู่โลกวิชาชีพให้กับนักศึกษาและศิษย์เก่าการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.26 กิจกรรมหนึ่งหลักสูตรหนึ่งศิลปวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.25 กิจกรรมเชิญวิทยากรบรรยาย/อบรมในชั้นเรียนสาขาวิชาการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.18 กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.16 กิจกรรมสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาวิชาการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.10 การสำรวจภาวะการดำเนินงานทำของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.02 กิจกรรมการตลาดสัญจร มีค่าเฉลี่ย 3.95 กิจกรรมอบรมการประกันคุณภาพและประเมินผลการดำเนินงานสาขาวิชาการตลาดตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.90 กิจกรรมการตลาดประกวดบูรณา 4 พันธกิจผ่านสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.84 กิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตรสาขาวิชาการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.57 และกิจกรรมนักศึกษาเรียนรู้ดูงานด้านการตลาดในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีค่าเฉลี่ย 3.38 และความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาวิชาการ สาขาวิชาการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.30 และกิจกรรมการเข้าร่วมประกวดผลงานสร้างสรรค์ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.15 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ควรเพิ่มจำนวนกิจกรรมที่เน้นวิชาชีพหรือเสริมทักษะของนักศึกษาตามสาขาวิชาการตลาด เช่น กิจกรรมได้วาที กิจกรรมการเตรียมพร้อมก่อนหรือหลังออกฝึกงาน เป็นต้น
2. กิจกรรมที่จัดควรเน้นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-3 เป็นหลัก และชั้นปีที่ 4 เน้นวิชาชีพพร้อมกับการออกสู่ตลาดแรงงาน หรือสถานประกอบการ
3. การจัดกิจกรรมควรกำหนดวันและเวลาในแต่ละครั้งให้ชัดเจน
4. อยากให้นักศึกษาทุกชั้นปีมีส่วนร่วมทุกกิจกรรมทุกครั้ง
5. อยากให้นักศึกษาแต่ละชั้นปี เป็นรับผิดชอบกิจกรรมร่วมกับสาขาวิชา เพื่อเป็นการพัฒนา และฝึกทักษะในการจัดกิจกรรม
6. การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งการให้ความร่วมมือค่อนข้างน้อย อยากให้กำหนดเป็นข้อบังคับของสาขาวิชาเรื่องจำนวนชั่วโมง หรือจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมแต่ละปี
7. อยากให้มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามัคคี การมีส่วนร่วม จิตอาสา ระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยศึกษาจากศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาด จำนวน 90 คน ศิษย์เก่าสาขาวิชาการตลาด จำนวน 5 คน และผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 5 คน

การรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้จากการสัมภาษณ์ วิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คะแนวนรายข้อกับ คะแนวนรวมของเครื่องมือ ตลอดจนการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ กระทำโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย สถานภาพ เพศ วุฒิ การศึกษาสูงสุด ชั้นปีที่กำลังศึกษา อายุการทำงาน และอัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้เป็น วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ (Frequency Distributions) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินแปลผล 5 ระดับ ดังนี้

1.00 – 1.50	การแปลความหมาย	น้อยที่สุด
1.51 – 2.50	การแปลความหมาย	น้อย
2.51 – 3.50	การแปลความหมาย	ปานกลาง
3.51 – 4.50	การแปลความหมาย	มาก
4.51 – 5.00	การแปลความหมาย	มากที่สุด

ประกอบด้วยข้อมูล

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการ

สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอนของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเป็นการสอบถามความคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบันสาขาการตลาดเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จากศิษย์ปัจจุบันสาขาวิชาการตลาด ศิษย์เก่าสาขาวิชาการตลาด และผู้ใช้บัณฑิต พบว่าสถานภาพของผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ศิษย์เก่า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนใหญ่วุฒิการศึกษาสูงสุด อยู่ระหว่างกำลังศึกษาปีที่ 1-3 จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมา คือ ปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และปริญญาโท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ส่วนใหญ่อายุการทำงานอยู่ระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และอายุระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้แบ่งเป็น 3 ด้าน ส่วนใหญ่ด้านภูมิปัญญา อยากให้มีทักษะในการเรียนรู้ ทักษะการคิดการแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ส่วนใหญ่ด้านภูมิธรรม อยากมีวินัยในตนเอง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 และด้านภูมิฐาน อยากให้มีความภูมิใจในตนเอง สถาบันท้องถิ่น และประเทศชาติ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

2. ข้อมูลด้านความคิดเห็น

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.1.1 ด้านปรัชญาและความสำคัญของหลักสูตร คือ เรียนรู้สู่การเป็นนักบริหาร มุ่งมั่นพัฒนาบัณฑิตให้เป็นนักการตลาดมืออาชีพที่มีจรรยาบรรณ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม สร้างความเป็นนักการตลาดมืออาชีพ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งการบูรณาการความร่วมมือ เพื่อพัฒนาตนเอง องค์กร และท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26

2.1.2 ความคิดเห็นด้านวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างแนวคิดให้บัณฑิต เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาความรู้ เพื่อมีความพร้อมในการประกอบอาชีพ

หรือการศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และสามารถปฏิบัติงานตามสาขาที่ได้ศึกษาโดยตรง เพื่อปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร ความสำนึกในจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และสังคมตลอดจนดำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย และเพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจให้มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางในระดับวิชาชีพ โดยสามารถนำไปปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนประกอบอาชีพส่วนตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.31, 4.11 และ 4.06 ตามลำดับ

2.1.3 ความคิดเห็นด้านบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ ในด้านบุคลิกภาพด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านบุคลิกภาพด้านคุณธรรมจริยธรรม และด้านบุคลิกภาพด้านสังคมและอารมณ์ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.31, 4.23 และ 4.15 ตามลำดับ

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

2.2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต ด้านวิธีการสอนของผู้สอนการถ่ายทอด ในเรื่องการปฏิบัติการ ค้นคว้าทำรายงาน บรรยาย เชิญวิทยากรบรรยายหรืออบรมพิเศษในชั้นเรียน การสาธิต อภิปรายปฏิบัติงานนอกสถานที่ ศึกษาดูงานนอกสถานที่ และการประกวดแผนธุรกิจ (แผนการตลาด) ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.44, 4.38, 4.33, 4.31, 4.11, 4.01, 3.95, 3.57 และ 3.57 ตามลำดับ

2.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านวิธีการสอน ในเรื่องอาจารย์ใช้วิธีและเทคนิคการสอนสอดคล้องกับเนื้อหาวิชาที่สอน อาจารย์จัดเนื้อหารายวิชาภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติได้อย่างสอดคล้อง อาจารย์ชี้แจงจุดมุ่งหมายรายวิชาและหัวข้อการเรียนรู้ ตลอดจนเกณฑ์การวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบก่อนเริ่มการเรียนในรายวิชา อาจารย์มีการสรุปบทเรียนหลังจากที่เรียนจบแล้ว อาจารย์มีความสามารถในการกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความสนใจและกระตือรือร้นในการเรียน มีการนำเทคนิคการสอนใหม่ ๆ มาใช้ในการสร้างบรรยากาศในการเรียน อาจารย์สอดแทรกคุณธรรมและจริยธรรมในขณะที่มีการเรียนการสอน อาจารย์มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้และทักษะนอกเหนือจากที่เรียนในชั้นเรียน อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าพบและสอบถามข้อสงสัยนอกห้องเรียน อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในระหว่างการเรียนการสอน และอาจารย์สนับสนุนและให้กำลังใจในการเรียนแก่นักศึกษา ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.44, 4.38, 4.33, 4.31, 4.28, 4.23, 4.21, 4.18, 4.15 และ 4.03 ตามลำดับ

2.2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านเอกสารประกอบการสอนในเรื่องอาจารย์มีเอกสารที่เรียบเรียงขึ้นเพื่อประกอบการ

สอนทุกรายวิชา อาจารย์มีแผนการสอนแจกให้แก่ นักศึกษาทุกรายวิชา อาจารย์มีการแนะนำหนังสือ ตำราหรือเอกสารประกอบการสอนให้นักศึกษาได้ค้นคว้าประกอบการเรียน ห้องสมุดมีหนังสือ ตำรา สื่อการสอน หรือเอกสารประกอบการสอนให้นักศึกษาได้ค้นคว้าประกอบการเรียนอย่างเพียงพอ และหนังสือ ตำรา สื่อการสอน หรือเอกสารประกอบการสอนที่อาจารย์ใช้มีความทันสมัย ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36, 4.23, 4.23, 4.23 และ 4.21 ตามลำดับ

2.2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านสื่อประกอบการเรียนการสอน ในเรื่องสื่อการสอนมีความสอดคล้องกับเนื้อหาบทเรียน จุดมุ่งหมายที่สอน สื่อการสอนช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในเนื้อหา บทเรียนมากขึ้น อาจารย์ใช้สื่อการสอนที่ทันสมัย สื่อการเรียนการสอนหลากหลาย ช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจในบทเรียน และอาจารย์มีใช้สื่อประกอบการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนการสอน ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26, 4.26, 4.18, 4.18 และ 4.15 ตามลำดับ

2.2.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านการวัดและการประเมินผล เรื่องอาจารย์มีการประเมินผลนักศึกษาหลากหลายวิธี อาจารย์ชี้แจงเกณฑ์การวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบก่อนเริ่มการเรียน อาจารย์นำผลจากการวัดและประเมินผลระหว่างเรียนมาปรับปรุงเทคนิคและวิธีการสอน อาจารย์ได้แจ้งผลการเรียน แก่นักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาได้ปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องในการเรียนของตนเอง อาจารย์มีการวัดและประเมินผลได้ครบทั้งทางด้านความรู้ เจตคติและทักษะ อาจารย์วัดและประเมินผลตรงตามจุดมุ่งหมายและเนื้อหาวิชาที่สอน อาจารย์มีการวัดและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง อาจารย์มีการประเมินผลก่อนเริ่มเรียนรายวิชา เพื่อดูพื้นฐานและความพร้อมของนักศึกษา อาจารย์มีเกณฑ์การวัดและประเมินผลยุติธรรม และอาจารย์มีการประเมินผลระหว่างเรียน เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของนักศึกษาและพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19, 4.18, 4.16, 4.16, 4.13, 4.01, 4.01, 3.95, 3.82, และ 3.57 ตามลำดับ

2.2.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและ กระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสุราษฎร์ธานี 5 ด้านเกี่ยวกับด้านคุณธรรม จริยธรรม ในเรื่องการแสดงออกถึงการมีจิตอาสา การแสดงออกถึงการเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นรวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ การแสดงออกถึงการมีวินัยในการเรียน ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเองสถาบัน และสังคม การแสดงออกถึงการยึดมั่นในคุณธรรมตามกรอบวิชาชีพ และการปฏิบัติตามกรอบระเบียบ ข้อบังคับของสถาบันและสังคม ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50, 4.49, 4.37, 4.33 และ 4.33 ตามลำดับ

2.2.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและ กระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสุรารวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านความรู้ ในเรื่อง มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา การแสดงออกถึงความสามารถในการบูรณาการความรู้ การแสดงออกถึงการมีหลักคิดทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพ การแสดงออกถึงการมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และห้องสมุดเพื่อการแสวงหาความรู้ การแสดงออกถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ และการแสดงออกถึงความสามารถในการประยุกต์ความรู้ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.69, 4.25, 4.16, 4.10, 3.84 และ 3.62 ตามลำดับ

2.2.8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและ กระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา ระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสุรารวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านปัญญา เรื่องการแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงเหตุผล การแสดงออกถึงการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณและคิดวิเคราะห์ การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงบูรณาการ และการแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26, 4.20, 4.12 และ 4.06 ตามลำดับ

2.2.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและ กระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสุรารวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ เรื่องการแสดงออกถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุวัฒนธรรม สามารถปรับตัวในการใช้ชีวิตในสถาบัน การแสดงออกถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีและเหมาะสม การแสดงออกถึงความสามารถในการเรียนเป็นกลุ่ม และการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20, 3.90, 3.60, 3.56 และ 3.43 ตามลำดับ

2.2.10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและ กระบวนการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสุรารวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในเรื่องแสดงออกถึงความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข แปลผลและนำเสนอข้อมูล แสดงออกถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารระดับบุคคล โดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศในการแลกเปลี่ยนข้อมูล แสดงออกถึงความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารและแสดงออกถึงความสามารถในการสื่อสารต่อสาธารณชน โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.78, 4.75, 4.73 และ 4.49 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ข้อมูลจากนักศึกษาศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพิ่มทักษะการนำเสนอ หรือจำนวนครั้งในการนำเสนอในแต่ละรายวิชา
2. เน้นการศึกษานอกพื้นที่หรือนอกชั้นเรียน ทุกชั้นปี

3. ระบบการสอนเสริมเพิ่มเติมนอกจากในชั้นเรียน กรณีที่มีการประเมิน/ทดสอบก่อนเรียนแล้ว พบว่านักศึกษาที่ไม่ผ่านเกณฑ์ จะต้องมีการเรียนเสริมโดยการใช้ระบบอาจารย์เป็นผู้สอน หรือเพื่อนเป็นผู้สอนแทน กรณีนักศึกษาผ่านเกณฑ์ ไม่ต้องเรียนเสริมให้เรียนตามแผนการเรียนปกติ

4. มีสถานที่สำหรับการทำกิจกรรมที่เน้นทักษะทางการตลาด หรือพื้นที่สำหรับการปฏิบัติจริง ๆ ของสาขาวิชาการ

5. เพิ่มจำนวนวิชาที่เน้นทักษะทางวิชาชีพสาขาวิชาการตลาด

6. รายวิชาเอก ควรเน้นปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี

7. การสอนชดเชย ควรสอนก่อนสอบปลายภาคในแต่ละภาคเรียน

8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเรียนการสอน ที่พบปัญหาบ่อยครั้ง ได้แก่

- เช่นห้องน้ำไม่สะอาด

- ลิฟต์ เสียบ่อยครั้ง ทำให้เข้าเรียนสาย ต้องเดินขึ้นบันได

- ระบบเครือข่าย wifi ไม่สามารถใช้งานได้ บ่อยครั้ง

9. การส่งงาน / การบ้าน พบว่าในบางครั้งไม่รับรู้ข่าวสาร หรืออาจจะไม่ทราบข้อมูล เนื่องจากการกระจายข่าวสารจะใช้ช่องทางเครื่องมือสื่อสาร เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค หรือ Internet อื่น ในการประชาสัมพันธ์ ทำให้นักศึกษากลุ่มที่ไม่มีระบบ/Internet ที่บ้านก็จะไม่รับรู้ข่าวสาร เป็นต้น

2.3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในเรื่องกิจกรรมการจัดกิจกรรมกีฬาสามัคคีสัมพันธ์น้องพี่การตลาด กิจกรรมการตลาด 3 ดี ได้แก่ ด้านประชาธิปไตย (Democracy) ด้านคุณธรรมจริยธรรม และความเป็นไทย (Decency) ด้านภูมิคุ้มกันภัยจากยาเสพติด (Drug-Free) กิจกรรมการตลาดสามัคคีสัมพันธ์วัฒนธรรม กิจกรรมเสวนาสู่โลกวิชาชีพให้กับนักศึกษาและศิษย์เก่าการตลาด กิจกรรมหนึ่งหลักสูตรหนึ่งศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมเชิญวิทยากรบรรยาย/อบรมในชั้นเรียนสาขาวิชาการตลาด กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะด้านการตลาด กิจกรรมสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาวิชาการตลาด การสำรวจภาวะการณ์มีงานทำของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด กิจกรรมการตลาดสัญจร กิจกรรมอบรมการประกันคุณภาพและประเมินผลการดำเนินงานสาขาวิชาการตลาด ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ กิจกรรมการตลาดประกวดบูรณา 4 พันธกิจผ่านสื่อออนไลน์ กิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตรสาขาวิชาการตลาด และกิจกรรมนักศึกษาเรียนรู้งานด้านการตลาดในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาวิชาการ สาขาวิชาการตลาด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.51, 4.31, 4.31, 4.26, 4.25, 4.18, 4.16, 4.10, 4.02, 3.95, 3.90, 3.84, 3.57, 3.38, 3.30 และ 3.15 ตามลำดับ

ความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ควรเพิ่มจำนวนกิจกรรมที่เน้นวิชาชีพหรือเสริมทักษะของนักศึกษาตามสาขาวิชาการตลาด เช่น กิจกรรมไต่เวที กิจกรรมการเตรียมพร้อมก่อนหรือหลังออกฝึกงาน เป็นต้น
2. กิจกรรมที่จัดควรเน้นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-3 เป็นหลัก และชั้นปีที่ 4 เน้นวิชาชีพ พร้อมกับการออกสู่ตลาดแรงงาน หรือสถานประกอบการ
3. การจัดกิจกรรมควรกำหนดวันและเวลาในแต่ละครั้งให้ชัดเจน
4. อยากให้นักศึกษาทุกชั้นปีมีส่วนร่วมทุกกิจกรรมทุกครั้ง
5. อยากให้นักศึกษาแต่ละชั้นปี เป็นรับผิดชอบกิจกรรมร่วมกับสาขาวิชาฯ เพื่อเป็นการพัฒนา และฝึกทักษะในการจัดกิจกรรม
6. การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งการให้ความร่วมมือค่อนข้างน้อย อยากให้กำหนดเป็นข้อบังคับของสาขาวิชาเรื่องจำนวนชั่วโมง หรือจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมแต่ละปี
7. อยากให้มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามัคคี การมีส่วนร่วม จิตอาสา ระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่องอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. **ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา** เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า อัตลักษณ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่อยากให้เป็น แบ่งเป็น 3 ด้าน ส่วนใหญ่**ด้านภูมิปัญญา** มีความคิดเห็นอยากให้มีทักษะในการเรียนรู้ ทักษะการคิดการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ **ด้านภูมิธรรม** อยากให้มีวินัยในตนเอง และ**ด้านภูมิฐาน** อยากให้มีความภูมิใจในตนเอง สถาบัน ท้องถิ่น และประเทศชาติ สอดคล้องกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปี สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555 ในเรื่อง รายละเอียดของหลักสูตร หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล กล่าวคือ การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา และผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านจะต้องพัฒนาโดยอาศัยกลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ทักษะด้านวิชาชีพทางการตลาด 2) ทักษะการใช้ภาษามลายูกลาง 3) ทักษะทางคอมพิวเตอร์ 4) บุคลิกภาพ 5) ทักษะด้านภาวะผู้นำ 6) มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 7) จิตอาสาและมีจิตสำนึกสาธารณะซึ่งเป็นคุณลักษณะที่นักศึกษาแต่ละคนจะได้รับการพัฒนา และตามมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาตามที่กำหนดในกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน

2. ข้อมูลด้านความคิดเห็น

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ด้านปรัชญาและความสำคัญของหลักสูตร คือ เรียนรู้สู่การเป็นนักบริหาร มุ่งมั่นพัฒนาบัณฑิตให้เป็นนักการตลาดมืออาชีพที่มีจรรยาบรรณ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม สร้างความเป็นนักการตลาดมืออาชีพ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งการบูรณาการความร่วมมือ เพื่อพัฒนาตนเอง องค์กร และท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา “ผลิตบัณฑิต ให้บริการวิชาการแก่สังคม วิจัย ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม พัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา เสริมสร้างความสมานฉันท์ให้สังคมพหุวัฒนธรรม พัฒนาองค์กรคุณภาพ” ด้านวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คือ เพื่อเสริมสร้างแนวคิดให้บัณฑิต เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาความรู้ เพื่อมีความพร้อมในการประกอบอาชีพหรือการศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจและสามารถปฏิบัติงานตามสาขาที่ได้ศึกษาโดยตรง สอดคล้องกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปี สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555 ในเรื่อง รายละเอียดของหลักสูตร หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตรกล่าวคือ การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน และตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators) ตามตัวบ่งชี้ 12 ข้อ ผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษา การประกันคุณภาพหลักสูตร เป็นแนวปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ มาตรการดำเนินการตาม TQF ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความสามารถที่นักศึกษาได้รับจากศึกษาหลักสูตร ในระดับมากที่สุด ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความสามารถที่นักศึกษาได้รับจากศึกษาหลักสูตร ในระดับมากที่สุด ด้านบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ สอดคล้องกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปี สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555 ในเรื่อง รายละเอียดของหลักสูตร หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล กล่าวคือ การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา และผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านจะต้องพัฒนาโดยอาศัยกลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ทักษะด้านวิชาชีพทางการตลาด 2) ทักษะการใช้ภาษามลายูกลาง 3) ทักษะทางคอมพิวเตอร์ 4) บุคลิกภาพ 5) ทักษะด้านภาวะผู้นำ 6) มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 7) จิตอาสาและมีจิตสำนึกสาธารณะซึ่งเป็นคุณลักษณะที่นักศึกษาแต่ละคนจะได้รับการพัฒนา และตามมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาตามที่กำหนดในกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต โดยแยกความคิดเห็นในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านวิธีการสอน ด้านเอกสารประกอบการสอน ด้านสื่อประกอบการเรียนการสอน ด้านมาตรฐานการเรียนรู้อย่างน้อย

ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลงานวิจัย จรรยา แก้วใจบุญ และดร.นิภา ไชยรินคำ (2551) สรุปผลการวิจัยว่า ด้านการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ บุคลากรภายในวิทยาลัยและผู้เกี่ยวข้องภายนอกสถาบัน เห็นว่า ด้านที่เป็นอัตลักษณ์และมีความโดดเด่นในระดับดีขึ้น คือ ด้านวิชาการ ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ ด้านศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ท้องถิ่น และด้านงานวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านสุขภาพและความคิดเห็นด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านวิธีการสอนของผู้สอน การถ่ายทอด ด้านการวัดและการประเมินผล ด้านความรู้ ด้านปัญญา ด้านมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับ อุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีจากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้านเกี่ยวกับด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรพรณี เผ่าทองสุขและคณะฯ (2553) สรุปผลการวิจัยว่า ด้านการประเมินปัจจัยเบื้องต้น ความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า การประเมินด้านอาจารย์ และปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอนอยู่ในระดับมากเป็นทิศทางเดียวกันในมาตรฐานเกณฑ์สูง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยภาศิริ เขตปิยรัตน์ และคณะ (2554) สรุปผลการวิจัยว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรสาขาวิชาในด้านต่าง ๆ ของสาขาวิชาการตลาด มีความพึงพอใจระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการหลักสูตรสาขาวิชา ด้านความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม ด้านทรัพยากรที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน และด้านสนับสนุนในกิจกรรมและการให้คำปรึกษา

2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยแยกความคิดเห็นในแต่ละกิจกรรม ได้แก่ จัดกีฬาสามสัมพันธ์น้องพี่การตลาด สอดคล้องกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปี สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555 ในเรื่องรายละเอียดของหลักสูตร หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตรกล่าวคือ การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน และตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators) ตามตัวบ่งชี้ 12 ข้อ ผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษา การประกันคุณภาพหลักสูตร เป็นแนวปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ มาตรการดำเนินการตาม TQF ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความ สามารถที่นักศึกษาได้รับจากศึกษาหลักสูตร ในระดับมากที่สุด ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความสามารถที่นักศึกษาได้รับจากศึกษาหลักสูตร ในระดับมากที่สุด ด้านบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ สอดคล้องกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปี สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555 ในเรื่องรายละเอียดของหลักสูตร หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การ

สอนและการประเมินผล กล่าวคือ การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา และผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านจะต้องพัฒนาโดยอาศัยกลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ทักษะด้านวิชาชีพทางการตลาด 2) ทักษะการใช้ภาษามลายูกลาง 3) ทักษะทางคอมพิวเตอร์ 4) บุคลิกภาพ 5) ทักษะด้านภาวะผู้นำ 6) มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 7) จิตอาสาและมีจิตสำนึกสาธารณะซึ่งเป็นคุณลักษณะที่นักศึกษาแต่ละคนจะได้รับการพัฒนา และตามมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรรายวิชาตามที่กำหนดในกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน และการจัดกีฬาสามสัมพันธ์เนื่องจากการตลาด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และความคิดเห็นกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ จัดกิจกรรมการตลาด 3 ดี ได้แก่ ด้านประชาธิปไตย (Democracy) ด้านคุณธรรมจริยธรรมและความเป็นไทย (Decency) ด้านภูมิคุ้มกันภัยจากยาเสพติด (Drug-Free กิจกรรมการตลาดสามสัมพันธ์วัฒนธรรม กิจกรรมเสวนาสู่โลกวิชาชีพให้กับนักศึกษาและศิษย์เก่าการตลาด กิจกรรมหนึ่งหลักสูตรหนึ่งศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมเชิญวิทยากรบรรยาย/อบรมในชั้นเรียน สาขาวิชาการตลาด กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะด้านการตลาด กิจกรรมสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาวิชาการตลาด การสำรวจภาวการณ์มีงานทำของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด กิจกรรมการตลาดสัญจร กิจกรรมอบรมการประกันคุณภาพและประเมินผลการดำเนินงานสาขาวิชาการตลาดตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ กิจกรรมการตลาดประกวดบูรณา 4 พันธกิจผ่านสื่อออนไลน์ กิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตร สาขาวิชาการตลาด และกิจกรรมนักศึกษาเรียนรู้งานด้านการตลาดในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปี สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555 ในเรื่อง รายละเอียดของหลักสูตร หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตรกล่าวคือ การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน และตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators) ตามตัวบ่งชี้ 12 ข้อ ผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปี การศึกษา การประกันคุณภาพหลักสูตร เป็นแนวปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้มาตรการดำเนินการตาม TQF ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความสามารถที่นักศึกษาได้รับจากศึกษาหลักสูตร ในระดับมากที่สุด ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความสามารถที่นักศึกษาได้รับจากศึกษาหลักสูตร ในระดับมากที่สุด ด้านบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ สอดคล้องกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตร 4 ปี สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555 ในเรื่อง รายละเอียดของหลักสูตร หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล กล่าวคือ การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา และผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านจะต้องพัฒนาโดยอาศัยกลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ทักษะด้านวิชาชีพทางการตลาด 2) ทักษะการใช้ภาษามลายูกลาง 3) ทักษะทางคอมพิวเตอร์ 4) บุคลิกภาพ 5) ทักษะด้านภาวะผู้นำ 6) มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 7) จิตอาสาและมีจิตสำนึกสาธารณะซึ่งเป็นคุณลักษณะที่นักศึกษาแต่ละคนจะได้รับการพัฒนา และตามมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรรายวิชาตามที่กำหนดใน

กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยภาศิริ เขตปิยรัตน์ และคณะ (2554) สรุปผลการวิจัยว่า ความพึงพอใจในระดับมาก โดยวิชาวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพการบริหารธุรกิจ 3 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สำหรับรายวิชาที่นักศึกษาที่มีความพึงพอใจว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพมากที่สุด คือ วิชาศิลปะการต้อนรับและการสื่อสารในงานบริการ จากการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรสาขาวิชาในด้านต่าง ๆ ของสาขาวิชาธุรกิจบริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการสนับสนุนในกิจกรรมและการให้คำปรึกษา ด้านความต้องการของตลาดแรงงานและสังคมเป็น ด้านการบริหารจัดการหลักสูตรสาขาวิชา และด้านทรัพยากรที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน

ข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ต่อการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน กิจกรรมเสริมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงควรพัฒนาให้มีความชัดเจนและการกำกับติดตามเพื่อผลักดัน การพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและชุมชน อย่างไรก็ตามการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรอยู่ตลอดเวลา โดยการดำเนินการประเมินหลักสูตรเพื่อการประกันคุณภาพทั้งภายในและภายนอก ทั้งนี้เพื่อให้ได้หลักสูตรที่ได้มาตรฐานและเป็นที่รู้จักของสังคมตลอดไป สามารถสรุปได้ 2 ประเด็น ดังนี้

1. ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ข้อมูลนักศึกษาศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน ดังนี้

1. เพิ่มทักษะการนำเสนอ หรือจำนวนครั้งในการนำเสนอในแต่ละรายวิชา
2. เน้นการศึกษานอกพื้นที่หรือนอกชั้นเรียน ทุกชั้นปี
3. ระบบการสอนเสริมเพิ่มเติมนอกจากในชั้นเรียน กรณีที่มีการประเมิน/ทดสอบก่อนเรียนแล้ว พบว่านักศึกษาที่ไม่ผ่านเกณฑ์ จะต้องมีการเรียนเสริมโดยการใช้ระบบอาจารย์เป็นผู้สอน หรือเพื่อนเป็นผู้สอนแทน กรณีนักศึกษาผ่านเกณฑ์ ไม่ต้องเรียนเสริมให้เรียนตามแผนการเรียนปกติ
4. มีสถานที่สำหรับการทำกิจกรรมที่เน้นทักษะทางการตลาด หรือพื้นที่สำหรับการปฏิบัติจริง ๆ ของสาขาวิชาการ
5. เพิ่มจำนวนวิชาที่เน้นทักษะทางวิชาชีพสาขาวิชาการตลาด
6. รายวิชาเอก ควรเน้นปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี
7. การสอนชดเชย ควรสอนก่อนสอบปลายภาคในแต่ละภาคเรียน
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเรียนการสอน ที่พบปัญหาบ่อยครั้ง ได้แก่
 - เช่นห้องน้ำไม่สะอาด
 - ลิฟต์ เสียบ่อยครั้ง ทำให้เข้าเรียนสาย ต้องเดินขึ้นบันได
 - ระบบเครือข่าย wifi ไม่สามารถใช้งานได้ บ่อยครั้ง

9. การส่งงาน / การบ้าน พบว่าในบางครั้งไม่รับรู้ข่าวสาร หรืออาจจะไม่ทราบข้อมูล เนื่องจากการกระจายข่าวสารจะใช้ช่องทางเครื่องมือสื่อสาร เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค หรือ Internet อื่น ในการประชาสัมพันธ์ ทำให้นักศึกษากลุ่มที่ไม่มีระบบ/Internet ที่บ้านก็จะไม่รับรู้ข่าวสาร เป็นต้น

2. ประเด็นความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ดังนี้

1. ควรเพิ่มจำนวนกิจกรรมที่เน้นวิชาชีพหรือเสริมทักษะของนักศึกษาตามสาขาวิชาการตลาด เช่น กิจกรรมได้วาที กิจกรรมการเตรียมพร้อมก่อนหรือหลังออกฝึกงาน เป็นต้น

2. กิจกรรมที่จัดควรเน้นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-3 เป็นหลัก และชั้นปีที่ 4 เน้นวิชาชีพพร้อมกับการออกสู่ตลาดแรงงาน หรือสถานประกอบการ

3. การจัดกิจกรรมควรกำหนดวันและเวลาในแต่ละครั้งให้ชัดเจน

4. อยากให้นักศึกษาทุกชั้นปีมีส่วนร่วมทุกกิจกรรมทุกครั้ง

5. อยากให้นักศึกษาแต่ละชั้นปี เป็นรับผิดชอบกิจกรรมร่วมกับสาขาวิชาฯ เพื่อเป็นการพัฒนา และฝึกทักษะในการจัดกิจกรรม

6. การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งการให้ความร่วมมือค่อนข้างน้อย อยากให้กำหนดเป็นข้อบังคับของสาขาวิชาเรื่องจำนวนชั่วโมง หรือจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมแต่ละปี

7. อยากให้มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามัคคี การมีส่วนร่วม จิตอาสา ระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). **พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553.**
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).
- กิตติมา ปรีดีติลก. (2529). **ทฤษฎีการบริหารองค์การ.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธนาคารพิมพ์.
จันทนา พาณิชตระกูล. (2548). การบริหารจัดการที่มีผลต่อความพึงพอใจของ
นักศึกษาในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(การจัดการทั่วไป) พระนครศรีอยุธยา.
- กัลยา นรสิงห์ (2546). **ความคิดเห็นของนิสิต อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้บริหารต่อกิจกรรม
รับน้องใหม่และประชุมเชียร์ของนิสิตมหาวิทยาลัยทักษิณ.**
สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ .2555-2559.** กรุงเทพฯ : สหมิตรพรินต์
แอนด์พับลิชชิง จำกัด, 2554. 137 หน้า. (330 ค829ผ)
- งานประกันคุณภาพการศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม (2555).
ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม
: งานประกันคุณภาพการศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม.
- จุฑาทิพย์ สุทธิเทพ (2554.) **การศึกษาความพึงพอใจในอัตลักษณ์นักศึกษา
โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.**
- ฉวีวรรณ แซ่ซี. (2549) **แนวคิดและทฤษฎีการประเมินหลักสูตร.** [ออนไลน์] แหล่งที่มา:
<http://netra.lpru.ac.th/~phaitoon/1evalproj/1evalproj/copyformweb/conceptcurr1.pdf>. (18 ธันวาคม 2555)
- ชญาณุ คลังวิเชียร. (2552) **ความพึงพอใจของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ต่อหลักสูตร
บัญชีบัณฑิต (4ปี) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปี
การศึกษา 2551 หรือปีงบประมาณ 2552 : คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์**
- เทพนม เมืองแมน และ สวิง สุวรรณ. (2542). **พฤติกรรมองค์การ.** พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). **การบริหารเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- บทความและบทวิเคราะห์ AEC.** (2556) หัวข้อ สถาบันอุดมศึกษาไทยพร้อมรับ
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (ออนไลน์) สยามธุรกิจ.

แหล่งที่มา: <http://www.thai-aec.com/709> (6 กุมภาพันธ์ 2556)

ประไพพิศ บุญชิต. (2548) การประเมินหลักสูตร. [ออนไลน์] (18 ธันวาคม 2555)

แหล่งที่มา: http://www.sobkroo.com/img_news/file/A28592198.pdf.

ฟ้ามุ่ย สุกกันสีล. (2548). ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเลขาธิการ
คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. รายงานการวิจัย บธ.บ. (ธุรกิจบริการ)

ภาศิริ เขตปิยรัตน์ และคณะ (2554) ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตร
บริหารธุรกิจ (4ปี) ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
ปีการศึกษา 2553. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.

มณี โพธิ์เสน. (2543). ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนและบุคลากรในโรงเรียน
ต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนโพธิ์เสนวิทยา อำเภอบำบอง จังหวัดหนองคาย.
รายงานค้นคว้าอิสระปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กองแผนงาน. (2538). รายงานการสำรวจและวิเคราะห์
เบื้องต้นภาวะการทำงานทำของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รุ่นปีการศึกษา 2537. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. (2553). สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตมหาวิทยาลัย
ราชภัฏบุรีรัมย์. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

(Online : http://www.bru.ac.th/index.php?option=com_content&view=article&id=206:---2553&catid=29:2010-11-17-05-07-19)

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร :
นานมีบุ๊คส์

วรพรรณี เฝ้าทองสุข และคณะฯ (2553) การวิจัยประเมินหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาจุลชีววิทยาอุตสาหกรรมพุทธศักราช 2549
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วสันต์ ทองไทย. (2551) การประเมินหลักสูตรจากทฤษฎีสู่ปฏิบัติ. สาขาวิจัยและ
ประเมินผลการศึกษา ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. [ออนไลน์]

แหล่งที่มา: http://www.doed.edu.ku.ac.th/article/eva_curri.pdf.

(18 ธันวาคม 2555)

สัมศักดิ์ คงเทียน และ อัญชลี โพธิ์ทอง. (2542). การบริหารบุคคลและทรัพยากรมนุษย์.
กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎามนตรี.พระราชบัญญัติ
การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการ

การศึกษาแห่งชาติ, 2543.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2553). รายงานการวิจัยเรื่องความพึงพอใจ
ของผู้รับบริการที่มีต่อการปฏิบัติงานของ สช. กรุงเทพฯ : ศูนย์สภาพแวดล้อม.

สำนักบริการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของเกาหลีใต้. (2553). การสำรวจความพึงพอใจ
นายจ้างต่อแรงงานไทย.(Online: http://www.koreafight.co.cc/2011/01/blog_post_24.html)

สายสวาท เผ่าพงษ์ และคณะ (2555). อัตลักษณ์บัณฑิตวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี
นครราชสีมา. : วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี นครราชสีมา.

สุธิดา วัฒนยืนยง และคณะ (2556). ประเมินการใช้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา : ภาควิชาบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2555.
ภาควิชาบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

อุทัยพรรณสุดใจ. (2550). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การ
โทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาประยุกต์.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Maslow, A. M. (2006). **Motivation and Personality**. 2 nd ed. New York :
Harper & Row Publisher.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม
เรื่อง อัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

.....

คำชี้แจง

โครงการวิจัยนี้มีเพื่อศึกษาอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

1. โปรดตอบแบบสอบถามทุกตอนและทุกหัวข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลที่จะนำไปประกอบการวิจัย เพื่ออัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายการจัดการศึกษา

2. แบบสอบถามนี้จัดหมวดหมู่คำถามเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียน การสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอนของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

โดยมีระดับความคิดเห็นที่เป็นเชิงปริมาณ การแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยคะแนน จากมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ในแบบสอบถามชุดต่าง ๆ ใช้เกณฑ์ดังนี้

- | | | |
|---|-------------|--------------------|
| 5 | หมายความว่า | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายความว่า | เห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายความว่า | เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายความว่า | เห็นด้วยน้อย |
| 1 | หมายความว่า | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่เป็นจริงของท่าน และระบุข้อมูลให้ครบถ้วน

1. สถานภาพ

() อาจารย์ () ผู้ใช้บัณฑิต

2. เพศ

() ชาย () หญิง

3. วุฒิการศึกษาสูงสุด

() กำลังศึกษาปีที่ 1 () กำลังศึกษาปีที่ 2
() กำลังศึกษาปีที่ 3 () ปริญญาตรี
() ปริญญาโท () ปริญญาเอก

4. อายุการทำงาน (สำหรับผู้ใช้บัณฑิต)

() 1-5 ปี () 6-10 ปี
() 11-15 ปี () 16-20 ปี
() 21-25 ปี () มากกว่า 25 ปี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ทางขวามือ ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

อัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2.1 ปรัชญาและความสำคัญของหลักสูตร					
2.1.1 เรียนรู้สู่การเป็นนักบริหาร มุ่งมั่นพัฒนาบัณฑิตให้เป็นนักการตลาดมืออาชีพที่มี จรรยาบรรณ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม สร้างความเป็น นักการตลาดมืออาชีพ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งการบูรณาการความร่วมมือ เพื่อ พัฒนาตนเอง องค์กร และท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ					
2.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร					
2.2.1 ผลิtbัณฑิตด้านบริหารธุรกิจให้มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางในระดับ วิชาชีพ โดยสามารถนำไปปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และ รัฐวิสาหกิจ ตลอดจนประกอบอาชีพส่วนตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล					
2.2.2 เพื่อเสริมสร้างแนวคิดให้บัณฑิต เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ แสวงหาความรู้ และมีความพร้อมในการประกอบอาชีพหรือการศึกษาต่อ ในระดับสูงขึ้นเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจและสามารถ ปฏิบัติงานตามสาขาที่ได้ศึกษาโดยตรง					
2.2.3 เพื่อปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต ความ ขยันหมั่นเพียร ความสำนึกในจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และสังคมตลอดจนธำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของ ไทย					
3. บุคลิกภาพที่พึงประสงค์					
3.1.1 บุคลิกภาพด้านสังคมและอารมณ์					
3.1.2 บุคลิกภาพด้านมนุษยสัมพันธ์					
3.1.3 บุคลิกภาพด้านคุณธรรมจริยธรรม					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ทางขวามือ ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

1. วิธีการสอนของผู้สอน เห็นสมควรถ่ายทอดด้วยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1.1 บรรยาย	() 1.2 สาธิต
() 1.3 ปฏิบัติการ	() 1.4 ค้นคว้า ทำรายงาน
() 1.5 ศึกษาดูงานนอกสถานที่	() 1.6 อภิปราย
() 1.7 ปฏิบัติงานงานนอกสถานที่	() 1.8 เชิญวิทยากรบรรยายหรืออบรมพิเศษในชั้นเรียน
() 1.9 การประกวดแผนธุรกิจ (แผนการตลาด)	
() 1.10 อื่น ๆ ระบุ.....	

การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนการสอน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. ด้านวิธีการสอน					
2.1 อาจารย์ชี้แจงจุดมุ่งหมายรายวิชาและหัวข้อการเรียนรู้ ตลอดจนเกณฑ์การวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบก่อนเริ่มการเรียนในรายวิชา					
2.2 อาจารย์ใช้วิธีและเทคนิคการสอนสอดคล้องกับเนื้อหาวิชาที่สอน					
2.3 อาจารย์มีความสามารถในการกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความสนใจและกระตือรือร้นในการเรียน มีการนำเทคนิคการสอนใหม่ๆ มาใช้ในการสร้างบรรยากาศในการเรียน					
2.4 อาจารย์จัดเนื้อหาวิชาภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติได้อย่างสอดคล้อง					
2.5 อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในระหว่างการเรียนการสอน					
2.6 อาจารย์มีการสรุปบทเรียนหลังจากที่เรียนจบแล้ว					
2.7 อาจารย์สอดแทรกคุณธรรมและจริยธรรมในขณะที่มีการเรียนการสอน					
2.8 อาจารย์มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้และทักษะนอกเหนือจากที่เรียนในชั้นเรียน					
2.9 อาจารย์สนับสนุนและให้กำลังใจในการเรียนแก่นักศึกษา					
2.10 อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าพบและสอบถามข้อสงสัยนอกห้องเรียน					
3. ด้านเอกสารประกอบการสอน					
3.1 อาจารย์มีแผนการสอนแจกให้แก่ นักศึกษาทุกรายวิชา					
3.2 อาจารย์มีเอกสารที่เรียบเรียงขึ้นเพื่อประกอบการสอนทุกรายวิชา					
3.3 อาจารย์มีการแนะนำหนังสือ ตำรา หรือเอกสารประกอบการสอนให้นักศึกษาได้ค้นคว้าประกอบการเรียน					
3.4 ห้องสมุดมีหนังสือ ตำรา สื่อการสอน หรือเอกสารประกอบการสอนให้นักศึกษาได้ค้นคว้าประกอบการเรียนอย่างเพียงพอ					
3.5 หนังสือ ตำรา สื่อการสอน หรือเอกสารประกอบการสอนที่อาจารย์ใช้มีความทันสมัย					

การเรียนรู้การสอนและกระบวนการเรียนรู้การสอน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. ด้านสื่อประกอบการเรียนรู้การสอน					
4.1 อาจารย์มีใช้สื่อประกอบการเรียนรู้การสอนที่เหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนรู้การสอน					
4.2 อาจารย์ใช้สื่อการสอนที่ทันสมัย					
4.3 สื่อการสอนมีความสอดคล้องกับเนื้อหา บทเรียน จุดมุ่งหมายที่สอน					
4.4 สื่อการสอนช่วยให้ นักศึกษามีความเข้าใจในเนื้อหา บทเรียนมากขึ้น					
4.5 สื่อการเรียนรู้การสอนหลากหลาย ช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจในบทเรียน					
5. ด้านการวัดและการประเมินผล					
5.1 อาจารย์ชี้แจงเกณฑ์การวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบก่อนเริ่มการเรียนรู้					
5.2 อาจารย์มีการวัดและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง					
5.3 อาจารย์มีเกณฑ์การวัดและประเมินผลยุติธรรม					
5.4 อาจารย์มีการประเมินผลก่อนเริ่มเรียนรายวิชา เพื่อดูพื้นฐานและความพร้อมของนักศึกษา					
5.5 อาจารย์มีการประเมินผลระหว่างเรียน เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของนักศึกษาและพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น					
5.6 อาจารย์วัดและประเมินผลตรงตามจุดมุ่งหมายและเนื้อหาวิชาที่สอน					
5.7 อาจารย์นำผลจากการวัดและประเมินผลระหว่างการเรียนมาปรับปรุงเทคนิคและวิธีการสอน					
5.8 อาจารย์มีการประเมินผลนักศึกษาหลากหลายวิธี					
5.9 อาจารย์มีการวัดและประเมินผลได้ครบทั้งทางด้านความรู้ เจตคติและทักษะ					
5.10 อาจารย์ได้แจ้งผลการเรียนแก่นักศึกษา เพื่อให้ นักศึกษาได้ปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องในการเรียนของตนเอง					
6. มาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตรรายวิชา 5 ด้าน					
6.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม					
6.1.1 การปฏิบัติตามกรอบระเบียบ ข้อบังคับของสถาบันและสังคม					
6.1.2 การแสดงออกถึงการมีวินัยในการเรียน ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่องานสถาบัน และสังคม					
6.1.3 การแสดงออกถึงการเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์					
6.1.4 การแสดงออกถึงการมีจิตอาสา					
6.1.5 การแสดงออกถึงการยึดมั่นในคุณธรรมตามกรอบวิชาชีพ					
6.2 ด้านความรู้					
6.2.1 การแสดงออกถึงการมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และห้องสมุดเพื่อการแสวงหาความรู้					
6.2.2 การแสดงออกถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้					
6.2.3 การแสดงออกถึงความสามารถในการบูรณาการความรู้					
6.2.4 การแสดงออกถึงความสามารถในการประยุกต์ความรู้					

การเรียนรู้การสอนและกระบวนการเรียนรู้การสอน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
6.2.5 การแสดงออกถึงการมีหลักคิดทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพ					
6.2.6 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา					
6.3 ด้านปัญญา					
6.3.1 การแสดงออกถึงการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และคิดวิเคราะห์					
6.3.2 การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงเหตุผล					
6.3.3 การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงบูรณาการ					
6.3.4 การแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์					
6.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					
6.4.1 สามารถปรับตัวในการใช้ชีวิตในสถาบัน					
6.4.2 การแสดงออกถึงความสามารถในการเรียนเป็นกลุ่ม					
6.4.3 การแสดงออกถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีและเหมาะสม					
6.4.4 การแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม					
6.4.5 แสดงออกถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุวัฒนธรรม					
6.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ					
6.5.1 แสดงออกถึงความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร					
6.5.2 แสดงออกถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารระดับบุคคล โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแลกเปลี่ยนข้อมูล					
6.5.3 แสดงออกถึงความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข แปลผลและนำเสนอข้อมูล					
6.5.4 แสดงออกถึงความสามารถในการสื่อสารต่อสาธารณชน โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม					

ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน กระบวนการเรียนรู้การสอน และ มาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี จากหลักสูตรสู่รายวิชา 5 ด้าน

1. ด้านวิธีการสอน

.....

.....

.....

2. ด้านเอกสารประกอบการสอน

.....

.....

.....

3. ด้านสื่อประกอบการเรียนการสอน

.....

.....

.....

4. ด้านการวัดและการประเมินผล

.....

.....

.....

5. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

.....

.....

.....

6. ด้านความรู้

.....

.....

.....

7. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

.....

.....

.....

8. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่
พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ทางขวามือ ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

กิจกรรมเสริมหลักสูตร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. อบรมพัฒนาทักษะด้านการตลาด					
2. จัดกิจกรรมการตลาดสัญจร					
3. จัดกิจกรรมการตลาดประกวดบูรณา 4 พันธกิจผ่านสื่อออนไลน์					
4. เข้าร่วมประกวดผลงานสร้างสรรค์ด้านการตลาด					
5. อบรมการประกันคุณภาพและประเมินผลการ ดำเนินงานสาขาวิชาการตลาดตาม กรอบ TQF					
6. เสวนาสู่โลกวิชาชีพให้กับนักศึกษาและศิษย์เก่าการตลาด					
7. การตลาด 3 ดี ได้แก่ ด้านประชาธิปไตย (Democracy) ด้านคุณธรรม จริยธรรม และความเป็นไทย (Decency) และด้านภูมิคุ้มกันภัยจากยาเสพติด (Drug-Free)					
8. เชิญวิทยากรบรรยายพิเศษในชั้นเรียนสาขาวิชาการตลาด					
9. นักศึกษาเรียนรู้ดูงานด้านการตลาดในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้					
10. สำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด					
11. สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาวิชาการตลาด					
12. การตลาดสานสัมพันธ์วัฒนธรรม					
13. หนึ่งหลักสูตรหนึ่งศิลปวัฒนธรรม					
14. จัดกีฬาสานสัมพันธ์น้องพี่การตลาด					
15. ประชาสัมพันธ์หลักสูตรสาขาวิชาการตลาด					
16. จัดกิจกรรม มรย.วิชาการ สาขาวิชาการตลาด					

ความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดเกี่ยวกับด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่
พึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ในนามของคณะกรรมการประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการ
จัดการ ขอขอบคุณท่านที่ได้เสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

ภาคผนวก ค

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการวิจัย

ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

1. ชื่อ- นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวสุธิดา วัฒนยืนยง
(ภาษาอังกฤษ) MISS SUTIDA WATTANAYUENYONG
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3841100006963
3. ตำแหน่งปัจจุบัน
หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถนนเทศบาล 3 ตำบลสะเตง
อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000 โทรศัพท์ 0-7322-7155-6 โทรสาร 0-7322-7128,
5. ประวัติการศึกษา
ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต ศศ.บ (การตลาด)สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
ปีที่จบการศึกษา 2543
ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บธ.ม (การตลาด)มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปีที่จบการศึกษา 2550
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา)
สาขาศิลปะการออกแบบผลิตภัณฑ์
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
 - 7.1 ส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางที่มีความสัมพันธ์กับผลผลิตยางพาราในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส) ปีที่พิมพ์ 2552. สถานภาพ เป็นคณะวิจัย
 - 7.2 สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มยางพาราเพื่อการแข่งขันของเกษตรกรชาวสวนยางในเขตห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้(สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ปีที่พิมพ์ 2553.สถานภาพเป็นคณะวิจัย
 - 7.3 แนวโน้มปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนอุตสาหกรรมยางในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย สถานภาพเป็นคณะวิจัย
 - 7.4 กลยุทธ์การตลาดเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเรืออำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ปีที่พิมพ์ 2554. สถานภาพเป็นคณะวิจัย
 - 7.5 การจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สถานภาพเป็นผู้วิจัย(อยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย)
 - 7.6 การบูรณาการกลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาเกษตรกรชาวสวนยางพาราในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง ปีที่พิมพ์ 2554. สถานภาพเป็นคณะวิจัย

ผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นางอัปสร อีซอ
(ภาษาอังกฤษ) MRS. APSORN E-SOR
2. รหัสประจำตัวบัตรประชาชน 3949900306828
3. ตำแหน่งปัจจุบัน
รองศาสตราจารย์ สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
4. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถนนเทศบาล3 ตำบลสะเตง
อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000 โทรศัพท์ 0-7322-7155-6 โทรสาร 0-7322-7128
5. ประวัติการศึกษา
ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต บธ.บ (การตลาด) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปี 2522
ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บธ.ม (การตลาด)มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ปี 2532
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา)
 - 6.1 ความคิดสร้างสรรค์ไอเดียธุรกิจ การประยุกต์ความคิดสร้างสรรค์ในงานธุรกิจ
เศรษฐกิจสร้างสรรค์
 - 6.2 การค้นหาความถนัด อัจฉริยภาพ การบริหารตนเองสู่ความสำเร็จ การค้นหา
ตนเอง แผนที่ชีวิต
 - 6.3 การพัฒนาตนเองและพัฒนางาน การพัฒนาตนเองสู่ความสำเร็จ ฯลฯ
 - 6.4 เทคนิคการจัดทำวิจัยชุด เทคนิคการวิจัย ฯลฯ
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอก
 - 7.1 รูปแบบการสอนเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณาจารย์สถาบันราชภัฏยะลา. ยะลา :
สถาบันราชภัฏยะลา.(2547).
 - 7.2 การพัฒนารูปแบบการสอนแบบเกมในการจัดการเรียนการสอนสายวิชาการตลาด
(กรณีมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้). ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏ.(2550).
 - 7.3 การพัฒนาชุดนักศึกษามุสลิมหญิง (อียูบ)มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์
ภาคใต้. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.(2551).
 - 7.4 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดยะลา. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
ยะลา.(2552-2553).
 - 7.5 การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถ์ข้าวเกรียบ (ปาลอ-กรือโอ๊ะ) สู่ธุรกิจแฟรนไชส์.
ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.(2554).

ผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นางปวีณา เจอะอารง
(ภาษาอังกฤษ) MRS. PAWEENA JEHARRONG
2. รหัสประจำตัวบัตรประชาชน 3940500144083
3. ตำแหน่งปัจจุบัน
อาจารย์พนักงานมหาวิทยาลัยสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถนนเทศบาล3 ตำบลสะเตง
อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000 โทรศัพท์ 0-7322-7155-6 โทรสาร 0-7322-7128
5. ประวัติการศึกษา
ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ปี 2546
ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บธ.ม (การตลาด)มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตปี 2550
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา)
-
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอก
 - 7.1 การศึกษาภาวะการมีงานทำของบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ปีการศึกษา 2549 – 2550: งบประมาณวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
 - 7.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ปีการศึกษา 2549 – 2550: งบประมาณวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
 - 7.3 การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบเกม ในรายวิชาหลักการตลาด (ผู้ช่วยวิจัย): ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัปสร อีซอ เป็นผู้วิจัย
 - 7.4 การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา: งบประมาณการศึกษา (บกศ.) มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
 - 7.5 สภาพการดำเนินงานและปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (กรณีศึกษาจังหวัดยะลา): งบประมาณการศึกษา (บกศ.) มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
 - 7.6 การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 4 และ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค: กรณีศึกษาสินค้าประเภทอาหารของจังหวัดปัตตานี ยะลาและนราธิวาส: งบประมาณการศึกษา (บกศ.) มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา