

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
แขนงวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
Stakeholder Analysis for the Development of the Bachelor of Business
Administration Marketing Curriculum
at Rajamangala University of Technology, Tawan-ok

วัชรภรณ์ ขายม^{1*}, ประวิทย์ พุ่มพา²

ขจรจิตร ธารสาร³ และ สรวงภรณ์ สัจภาพิขิต⁴

Watcharaporn Kayom^{1*}, Prawit Phumpha²

Khajornjit Thanasarn³, and Sruangporn Satjapapichit⁴

**Corresponding Author*

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Faculty of Business Administration and Information Technology,

Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Thailand

E-mail: watcharaporn_ka@rmutto.ac.th^{1*}

Received August 27, 2025; Revised October 5, 2025; Accepted October 15, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ออนไลน์ผ่าน Google Form ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน และผู้เรียนเป้าหมายของหลักสูตร ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียความคิดเห็นต่อ 1) ความสำคัญและความจำเป็นของรายวิชาต่างๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ในอนาคต ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย กลุ่มวิชาแกน กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน กลุ่มวิชาฝึกงานและสหกิจศึกษา และกลุ่มวิชาเลือก 2) ความคิดเห็นต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ภาพรวมทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะส่วนบุคคล 3) ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัณฑิตหลักสูตรที่พึงประสงค์ ประกอบด้วย ความรู้และทักษะที่จำเป็น การใช้เทคโนโลยีและภาษา ความต้องการของตลาดแรงงาน 4) ความคิดเห็นและความ

คาดหวังเกี่ยวกับการเข้าศึกษาในหลักสูตร ประกอบด้วย ทักษะด้านการตลาดและบริหารธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การประกอบธุรกิจส่วนตัว และการทำงานในองค์กรที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน และ 5) เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) โดยกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) จำนวน 4 ข้อ และผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อยของหลักสูตร (Sub PLOs) จำนวน 10 ข้อ

คำสำคัญ: ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย; การพัฒนาหลักสูตร; ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร; การตลาด; การจัดการเรียนรู้ฐานผลลัพธ์

Abstract

This research aimed to 1) study stakeholders' opinions on the development of the Bachelor of Business Administration in Marketing program and 2) study the development guidelines for the Bachelor of Business Administration in Marketing program. This survey research used questionnaires and online interviews via Google Forms to collect data from stakeholders in the curriculum development, including graduate users, alumni, current students, and the program's target learners. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, and qualitative data were analyzed using descriptive analysis. The results revealed that stakeholders' opinions on 1) the importance and necessity of various courses for future use were at the highest average level, consisting of core courses, specialized courses, internship and cooperative education courses, and elective courses. 2) Opinions on curriculum learning outcomes were at the highest average level in all aspects, consisting of knowledge, skills, ethics, and personal characteristics. 3) opinions on desirable graduate characteristics of the program, consisting of essential knowledge and skills, use of technology and language, and labor market needs. 4) opinions and expectations about studying in the program, consisting of marketing and business management skills, use of technology, continuous development, and owning one's own business. And working in organizations that are in demand in the labor market, and 5) suggesting guidelines for developing the Bachelor of Business Administration curriculum in Marketing (revised curriculum 2025) by specifying four curriculum program learning outcomes (PLOs) and 10 curriculum sub-program learning outcomes (Sub PLOs).

Keywords: stakeholders; curriculum development; curriculum learning outcomes; marketing; outcome-based learning management

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) และตามเจตนารมณ์ของแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560–2579) ความท้าทายที่เป็นพลวัตของโลกศตวรรษที่ 21 ทั้งในส่วนที่เป็นแรงกดดันภายนอก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของบริบทเศรษฐกิจและสังคมโลก อันเนื่องจากการปฏิวัติดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม 4.0 การดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 2573 (Office of the Education Council, 2017) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด ในฐานะสถาบันหนึ่งที่เป็นผู้นำด้านวิชาการทางการบริหารธุรกิจ ได้เล็งเห็นความจำเป็นในการปรับปรุงหลักสูตร เพื่อเร่งสร้างองค์ความรู้ นวัตกรรมและเทคโนโลยี การทำความเข้าใจในหลักการและเครื่องมือที่ทันสมัย รวมถึงการสร้างทักษะในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ

การปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด พ.ศ. 2568 จากหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2563 จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต้องยึดเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2565 (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2022) เพื่อให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2565 ในการปรับปรุงหลักสูตรได้พิจารณาถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตรเป็นสำคัญ (Faculty of Education, Wongchawalitkul University, 2022) อันประกอบด้วยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ นักวิชาการสถานประกอบการ ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน และกลุ่มผู้เรียนเป้าหมายของหลักสูตร

ทั้งนี้ การวางแผนคุณภาพของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) เริ่มตั้งแต่กระบวนการออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชาในหลักสูตร โดยคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรฯ ทำการสำรวจความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เพื่อนำมากำหนดเป็นผลลัพธ์ การเรียนรู้ที่คาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากนั้นนำไปกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcome: PLOs) และทำการจำแนกผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อยของหลักสูตร (Sub PLOs) จากนั้นดำเนินการร่างหลักสูตร วิพากษ์หลักสูตร และกลั่นกรองหลักสูตร ก่อนนำเสนอเข้าสู่ที่ประชุมคณะกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความเห็นชอบและนำเสนอต่อสภาวิชาการมหาวิทยาลัย และสภามหาวิทยาลัยเห็นชอบหลักสูตรต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) ตลอดจนการจัดการเรียนการสอน ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์

สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน และสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด

การทบทวนวรรณกรรม

1) **ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)** หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นแก่ผู้เรียนผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการศึกษา ฝึกอบรม หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการฝึกปฏิบัติ หรือการเรียนรู้จริงในที่ทำงานระหว่างการศึกษา ซึ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 คุณวุฒิแต่ละระดับต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของหลักสูตร สถาบันอุดมศึกษา วิชาชีพ ประเทศชาติ และบริบทโลก ประกอบด้วยอย่างน้อย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความรู้ (Knowledge) 2) ทักษะ (Skills) 3) จริยธรรม (Ethics) และ 4) ลักษณะบุคคล (Character) (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2022)

2) **ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)** หมายถึง บุคคล/กลุ่มบุคคล และบุคคลหรือกลุ่มของสถาบันที่มีอิทธิพลและผลกระทบต่อหลักสูตรที่มีความสนใจในหลักสูตร ซึ่งอาจจะมีหรือไม่มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจในการพัฒนาหลักสูตร (Faculty of Education, Wongchawalitkul University, 2022) ทั้งนี้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด ได้กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของหลักสูตร ประกอบด้วย 1) ผู้ใช้บัณฑิต 2) ศิษย์เก่า 3) ศิษย์ปัจจุบัน และ 4) ผู้เรียนเป้าหมายของหลักสูตร อันเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง 2568) และสามารถเป็นแนวทางกำหนด PLOs ของหลักสูตร

3) **การศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ (Outcome-based Education: OBE)** หมายถึง การจัดการศึกษา โดยการพัฒนาหลักสูตร การพัฒนาเนื้อหา และการประยุกต์ใช้กระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนาสมรรถนะเฉพาะ เพื่อให้สอดคล้องกับบทบาททางวิชาชีพ ความต้องการของผู้เรียน และความต้องการของสังคม โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 องค์ประกอบ คือ 1) ผลการเรียนรู้ 2) วิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ และ 3) กิจกรรมการเรียนรู้ ทั้งนี้นำเสนอแนวทางที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีพลวัต และปรับเปลี่ยนได้ ซึ่งจะเตรียมบุคคลให้พร้อมสู่ความสำเร็จในโลกที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยการจัดลำดับความสำคัญของผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เฉพาะเจาะจง OBE จัดเตรียมทักษะ ความรู้ และทัศนคติที่จำเป็น (Yanawongsa et al., 2020)

4) กระบวนการพัฒนาหลักสูตรตามแนวทาง OBE

กระบวนการออกแบบหลักสูตร หรือที่เรียกว่า ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (Outcome-based Education: OBE) (Poolsawat & Rungruang, 2024) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ Stakeholders ที่สำคัญของหลักสูตร

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของหลักสูตรในขั้นตอนเริ่มต้นของการพัฒนาหลักสูตรมีความสำคัญด้วยเหตุผลหลายประการ คือ การจัดตำแหน่งให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การออกแบบที่ปรับให้เหมาะสม ความรู้สึกเป็นเจ้าของและการสนับสนุน มุมมองที่หลากหลาย การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 2 การจัดเรียงความสำคัญ ทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญและความต้องการที่สำคัญต่อการพัฒนาหลักสูตร

การจัดลำดับความสำคัญ รวมทั้งองค์ประกอบที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและองค์ประกอบที่จำเป็น มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรด้วยเหตุผลที่น่าสนใจหลายประการ คือ การจัดสรรทรัพยากร ความเกี่ยวข้องและประเด็นสำคัญ โดยการระบุและจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบที่จำเป็นต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หลักสูตรยังคงสอดคล้องอย่างใกล้ชิดกับความต้องการในโลกแห่งความเป็นจริง

ขั้นตอนที่ 3 กำหนด PLOs ของหลักสูตรต่อการพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตร PLOs จัดทำแผนงานที่ชัดเจนและรัดกุมสำหรับสิ่งที่ผู้เรียนคาดว่าจะบรรลุเมื่อสิ้นสุดหลักสูตร เป้าหมายการออกแบบหลักสูตร กลยุทธ์การสอน และวิธีการประเมิน สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย PLOs ที่กำหนดไว้อย่างดีทำให้มั่นใจได้ว่าเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โดยสรุป แนวคิดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565 ที่ครอบคลุมความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับการจัดการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ (OBE) ซึ่งกำหนดผลลัพธ์ วิธีประเมิน และกิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกัน ขณะเดียวกัน การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน และผู้เรียนเป้าหมายเป็นกลไกต้นทางที่ทำให้การกำหนดและจัดลำดับความสำคัญของความต้องการเป็นไปอย่างมีส่วนร่วม และตรงกับความเป็นจริงของตลาดแรงงาน เมื่อบูรณาการสามแกนนี้เข้าด้วยกัน จึงเกิดกรอบการพัฒนาหลักสูตรที่เริ่มจากการทำความเข้าใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จัดลำดับประเด็นสำคัญ กำหนด PLOs ที่ชัดเจน และถ่ายทอดสู่โครงสร้างรายวิชา การสหกิจ/ฝึกประสบการณ์ และการประเมินผล ทำให้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด (ปรับปรุง 2568) มีทิศทางชัดเจน ตอบโจทย์สมรรถนะวิชาชีพการตลาด และรองรับพลวัตของบริบทเศรษฐกิจและเทคโนโลยีร่วมสมัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม และการวางแผนคุณภาพการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ออนไลน์ผ่าน Google Form มีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด โดยสุ่มเลือกตัวอย่างการวิจัยแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย

1) ผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 20 คน เลือกตัวอย่างจากฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่มีการรับบัณฑิตเข้าปฏิบัติงาน หรือนักศึกษาเข้าฝึกงาน/สหกิจศึกษา ระหว่างปีการศึกษา 2564–2566

2) ศิษย์เก่า จำนวน 20 คน เลือกตัวอย่างจากศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาในระหว่างปีการศึกษา 2565–2566

3) ศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 70 คน เลือกตัวอย่างจากนักศึกษาปัจจุบันที่เข้าศึกษาในระหว่างปีการศึกษา 2563–2566

4) ผู้เรียนเป้าหมายของหลักสูตร จำนวน 30 คน เลือกตัวอย่างจากสถาบันการศึกษาที่แขนงวิชาการตลาด มีเครือข่ายอย่างไม่เป็นทางการ จากกิจกรรมการแนะแนวและประชาสัมพันธ์หลักสูตร ระหว่างปีการศึกษา 2565–2566

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและมีความน่าเชื่อถือ โดยแนวทางการออกแบบข้อคำถามปรับใช้จากคู่มือการจัดทำหลักสูตรที่มุ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนเพื่อรองรับการประเมินคุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์การประเมิน AUN-QA (Faculty of Education, Wongchawalitkul University, 2022) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร จำนวน 3 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.67–1.00 ทั้งนี้ได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จากกลุ่มคล้ายตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ค่า

สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ระหว่าง 0.825–0.913 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Hair et al., 2019) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต โดยเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บัณฑิต มุมมองของผู้ใช้บัณฑิตต่ออนาคตของสาขาวิชาชีพ การตลาด ความคิดเห็นต่อความสำคัญและความจำเป็นของรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ตลอดจนความคาดหวังกับบัณฑิตการตลาดในอนาคต

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของศิษย์เก่าที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของศิษย์เก่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นต่อความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาของหลักสูตรและสถานการณ์จริงในการประกอบอาชีพ คุณลักษณะที่ได้รับพัฒนาจากการศึกษาในหลักสูตร ความคิดเห็นที่มีต่อรายวิชาต่างๆ ในหลักสูตร ตลอดจนข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร

ชุดที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบันที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของศิษย์ปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นต่อความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาของหลักสูตรและสถานการณ์จริงในการประกอบอาชีพ คุณลักษณะที่ได้รับพัฒนาจากการศึกษาในหลักสูตร ความคิดเห็นที่มีต่อรายวิชาต่างๆ ของหลักสูตร ตลอดจนข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร

ชุดที่ 4 เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เรียนเป้าหมายของหลักสูตรที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด โดยเป็นคำถามเกี่ยวกับ มุมมองของผู้สนใจเรียนต่ออนาคตของแขนงวิชาการตลาด ตลอดจนความคาดหวังที่มีต่อหลักสูตร

การวัดระดับความคิดเห็นสำหรับแบบสอบถาม ชุดที่ 2 และชุดที่ 3 แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความสำคัญหรือความคิดเห็นมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความสำคัญหรือความคิดเห็นมาก
- 3 หมายถึง ระดับความสำคัญหรือความคิดเห็นปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความสำคัญหรือความคิดเห็นน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความสำคัญหรือความคิดเห็นน้อยที่สุด

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ระหว่างเดือนมกราคม–มิถุนายน พ.ศ. 2566

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามชุดที่ 2 และ 3 ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา และนำเสนอในรูปแบบตาราง ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวัดระดับความคิดเห็นที่มีต่อสาระของรายวิชาต่างๆ คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาหลักสูตรและสถานการณ์จริงในการประกอบอาชีพ คุณลักษณะที่ได้รับการพัฒนาจากการศึกษาหลักสูตร กระบวนการจัดการเรียนการสอน และคุณลักษณะของอาจารย์ วิเคราะห์โดยใช้แบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนตามแบบ Likert Scale และเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (Best, 1982)

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ในชุดที่ 1 และชุดที่ 4 ได้นำข้อมูลที่ได้จากการแบบสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ ดังนี้โดยใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเป็นการบรรยายความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เมื่อผู้สำรวจจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) ทั้งในเชิงกายภาพและเชิงเนื้อหาให้เป็นระบบระเบียบแล้วดำเนินการวิเคราะห์ตามขั้นตอน (Miles & Huberman, 1994) ดังนี้

1) การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) โดยคัดสรรข้อความต่างๆ ที่อยู่ในข้อมูลตรงประเด็นกับเรื่อง ออกมากำหนดรหัสเป็นวลีหรือถ้อยคำที่มีความกระชับ มีการสรุปย่อ ปรับข้อมูลดิบที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เหลือเพียงส่วนที่นำไปใช้วิเคราะห์ต่อได้ แล้วนำข้อมูลมาจำแนกเป็นกลุ่ม (Clustering) และหาแบบแผน (Pattern) ของประเด็นต่างๆ ที่ศึกษาเพื่อให้ได้ข้อสรุป

2) การแสดงข้อมูล (Data Display) โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปการเขียนพรรณนาจากข้อเท็จจริงจากมุมมอง ความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิต และผู้เรียนเป้าหมาย ซึ่งได้เชื่อมโยงข้อมูลและจัดระเบียบเข้าด้วยกันแล้ว

3) การสร้างข้อสรุป ดีความ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Conclusion, Interpretation and Verification) โดยสังเคราะห์ข้อความย่อยที่มีความหมายที่สัมพันธ์กันเข้าด้วยกันเป็นบทสรุป ดีความหมายของข้อค้นพบ และการตรวจสอบความถูกต้อง ตรงประเด็น และน่าเชื่อถือ เพื่อยืนยันเป็นผลการวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1. ผลการวิจัยพบว่า

1) ความคิดเห็นต่อความสำคัญและความจำเป็นของรายวิชาต่างๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ในอนาคต ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เท่ากับ 4.31 ($SD=0.65$) ประกอบด้วย 1) กลุ่มวิชาแกน 2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 3) กลุ่มวิชาฝึกงานและสหกิจศึกษา และ 4) กลุ่มวิชาเลือก นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย 1) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ทางหลักสูตรควรระบุชื่อวิชาให้มีความทันสมัย หรือไม่ก็ให้ไปเขียนไว้ในคำอธิบายรายวิชาถึงขอบเขตเนื้อหาที่ใช้สอนในรายวิชานั้นๆ และ 2) กลุ่มวิชาเลือก ทางหลักสูตรอาจกำหนดได้หลายกลุ่มเพื่อเป็นทางเลือกหรือความต้องการของผู้เรียน ความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต ความรู้ ความสามารถ ความ

เชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอน ตลอดจนจนหาการกำหนดกลุ่มวิชาเลือกหลายกลุ่ม ทางหลักสูตรต้องสามารถจัดการเรียนการสอนตามกลุ่มที่ระบุไว้ในหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ความคิดเห็นต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ภาพรวมทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เท่ากับ 4.44 ($SD=0.63$) ประกอบด้วย 1) ด้านความรู้ 2) ด้านทักษะ 3) ด้านจริยธรรม และ 4) ด้านลักษณะส่วนบุคคล นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย 1) สามารถประยุกต์ความรู้ความเข้าใจในแนวคิด หลักการ และทฤษฎีต่าง ๆ ในการทำงานหรือเป็นพื้นฐานในการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น 2) ทักษะการปฏิบัติงานในองค์กรการจัดการข้อมูลการวิเคราะห์และแปลความหมาย หรือการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสมัยใหม่ 3) มีทักษะการปฏิบัติงานด้านการบริหารและการตลาด และ 4) คิดสร้างสรรค์อย่างมีคุณธรรมจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

3) ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด ที่พึงประสงค์ และประเด็นที่เสนอแนะต่อการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรในอนาคต สามารถสรุปเป็นประเด็นด้านต่างๆ ดังนี้

3.1) ความรู้และทักษะที่จำเป็น ประกอบด้วย 1) ความรู้เกี่ยวกับการตลาดสมัยใหม่ 2) ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจยุคดิจิทัล 3) ทักษะพื้นฐาน (การโน้มน้าวใจ การสื่อสารที่ดี การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า) 4) ความคิดสร้างสรรค์สามารถพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจและโดดเด่น 5) การนำเสนองานและการทำงานเป็นทีมได้ 6) การปรับตัว มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี 7) การประสานทั้งภายในและภายนอกบริษัท และ 8) มีจรรยาบรรณ ซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ รับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง

3.2) การใช้เทคโนโลยีและภาษา ประกอบด้วย 1) เข้าใจและสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 2) การใช้เทคโนโลยีเพื่อการวิเคราะห์และการประมวลผลข้อมูล 3) นำเสนอความคิดเก่ง เป็นนักสื่อสารหรือนักพูดที่ดี 4) นักเจรจาต่อรองที่ดีเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ 5) การวิเคราะห์การตลาดผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ 6) การเลือกใช้เครื่องมือสื่อดิจิทัลทางการตลาด 7) ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ และ 8) เน้นภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่นๆ

3.3) ความต้องการของตลาดแรงงาน ประกอบด้วย 1) วิชาชีพด้านการตลาดเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานเนื่องจากมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จัก เพิ่มยอดขาย และกำไรให้กับองค์กรธุรกิจ 2) งานการตลาดมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ดังนั้นคนที่ทำงานด้านนี้ต้องมีไหวพริบ และติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ 3) นักการตลาดต้องมีทักษะความสามารถที่ทำงานร่วมกับเทคโนโลยี AI ซึ่งจะช่วยให้บริษัทมีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า การกระทำของลูกค้า แข่งขัน และแนวโน้มตลาด และ 4) การบูรณาการองค์ความรู้ทางการตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศ ร่วมกับศาสตร์อื่นมาประยุกต์ใช้ในการทำงานเพื่อให้บัณฑิตเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน

3.4) การปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย 1) สื่อการสอนและเนื้อหาที่ถูกปรับให้ทันสมัยอยู่เสมอ 2) รายวิชาที่เรียนต้องมีอัตลักษณ์ โดดเด่น สร้างความเชี่ยวชาญด้านการตลาด 3) การใช้ภาษาต่างประเทศในการปฏิบัติงานและติดต่อสื่อสาร 4) การปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงจากเทคโนโลยีดิจิทัล 5) เข้าใจทฤษฎีทางการตลาดและนำมาประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ 6) การวิเคราะห์และแก้ปัญหาทางการตลาดอย่างเป็นระบบ 7) การขายและการเจรจาต่อรอง และ 8) สามารถปฏิบัติงานได้จริงและปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการได้

4) ความคิดเห็นและความคาดหวังเกี่ยวกับการเข้าศึกษาในหลักสูตร สามารถวิเคราะห์และสรุปจำแนกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

4.1) การเข้าศึกษาในหลักสูตร ประกอบด้วย 1) มีความยืดหยุ่นในการพิจารณารับเข้าศึกษาต่อเป็นนักศึกษาในหลักสูตร 2) เรียนจบเร็ว ออกไปทำงานได้เร็ว 3) วิชาเรียนไม่ยากจนเกินไปแต่มีมาตรฐานหลักสูตรการเรียนการสอน 4) มีหน่วยงานที่ปรึกษาด้านการเรียนหากเกิดปัญหาขณะเรียนในหลักสูตร และ 5) ค่าเทอมไม่แพงจนเกินไป ผ่อนชำระได้ ทุนการศึกษา

4.2) ทักษะด้านการตลาดและบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย 1) มีความรู้และทักษะการตลาดและบริหารธุรกิจ 2) มีความรู้และทักษะการทำงานด้านการตลาดดิจิทัล 3) มีความรู้ทางธุรกิจดิจิทัลและนวัตกรรมการตลาด และ 4) ทักษะการตัดสินใจเพื่อการวางแผนธุรกิจและการตลาด

4.3) การใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย 1) ได้รับการพัฒนาให้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจ 2) มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีแก้ปัญหาต่างๆ 3) การปรับใช้เทคโนโลยีในธุรกิจและงานด้านการตลาด และ 4) การพัฒนาเครื่องมือทางการตลาดรูปแบบใหม่

4.4) ความสามารถในการประกอบธุรกิจส่วนตัว ประกอบด้วย 1) มีทักษะพื้นฐานของการเป็นผู้ประกอบการ 2) ความรู้การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3) สามารถแสวงหาโอกาสในการเริ่มทำธุรกิจ 4) การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และ 5) นำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจครอบครัว

4.5) การทำงานในองค์กรที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ประกอบด้วย 1) ทำงานได้หลากหลาย ทั้งทำงานในบริษัท และทำธุรกิจเอง 2) งานด้านวิจัยและวิเคราะห์การตลาด 3) งานการตลาดอินฟลูเอนเซอร์ และการสร้างคอนเทนต์ทางการตลาด 4) งานด้านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ 5) งานด้านการตลาดดิจิทัล และ 6) งานด้านแสดงสินค้า และกิจกรรมพิเศษทางการตลาด

วัตถุประสงค์ที่ 2. ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด โดยกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcome: PLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อยของหลักสูตร (Sub PLOs) ดังนี้

PLOs1. มีความรู้ในหลักการบริหารธุรกิจด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (K)

Sub-PLOs 1.1 มีความรู้หลักการ ทฤษฎีที่สำคัญทางการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องของกับองค์กรธุรกิจ

Sub-PLOs 1.2 สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ตามวิชาชีพบูรณาการด้านการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยี

PLOs2. รูและเข้าใจแนวคิดทฤษฎีทางการตลาด โดยคำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ (E)

Sub-PLOs 2.1 รูและเข้าใจหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในศาสตร์ทางการตลาด

Sub-PLOs 2.2 สามารถวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีแนวความคิดการตลาด โดยคำนึงถึงคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

Sub-PLOs 2.3 ใช้องค์ความรู้นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ในการนำเสนออย่างสร้างสรรค์

PLOs3. คิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ บูรณาการความรู้เพื่อแก้ปัญหาทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม (S)

Sub-PLOs 3.1 คิดวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาทางการตลาดอย่างเป็นระบบ

Sub-PLOs 3.2 บูรณาการสวนประสมทางการตลาดเพื่อการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์

PLOs4. ประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาดสมัยใหม่ (C)

Sub-PLOs 4.1 พัฒนาเครื่องมือการตลาดกับศาสตร์อื่นเพื่อนำไปใช้ในงานทางธุรกิจ

Sub-PLOs 4.2 ประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

Sub-PLOs 4.3 นำความรู้สู่การปฏิบัติงานทางการตลาดมีการนำเสนออย่างมืออาชีพและสร้างสรรค์

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญและความจำเป็นของรายวิชาต่างๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ในอนาคต ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะส่วนบุคคล คุณลักษณะของบัณฑิตหลักสูตรที่พึงประสงค์ต้องมีความรู้ และทักษะที่จำเป็น การใช้เทคโนโลยีและภาษา ความต้องการของตลาดแรงงาน ความคาดหวังเกี่ยวกับการเข้าศึกษาในหลักสูตรควรได้รับทักษะด้านการตลาดและบริหารธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการประกอบธุรกิจส่วนตัว และการทำงานในองค์กรที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน สอดคล้องกับผลการวิจัย Chutipongdech et al. (2024) พบว่า การผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นว่าประเด็นสำคัญในการปรับปรุงการศึกษา ได้แก่ การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การ

เตรียมความพร้อมให้นักศึกษาด้วยทักษะที่จำเป็น ความสามารถในการสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ตลอดชีวิต และแนวคิดแบบผู้ประกอบการ ผู้สอนเองจำเป็นต้องติดตามเทรนด์และความรู้ล่าสุดอยู่เสมอ สอดคล้องกับ Boonmachai et al. (2025) พบว่า ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาหลักสูตร โดยการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา รวมถึงส่งเสริมการมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคม และความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับ Songsom et al. (2021) พบว่า คุณลักษณะบัณฑิตตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรได้รับความรู้การตลาดและนวัตกรรมบริการ ทักษะที่เกิดจากการฝึกปฏิบัติ การใช้ภาษา เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง คุณธรรม จริยธรรม และการปรับตัว และสอดคล้องกับ Chaipasuk et al. (2024) พบว่าความต้อการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ปรารถนาให้บัณฑิตมีความสามารถในการวางแผนการวิจัยเพื่อค้นหาองค์ความรู้สมัยใหม่ทางด้านการตลาด และนำไปวางแผนการบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcome: PLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อยของหลักสูตร (Sub PLOs) สอดคล้องกับผลการวิจัย Chaipasuk et al. (2024) พบว่าการนำความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาออกแบบและพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ตามแนวทางการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ โดยมีรายวิชาและโครงสร้างตลอดหลักสูตร จำนวน 127 หน่วยกิต มีผลลัพธ์การเรียนรู้ จำนวน 13 PLOs และสอดคล้องกับ Manasin et al. (2024) พบว่าการพัฒนาหลักสูตรธุรกิจค้าปลีกในยุคปรับเปลี่ยน เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถด้านบริหารธุรกิจ บุคลากรศาสตร์เพื่อใช้ในการวางแผน ตัดสินใจ และดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถก้าวทันเทคโนโลยีดิจิทัล มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการสื่อสาร และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีคุณธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ ถือเป็นการพัฒนาบัณฑิตตามความสามารถ และส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อสร้างบัณฑิตยุคใหม่ภายใต้สังคมแห่งการเรียนรู้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่จากกระบวนการออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชาในหลักสูตร โดยคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรฯ ทำการสำรวจความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อนำมากำหนดเป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากนั้นนำไปกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcome: PLOs) และทำการจำแนกผลลัพธ์การ

เรียนรู้อย่างน้อยของหลักสูตร (Sub PLOs) เพื่อดำเนินการร่างหลักสูตร วิชาของหลักสูตร และกลั่นกรองหลักสูตรต่อไป ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุป

จากผลการวิจัยการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียความคิดเห็นต่อ 1) ความสำคัญและความจำเป็นของรายวิชาต่างๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ในอนาคต ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย กลุ่มวิชาแกน กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน กลุ่มวิชาฝึกงานและสหกิจศึกษา และกลุ่มวิชาเลือก 2) ความคิดเห็นต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ภาพรวมทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะส่วนบุคคล 3) ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัณฑิตหลักสูตรที่พึงประสงค์ ประกอบด้วย ความรู้และทักษะที่จำเป็น การใช้เทคโนโลยีและภาษา ความต้องการของตลาดแรงงาน และมีข้อเสนอการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร เช่น สื่อการสอนและเนื้อหาที่ถูกปรับให้ทันสมัย สามารถปฏิบัติงานได้จริงในสถานประกอบการ 4) ความคิดเห็นและความคาดหวังเกี่ยวกับการเข้าศึกษาในหลักสูตร ประกอบด้วย ทักษะด้านการตลาดและบริหารธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการประกอบธุรกิจส่วนตัว และการทำงานในองค์กรที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งจะเป็นประเด็นสำคัญการเข้าศึกษาในหลักสูตร และ 5) เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด โดยกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) จำนวน 4 ข้อ และผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อยของหลักสูตร (Sub PLOs) จำนวน 10 ข้อ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) หลักสูตรควรออกแบบรายวิชาในแผนการเรียนที่สามารถสอดแทรกผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้ง 4 ด้าน สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความต้องการของตลาดแรงงาน

2) หลักสูตรควรกำหนดคุณลักษณะของบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยต้องมีความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อความต้องการของตลาดแรงงาน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษา และความต้องการของตลาดแรงงาน

2) ควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกหลักสูตรเพื่อให้ได้รายละเอียดการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) ที่ครอบคลุมมากขึ้น

References

- Best, J. W. (1982). *Research in education* (4th ed.). Prentice Hall.
- Boonmachai, T., Supa, P., & Wutchana, U. (2025). The study of needs of stakeholders for develop the quality of master of education program in teaching science and technology. *Journal of Science & Science Education (JSSE)*, 8(2), 190–203. <https://doi.org/10.14456/jsse.2025.16>
- Chaipasuk, N., Lertratthamrongkul, W., Prasertporn, S., Arunmala, D., & Maikami, S. (2024). Development of a marketing curriculum based on outcomes-based education framework (OBE): A case study of the bachelor of business administration program in marketing, northeastern university. *Neu Academic and Research Journal*, 14(1), 162–175. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/269446>
- Chutipongdech, T., Phengkona, J., Roopklom, P., & Sawangdee, Y. (2024). Sport management education redesign after COVID-19: A case of Thailand. *The International Journal of Management Education*, 22(3), 101015. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101015>
- Faculty of Education, Wongchawalitkul University. (2022). *Manual for the development of outcome-based curriculum (OBE) to support educational quality assessment according to the AUN-QA assessment criteria*. <https://edu.vu.ac.th/edu2016/images/doc/km66-1-ok.pdf>

- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage
- Manasin, P., Soparattanakul, N., Krachadthong, P., Apirat, V., & Srisuraphol, W. (2024). The retail business curriculum development in changing era. *Journal of Srivandai Vijai*, 14(2), 279–295. <https://so13.tci-thaijo.org/index.php/SVNL/article/view/1164>
- Miles, M.B., & Huberman, M.A. (1994). *Qualitative data analysis*. Sage.
- Office of the Education Council. (2017). *National Education Plan 2017–2036*. https://planipolis.iiep.unesco.org/sites/default/files/ressources/thailand_edplan_2017-2037_presentation.pdf
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2022, July 22). *Details of learning outcomes according to the higher education qualification standards 2022*. <https://www.ops.go.th/th/ches-downloads/edu-standard/item/6940-2022-07-22-02-54-49>
- Poolsawat, W., & Rungruang, P. (2024). Analyze desirable graduate characteristics according to the needs of graduate users. Bachelor of Education Program Social Studies Nakhon Pathom Rajabhat University. *Journal of MCU Palisueksabuddhaghosa Review*, 10(3), 261–277. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Palisueksabuddhaghosa/article/view/267378>
- Songsom, A., Leelaprasertsil, W., Kettapan, K., Pengman, H., Saithanoo, S., Wethasart, P., & Bunsakan, N. (2021). The development of bachelor of technology program in logistics management based on stakeholders' requirements. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 8(2), 147–163. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/article/view/249973>
- Yanawongsa, T., Intasingh, S., Nguenyuang, S., & Intanet, N. (2020). Outcome-based curriculum: new approach for higher education curriculum. *Humanities and Social Sciences Journal of Pibulsongkram Rajabhat University*, 15(2), 279–291. <https://doi.org/10.14456/psruhss.2021.22>