

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์                      การปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัย  
 พายัพ ให้สอดคล้องตามความต้องการของตลาดแรงงาน  
 ชื่อผู้เขียน                                      นางกาญจนา ป่องทอง  
 ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต                      สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน  
 คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อำนาจ    จันทร์แก่น	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญส่ง    นิลแก้ว	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. เสริมศรี    ไชยศรี	กรรมการ

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้ได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงความเหมาะสมของหลักสูตรบริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2529 ด้านวัตถุประสงค์ของหลักสูตร เนื้อหาวิชาตามหลักสูตรและปัญหาของหลักสูตร
2. เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดแรงงาน
3. เพื่อเสนอหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิเป็นการสอบถามความเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดหลักสูตร คณะอาจารย์ นักศึกษาชั้นปีที่ 3,4 ของสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยพายัพทุกคน และบัณฑิตรวมทั้งผู้บังคับบัญชาของบัณฑิตการตลาด มหาวิทยาลัยพายัพ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ส่วนแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นการศึกษาจากเอกสารที่ผู้อื่นได้รวบรวมไว้ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ความเหมาะสมของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
  - ก. ด้านวัตถุประสงค์ พบว่า มีความเหมาะสมในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ในด้านความชัดเจนที่จะทำให้ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดหลักสูตร เข้าใจคุณสมบัติของบัณฑิตตามหลักสูตร มีความสอดคล้องกับปรัชญาของมหาวิทยาลัย แผนการศึกษาาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 6 และความต้องการของตลาดแรงงาน รวมทั้ง โครงสร้างและเนื้อหาของหลักสูตรสามารถสร้างบัณฑิตได้ตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

ข. ด้านเนื้อหาวิชา พบว่า นักคิดและนักศึกษาต้องการให้ทุกรายวิชาที่เปิดสอนมีภาคปฏิบัติด้วยไม่มากนักน้อย ในขณะที่คณาจารย์เห็นว่า บางรายวิชาต้องเน้นทฤษฎีค่อนข้างมากหรือเป็นทฤษฎีทั้งหมด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จำนวนหน่วยกิตในหลักสูตรเหมาะสม

ค. ด้านปัญหาของหลักสูตร พบว่า อาจารย์ใช้การบรรยายที่เน้นทฤษฎีมากเกินไป นักศึกษาไม่มีโอกาสแสดงออกเท่าที่ควร เป็นเหตุให้ขาดความเชื่อมั่นและความสามารถในการประยุกต์ทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติ รหัสวิชาไม่เป็นระบบ ตัวอักษรและตัวเลขในรหัสไม่สามารถสื่อความหมายเท่าที่ควร เมื่ออาจารย์ให้ความดูแลนักศึกษาได้ไม่ทั่วถึง เป็นเหตุให้นักศึกษามีปัญหาในการวางแผนการเรียน เนื้อหาบางรายวิชาซ้ำซ้อนกัน รวมทั้งผู้บังคับบัญชามีความเห็นว่ นักคิดมีคุณสมบัติไม่ตรงตามความต้องการ

2. ความต้องการของตลาดแรงงาน จากการศึกษาแนวโน้มในอนาคตสรุปได้ว่า สภาพสังคมในอนาคตจะเป็นสังคมข่าวสารที่มีผลให้เกิดภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจจะระหว่างประเทศและอัตราการเปลี่ยนงานสูง สังคมมีความเหลื่อมล้ำและปัญหาทางจริยธรรมสูง จากสภาพสังคมดังกล่าวตลาดแรงงานในอนาคต จึงต้องการนักคิดที่มีความรู้ความสามารถทางวิชาการและอาชีพสามารถประยุกต์ทฤษฎีที่ศึกษามาไปสู่การปฏิบัติ นักคิดควรมีความรู้ความสามารถทั่วไปที่เกี่ยวกับงานต่างอาชีพ และวัฒนธรรมของผู้อื่น ซึ่งนำไปสู่การทำงานเพื่อประสานผลประโยชน์ส่วนรวมและนำสันติภาพมาสู่มวลมนุษย์ และนักคิดควรมีลักษณะนิสัยประจำตัว มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นผู้นำสามารถนำความคิดไปสู่การปฏิบัติได้ มีเหตุผลกล้าแสดงออก กล้าตัดสินใจ กล้าเรียนรู้เผชิญสิ่งใหม่ มานะ อุตุน มีวินัย รู้จักกาลเทศะ มีมรรยาททางสังคม และมีจริยธรรมในส่วนตน

3. การร่างหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

การร่างหลักสูตรครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกเนื้อหาแบบผสมระหว่างวิธีความคิดเห็นตัดสินใจและวิธีความคิดเห็นส่วนรวม การจัดเนื้อหาใช้วิธีจากส่วนรวมไปสู่ส่วนย่อยและตามความจำเป็นก่อนหลัง การพัฒนาหลักสูตรในครั้งนี้ จึงได้ทบทวนแก้ไข วัตถุประสงค์ของหลักสูตร โครงสร้างของหลักสูตร เลขรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชา เนื้อหาวิชา และ การจัดลำดับรายวิชาที่จะเรียนก่อนหลัง

หลักสูตรได้กำหนดแนวทางให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเลือกตามความสนใจมากกว่าเดิม ได้แก่ การตลาดทั่วไป การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด และการตลาดระหว่างประเทศ

Thesis Title Improving the Business Administration (Marketing) Bachelor's Degree Program at Payap University to Meet Market Needs

Author Mrs.Kanjana Pongtong

M.Ed. Curriculum and Instruction

Examining Committee:

Asst. Prof. Amnat Chanpan Chairman

Assoc. Prof. Dr. Boonsong Nilkaew Member

Assoc. Prof. Dr. Sirmsree Chaisorn Member

#### Abstract

Research objectives were as follows:

1. To study the appropriateness of the 1986 Payap University Bachelor's Degree Program in Marketing in terms of objectives, content and its problems.

2. To study the nature of market needs.

3. To recommend a curriculum compatible with labor market needs.

Data sources used for this research were primary and secondary. Primary sources included all who concerned with preparation of the curriculum, teachers, and third and fourth-year marketing students, graduates and their supervisors who were surveyed by purposive sampling methods. Secondary data included relevant publications. Results were as follows:

1. Appropriateness of the Business Administration (Marketing) Bachelor's Degree Program

A. Objectives: The marketing program was found to be average in terms of meeting objectives based on the abilities of graduates, how curriculum objectives match university philosophy, the Sixth National Economic and Social Development Plan and labor market demands. The curriculum was able to produce quality graduates according to curriculum specifications at an average level.

B. Appropriateness of Content: Students and graduates both desired applied work more than theory in all academic areas. Teachers felt that courses should contain theory only or theory with applied work. Most respondents felt that the current number of core courses were appropriate.

C. Problems: First, teaching was mostly classroom lecture with a focus on theory. Second, students had limited opportunities to express their opinion, reducing their self-confidence and their ability to apply the theories. Third, course codes did not follow a logical sequence making it more difficult for students planning study programs. This was compounded by the lack of sufficient teachers to counsel students on their program. Fourth, the content of some courses overlapped. Finally, supervisors of graduates felt that they did not meet desired ability standards.

## 2. The Nature of Market Needs

Analysis of society and labor demands found that international economic competition will intensify due to improved communications, employee turnover rates will increase and the distribution of wealth will become even more skewed.

To meet these conditions, graduates should have knowledge of both theory and practical applications and be able to use the theory. Graduates should understand others vocations and social customs of others to achieve peaceful and efficient coordination and cooperation. Graduates should be able to think creatively, develop themselves, be willing to express their ideas, make decisions, adopt new concepts and methods, be willing to persevere and use time efficiently and know how to act under different circumstances.

## 3. A Curriculum Which is Compatible with Market Needs

A curriculum was prepared using judgmental and consensual procedures. Subject matter was arranged from general to specific and in prerequisite learning order. Curriculum objectives were improved, course numbering reordered, titles of courses changed to better reflect course content and prerequisites modified.

The marketing program itself was modified. From a single program, three areas of specialization were created: general marketing, advertising and sales promotion, and international marketing.