

รายงานผลการวิจัยในชั้นเรียน

เรื่อง

การพัฒนาบัณฑิตทางการตลาด
ให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ
ที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

**The Development of Undergraduate Marketing Students to
Serve the Needs of Companies that Participate in the
Cooperation Education Program**

โดย

นางสมศิริ วัฒนสิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุวดี ภู่อำดี

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ประจำปี 2554

ชื่อโครงการวิจัย : การพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ผู้วิจัย : นางสาวสมศิริ วัฒนสิน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุวดี ภู่อาลี

สถาบัน : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปีที่พิมพ์ : 2554

สถานที่พิมพ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

แหล่งที่เก็บรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จำนวนหน้างานวิจัย : 99 หน้า

คำสำคัญ :

ลิขสิทธิ์ : สงวนลิขสิทธิ์

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษา และผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆตามหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา รวมทั้งศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการและความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการ โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ทดสอบภูมิจากรายงานการศึกษาฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการรวม 37 ราย และแบบประเมินการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการรวม 21 บริษัทเป็นผู้ประเมิน ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากสถานประกอบการรวม 21 บริษัท ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ทางด้านความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆตามหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา พบว่าหมวดวิชาศึกษาทั่วไปส่วนใหญ่ใช้ความรู้จากวิชาทักษะการสื่อสารภาษาไทย และวิชาสารสนเทศเพื่อการค้นคว้า กลุ่มวิชาแกนได้แก่วิชาสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ วิชาหลักการตลาด และวิชาด้านภาษาอังกฤษ กลุ่มวิชาเอกได้แก่วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค วิชาระบบสารสนเทศทางการตลาด และวิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ในกลุ่มวิชาเลือกได้แก่วิชาการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และการฝึกปฏิบัติงานด้านการขาย ในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงานนักศึกษาส่วนใหญ่พบว่าตนเองมีข้อบกพร่องในเรื่องของ ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ การใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐาน

และทักษะการสื่อสารภาษาไทย ส่วนทางด้านผู้ประกอบการเห็นว่านักศึกษาควรมีการปรับปรุง ทักษะด้านภาษาอังกฤษทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ความละเอียด รอบคอบในการทำงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ทักษะในการตัดสินใจ การให้ความสำคัญกับ งาน การตรงต่อเวลา การควบคุมอารมณ์ และการกล้าแสดงออก

ผลการวิจัยในส่วนของการศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการ ซึ่งทำการสำรวจสถานประกอบการ 21 บริษัทใน 3 กลุ่มธุรกิจได้แก่ ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า ธุรกิจบริการ และธุรกิจการค้าและตัวแทนจำหน่าย พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าคุณสมบัติสำคัญของพนักงานด้านการตลาดอันเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการในระดับผู้บริหารการตลาดควรเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มีความรู้ด้านการตลาด และมีความเป็นผู้นำ เชื่อมั่นในตนเอง ส่วนพนักงานระดับปฏิบัติการควรมีความรู้ความสามารถด้านการตลาด มีความรู้ด้านการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความรับผิดชอบ ซึ่งสถานประกอบการมีความเห็นว่าพนักงานด้านการตลาดของสถานประกอบการและนักศึกษาที่เข้าฝึกงานมีความรู้ความสามารถตามเกณฑ์ข้างต้นไม่ถึงระดับดีมากดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุง รายวิชาในกลุ่มวิชาเอกซึ่งเป็นพื้นฐานความรู้ความสามารถ และทักษะด้านการตลาดที่สำคัญของ นักศึกษา โดยเน้นให้เนื้อหาให้มีความทันสมัยมากขึ้น และเน้นการฝึกปฏิบัติ ปรับปรุงรายวิชาใน กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ และเพิ่มทักษะทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน ให้มาก ปรับปรุงรายวิชาที่เกี่ยวข้อง กับการใช้คอมพิวเตอร์ รวมทั้งสนับสนุนให้นักศึกษาเลือกเรียนรายวิชาเลือกที่เกี่ยวข้อง

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์(Chi-Square Test)พบว่า ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับผู้บริหาร การตลาด และระดับพนักงานปฏิบัติการด้านการตลาดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 และจากการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่าความแปรปรวนจำแนกทางเดียว(One-Way ANOVA) พบว่าประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาด ในด้านความรู้ความสามารถ ในด้านการปฏิบัติงาน หรือในด้านบุคลิกภาพ เฉลี่ยแตกต่างกันอย่างไม่มี นัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ0.05

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เกิดขึ้นได้เนื่องจากผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนจากรองศาสตราจารย์ ดร. อุดมภ์ สายแสงจันทร์ คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่งเป็นผู้ให้คำปรึกษา รวมทั้งกรุณาให้ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่อการทำวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สมบูรณ์วัลย์ ศัตยรักษ์วิทย์ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ สันลาร์ตัน รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย ที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัยได้ทำงานวิจัยชิ้นนี้ ขอขอบพระคุณท่านผู้บริหารจากสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษากับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตประจำปีภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 รวม 21 บริษัทที่เล็งเห็นความสำคัญของโครงการสหกิจศึกษาและยินดีรับนักศึกษาของทางมหาวิทยาลัยเข้าฝึกงานด้านการตลาดและได้สละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้ร่วมงานในภาควิชาการตลาด และในคณะบริหารธุรกิจ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจในการทำงานวิจัยชิ้นนี้จนสำเร็จ

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่ได้กรุณาให้ทุนอุดหนุนการวิจัยมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย

ธันวาคม 2554

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ความเป็นมาของโครงการสหกิจศึกษา	6
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ส่วนที่ 1 การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษา	45
ส่วนที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อ การปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา	46
ส่วนที่ 3 การศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการ	47
แหล่งข้อมูลในการวิจัย	50
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
ส่วนที่ 1 การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษา	52
ส่วนที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อ การปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา	63

ส่วนที่ 3 ศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถาน
ประกอบการ

65

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

88

อภิปรายผลการวิจัย

94

ข้อเสนอแนะ

103

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. แบบสำรวจความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของ
สถานประกอบการ

ภาคผนวก ข. แบบประเมินการปฏิบัติงานนักศึกษาสหกิจศึกษา (เฉพาะในหัวข้อที่ 5)

ภาคผนวก ค. รายชื่อบริษัทที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและรับนักศึกษาเข้าฝึก
ปฏิบัติงานของภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิตย์ ประจำปีภาค 2 /2553

ภาคผนวก ง. ประวัติผู้วิจัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 สัดส่วนและร้อยละของนักศึกษาที่ใช้วิชาในหมวดศึกษาทั่วไปในระหว่าง การฝึกปฏิบัติงาน	54
4.2 รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ใน ระหว่าง การฝึก ปฏิบัติงาน	54
4.3 สัดส่วนและร้อยละของนักศึกษาที่ใช้วิชาในกลุ่มวิชาแกนในระหว่าง การฝึกปฏิบัติงาน	56
4.4 รายวิชาในกลุ่มวิชาแกนที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่าง การฝึกปฏิบัติงาน	56
4.5 สัดส่วนและร้อยละของนักศึกษาที่ใช้วิชาในกลุ่มวิชาเอกในระหว่าง การฝึกปฏิบัติงาน	58
4.6 รายวิชาในกลุ่มวิชาเอกที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่าง การฝึกปฏิบัติงาน	58
4.7 สัดส่วนและร้อยละของนักศึกษาที่ใช้วิชาในกลุ่มวิชาเลือกในระหว่าง การฝึกปฏิบัติงาน	60
4.8 รายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่าง การฝึกปฏิบัติงาน	60
4.9 ความรู้และทักษะซึ่งนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษายังมีความบกพร่อง	62
4.10 เพศของผู้ตอบ	66
4.11 อายุของผู้ตอบ	66
4.12 ระดับการศึกษาของผู้ตอบ	66
4.13 आयงานของผู้ตอบ	67
4.14 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ	67
4.15 จำนวนพนักงานทั้งหมดของสถานประกอบการ	68
4.16 จำนวนพนักงานในฝ่ายการตลาดของสถานประกอบการ	68
4.17 ระดับการศึกษาของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ของสถานประกอบการ	69
4.18 เกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ในระดับผู้บริหารของสถานประกอบการ	70

ตารางที่	หน้า
4.19 เกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดใน ระดับปฏิบัติการของสถานประกอบการ	72
4.20 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน ของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในด้านความรู้ความสามารถ	74
4.21 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน ของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในด้านทักษะในการปฏิบัติงาน	76
4.22 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน ของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในด้านบุคลิกภาพ	77
4.23 แนวโน้มความต้องการบุคลากรสาขาการตลาดเพื่อปฏิบัติงานในฝ่าย การตลาดในอนาคต	78
4.24 แนวโน้มความต้องการวุฒิการศึกษาของบุคลากรสาขาการตลาด เพื่อปฏิบัติงานในฝ่ายการตลาดในอนาคต	78
4.25 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	80
4.26 เกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดใน ระดับผู้บริหารจำแนกตามประเภทธุรกิจ	82
4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2	83
4.28 เกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในระดับปฏิบัติการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	85
4.29 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	87
5.1 สรุปคุณสมบัติของพนักงานการตลาดอันเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการ และข้อบกพร่องที่ควรแก้ไข	95
5.2 รายวิชาที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อให้ นักศึกษามีคุณสมบัติด้านความรู้ความ สามารถ สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ	98
5.3 รายวิชาที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อให้ นักศึกษามีคุณสมบัติด้าน ทักษะการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ	101
5.4 รายวิชาที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อให้ นักศึกษามีคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ	103

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่	หน้า
1.1 แนวคิดของงานวิจัย	3
2.1 ความเชื่อมโยงของสหกิจนักศึกษา	8
2.2 รูปแสดงลำดับขั้นตามความต้องการของมาสเตอร์	19

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากนโยบายของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่ต้องการให้มีการทำวิจัยในชั้นเรียน เพื่อนำผลการวิจัยมาบูรณาการเข้ากับการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา ซึ่งจะทำให้การเรียนการสอนมีการพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน และสอดคล้องกับตลาดแรงงานมากยิ่งขึ้น ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ ได้เล็งเห็นความสำคัญตามแนวทางข้างต้น และเห็นว่าโครงการสหกิจศึกษาเป็นโครงการที่นักศึกษาซึ่งเข้าร่วมโครงการจะต้องนำเอาความรู้จากหลากหลายสาขาวิชามาประยุกต์ใช้ในการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างบูรณาการนักศึกษาแต่ละรุ่นที่ได้เข้าร่วมโครงการ เมื่อไปฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการมักพบปัญหาในหลายด้านแตกต่างกันไป เช่น ปัญหาด้านความรู้ความสามารถ ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน และด้านบุคลิกภาพและการปรับตัว เป็นต้น ทำให้ผลการฝึกปฏิบัติงานต่ำกว่าความคาดหวังของสถานประกอบการที่รับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นถูกถ่ายทอดโดนผ่านทางอาจารย์นิเทศซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของนักศึกษาสหกิจศึกษาดูแลและให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาแต่ละคน ผ่านทางรายงานการปฏิบัติงาน สหกิจศึกษาของนักศึกษาแต่ละคน รวมทั้งผ่านทางแบบประเมินการปฏิบัติงานนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการเป็นผู้ประเมินและให้ข้อเสนอแนะ ข้อเท็จจริงที่ได้รับถือเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถนำมาบูรณาการ เพื่อสะท้อนให้เห็นปัญหาในแต่ละส่วนได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

จากประเด็นข้างต้นจึงเป็นมูลเหตุจูงใจในการทำวิจัยเรื่องการพัฒนาบัณฑิตทางด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา เพื่อนำเอาผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่ค้นพบอย่างบูรณาการ เพื่อให้นักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษารุ่นต่อไป มีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับความต้องการสถานประกอบการที่รับนักศึกษาเข้าฝึกงาน และตลาดแรงงานในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่าง ๆ ตามหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วม โครงการสหกิจศึกษาในเรื่องของ

1. ความเชื่อมโยงกับสาขาวิชา
2. ความรู้และทักษะที่ยังขาดอยู่
3. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด

2. ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่เข้าร่วม โครงการสหกิจศึกษา ที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการจากเอกสารแบบ ประเมินการปฏิบัติงานนักศึกษาสหกิจศึกษาในส่วนของ

1. ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษา ทั้งส่วนที่เป็นจุดเด่นของนักศึกษา และ ข้อควรปรับปรุงของนักศึกษา
2. ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

3. ศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการที่เข้าร่วม โครงการสหกิจศึกษา โดยนักศึกษาในแง่ของ

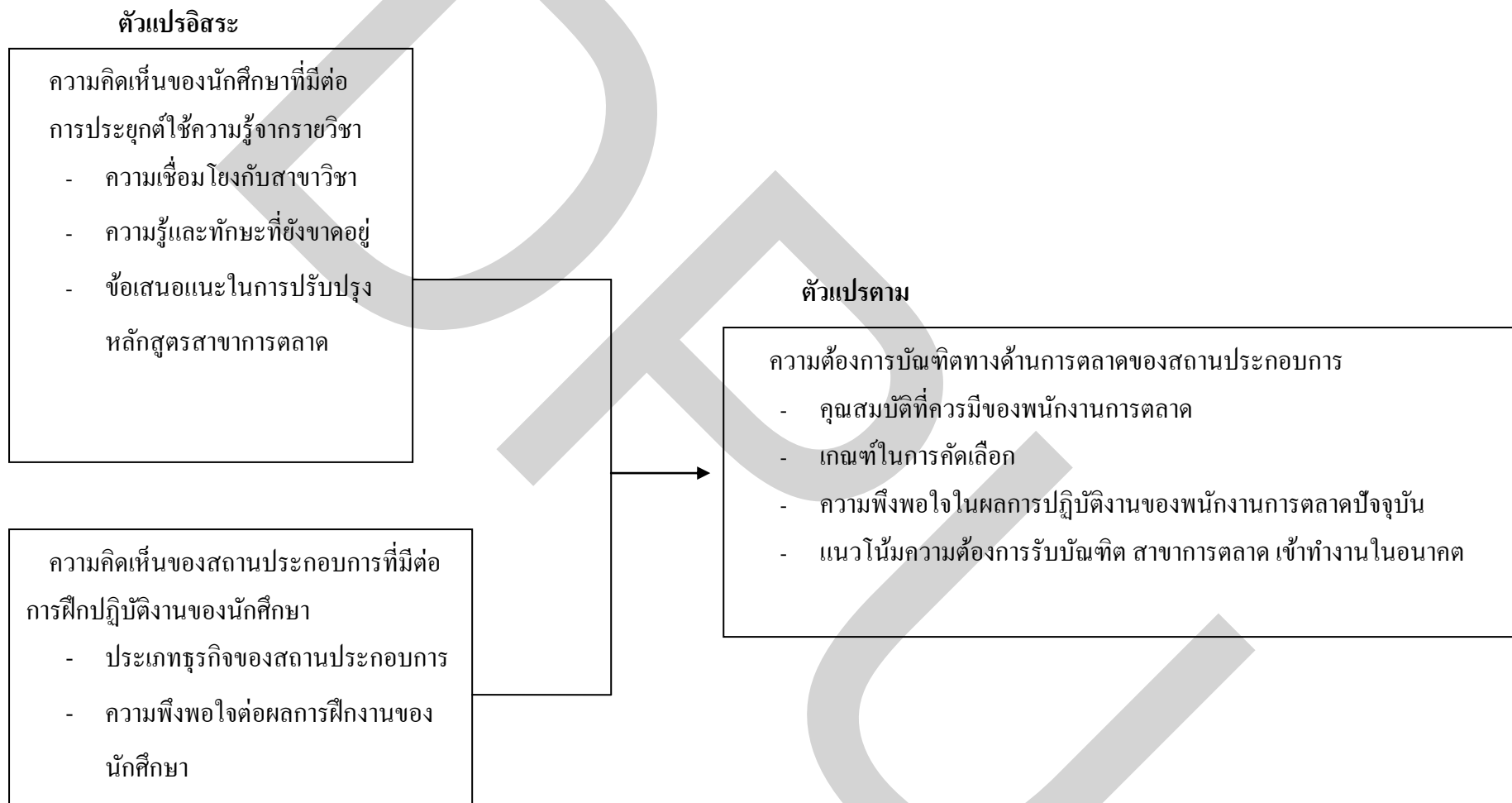
1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด
2. เกณฑ์ที่ใช้พัฒนาในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในปัจจุบัน
3. ความคิดเห็นที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด

4. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาบัณฑิตภาคการตลาด ให้มีคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

สมมติฐานของการวิจัยและกรอบแนวคิดของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดที่แตกต่างกัน
2. ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาดในแต่ละเกณฑ์ที่แตกต่างกัน



นิยามศัพท์

1. สหกิจศึกษา หมายถึงวิชาที่ทางมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมีการเปิดสอน เพื่อให้ นักศึกษาปฏิบัติงานในสถานประกอบการ 1 ภาคการศึกษาโดยมีหน้าที่รับผิดชอบในหน่วยงาน อย่างแน่นอนเสมือนหนึ่งเป็นพนักงานของสถานประกอบการ การปฏิบัติงานดังกล่าวนี้ต้องเป็น งานหรือตำแหน่งงานที่นักศึกษาได้นำความรู้และศาสตร์ต่าง ๆ ที่ได้ศึกษาในสถานศึกษาไปใช้ในการ ปฏิบัติงานจริง เมื่อเสร็จสิ้นการปฏิบัติงานนักศึกษาต้องจัดทำรายงานและนำเสนอผลการ ปฏิบัติงาน กำหนดรหัสวิชา BA404 สหกิจศึกษาประสบการณ์ทางธุรกิจ มีจำนวนหน่วยกิตรวม 6 หน่วยกิต
2. สถานประกอบการ หมายถึงบริษัทที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษากับภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตและรับนักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงาน 1 ภาคการศึกษา จำนวน 21 บริษัท
3. อาจารย์นิเทศ หมายถึง อาจารย์ซึ่งทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ดูแลและให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาแต่ละรายที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

ส่วนที่ 1 ด้านนักศึกษา

จะทำการศึกษาเฉพาะนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและได้ทำการฝึกปฏิบัติงาน ในสถานประกอบการในภาคเรียนที่ 2/2553 ซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาควิชาการตลาด คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยเป็นนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษารุ่นที่ 17 รวม 37 ราย ที่ได้เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการรวม 21 บริษัท ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2553 ถึงวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2554

ส่วนที่ 2 ด้านสถานประกอบการ

1. ทำการศึกษาในส่วนสถานประกอบการที่ได้ร่วมในโครงการสหกิจศึกษา และรับ นักศึกษาของภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเข้าฝึกปฏิบัติงานใน สถานประกอบการระหว่างภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 รวม 21 บริษัท

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงคุณสมบัติอันพึงประสงค์ของบัณฑิตทางด้านการตลาดอันเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการ
2. ทราบถึงรายวิชาความรู้ และทักษะที่ต้องพัฒนามหาบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงหลักสูตรและเนื้อหาวิชาให้สามารถประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริงทางด้านการตลาดในปัจจุบัน
3. นักศึกษาได้รับประสบการณ์จากการทำงานจริงและสามารถนำคำแนะนำจากหัวหน้างานและอาจารย์นิเทศน์ ไปใช้ในการเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานจริงได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาบัณฑิตทางด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่เข้าร่วม โครงการสหกิจศึกษา ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาโครงการสหกิจศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดสมมติฐาน กำหนดตัวแปรในการวิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และแนวทางในการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ความเป็นมาโครงการสหกิจศึกษา

ตอนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 ความเป็นมาโครงการสหกิจศึกษา

1. ประวัติความเป็นมาของสหกิจศึกษา

คำว่า “สหกิจศึกษา” (Cooperative Education) เป็นศัพท์บัญญัติที่ศาสตราจารย์ ดร. วิจิตร ศรีสอ้าน ซึ่งเป็นบุคคลแรกที่นำระบบสหกิจศึกษาเข้ามาใช้ในประเทศไทยที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเมื่อปี พ.ศ. 2536 ได้บัญญัติขึ้นโดยถอดความจากคำ Cooperative Education มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีได้จัดการศึกษาระบบไตรภาคเพื่อรองรับการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาสองครั้ง คือ ในชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 มีภาคสหกิจศึกษาสลับกับภาคเรียนปกติ โดยนักศึกษาได้เริ่มไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2538 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์เป็นมหาวิทยาลัยยุคแรกเช่นกันที่จัดสหกิจศึกษาโดยเริ่มในปี พ.ศ. 2541 จากนั้นแนวคิดดังกล่าวได้ขยายไปสู่มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนอย่างกว้างขวาง เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือได้จัดสหกิจศึกษาเป็นสามช่วงระยะเวลาคือ 4-2-4 เดือน รวม 10 เดือน โดยจัดในชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 ทำให้ระยะเวลาเรียนในหลักสูตรสหกิจศึกษามากกว่าหลักสูตรปกติหนึ่งปีการศึกษา โดยสรุป อาจกล่าวได้ว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเป็นสถานศึกษาแรกที่ริเริ่มสหกิจศึกษาในประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2545 รัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัยในขณะนั้น (นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ) ได้ประกาศนโยบายให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่สถาบันการศึกษาที่จัดสหกิจศึกษาโดยได้จัดสรรเงินอุดหนุนเป็นรายหัวให้แก่สถาบันการศึกษา 17 แห่ง ที่จัดการเรียนการสอนโดยใช้หลักสูตรสหกิจศึกษาและให้ใช้หลักสูตรสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเป็นต้นแบบจากนั้น สหกิจศึกษาได้ขยายสู่ระดับชาติโดยรัฐบาลได้ก้าวเข้ามาสนับสนุนผ่านทบวงมหาวิทยาลัยและสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเป็นภาคีสำคัญของภาครัฐ

การดำเนินงานสหกิจศึกษาในช่วงเริ่มต้นอยู่ในรูปของทวิภาคี คือ สถานศึกษาร่วมมือกับสถานประกอบการ โดยภาครัฐมิได้เข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรง หากแต่มีหน่วยงานภาคเอกชน อาทิ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสภาหอการค้าไทยที่ได้สนับสนุนสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีในระยะเริ่มต้น การดำเนินงานสหกิจศึกษาได้พัฒนาเข้าสู่ลักษณะพหุภาคีเมื่อปี พ.ศ. 2545 กล่าวคือ มีหน่วยงานหลายภาคส่วนได้ร่วมกันรับผิดชอบดำเนินงานสหกิจศึกษา ได้แก่ สถานศึกษา สถานประกอบการ หน่วยงานของรัฐ คือ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ที่ทำหน้าที่ดูแลด้านนโยบายและให้การสนับสนุนด้านการเงินองค์กรเอกชน เช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย สมาคมวิชาการในประเทศไทย ได้แก่ สมาคมสหกิจศึกษาไทย (Thai Association for Cooperative Education – TACE) และสมาคมวิชาการระดับนานาชาติ ได้แก่ สมาคมสหกิจศึกษาโลก (World Association for Cooperative Education - WACE) นับว่า การจัดการศึกษาสหกิจศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบันมีภาคีต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทครบทุกภาคส่วนในลักษณะเครือข่ายพหุภาคี

สำหรับสมาคมสหกิจศึกษาโลกนั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีได้สมัครเป็นสมาชิกตั้งแต่เริ่มจัด สหกิจศึกษาและศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน อธิการบดีผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีได้รับเชิญเป็นคณะกรรมการอำนวยการของสมาคม (Board of Governors) ตั้งแต่วันที่ พ.ศ. 2538 (ค.ศ.1995) ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

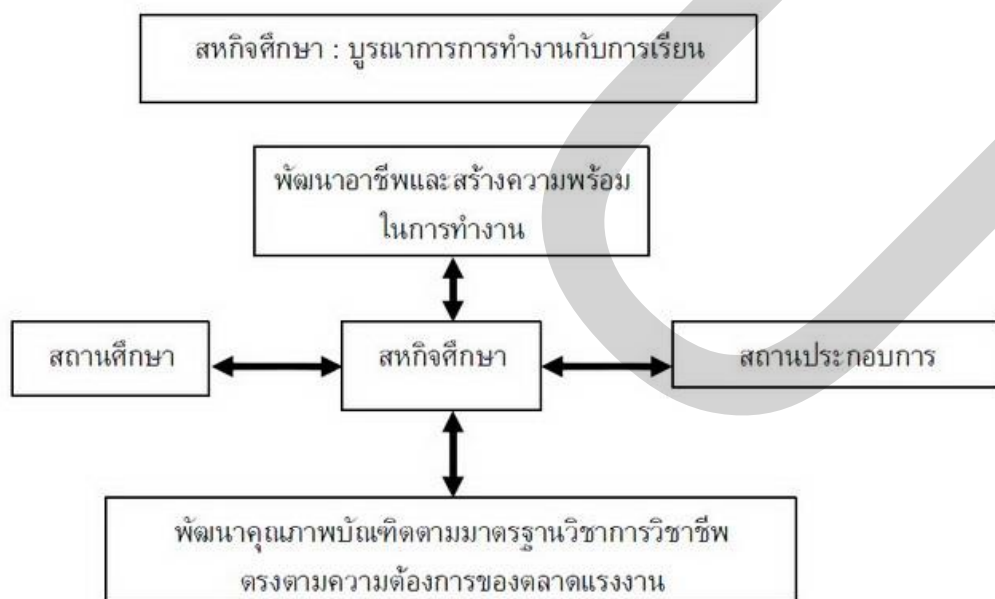
2. แนวคิดและความหมายของสหกิจศึกษา

แนวคิดหลักที่ทำให้เกิดรูปแบบของการดำเนินงานสหกิจศึกษาประกอบด้วยสองแนวคิดใหญ่ คือ 1) การตระหนักถึงความสำคัญของการเตรียมความพร้อมด้านการประกอบอาชีพ (Career Preparation) และการเข้าสู่ระบบการทำงานของบริษัท (Employability) ก่อนสำเร็จการศึกษา และ 2) การพัฒนาคุณภาพบัณฑิตตามความต้องการของตลาดแรงงาน

การจัดให้นักศึกษามีประสบการณ์ตรงโดยการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์การทำงานตามหลัก “เรียนจากการทำ” (Learning by Doing) รูปแบบการจัดการศึกษาตามแนวคิดนี้ จึงมีชื่อเรียกที่หลากหลาย อาทิ การศึกษาจากประสบการณ์ (Experiential Education) โปรแกรมทำงานและศึกษา (Work – Study Program) การศึกษาที่ยึดการทำงานเป็นฐาน (Work - based Education) โปรแกรมการศึกษาสลับกับการทำงาน (Sandwich Program) และการฝึกปฏิบัติวิชาชีพ (Internship) โดยชื่อที่ใช้แพร่หลายที่สุดทั่วโลกในปัจจุบัน คือ สหกิจศึกษา (Cooperative Education) และบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ (Work Integrated Learning)

เมื่อมีการนำรูปแบบสหกิจศึกษา มาเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ในปี พ.ศ.2536 ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอาน อธิการบดีผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัยแห่งนี้ จึงได้ถอดความจากชื่อ Cooperative Education เป็นศัพท์บัญญัติภาษาไทยว่า “สหกิจศึกษา” และได้ให้ความหมายไว้ว่า “สหกิจศึกษา (Cooperative Education) เป็นระบบการศึกษาที่จัดให้มีการเรียนการสอนในสถานศึกษาสลับกับการไปหาประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการอย่างมีระบบ ด้วยความร่วมมือจากสถานประกอบการและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เป็นระบบการศึกษาที่ผสมผสานการเรียนกับการปฏิบัติงาน (Work Integrated Learning)”

รูปภาพที่ 2.1 ความเชื่อมโยงของสหกิจนักศึกษา



วัตถุประสงค์ของการสหกิจศึกษา

1. เตรียมความพร้อมของนักศึกษา ด้านการพัฒนาอาชีพ (Career Development) พร้อมเสริมทักษะและประสบการณ์ให้พร้อมที่จะเข้าสู่ระบบการทำงาน
2. เพิ่มเติมประสบการณ์ทางด้านวิชาการ วิชาชีพและการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษาในรูปแบบที่มีคุณค่าเหนือกว่าการฝึกงาน
3. เปิดโอกาสให้สถานประกอบการทั้งภาคเอกชนและภาครัฐได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต
4. ให้เกิดการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนที่ทันสมัยได้มาตรฐานและตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานมากยิ่งขึ้น
5. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการ และสถาบันอุดมศึกษาผ่านนักศึกษาสหกิจศึกษาและคณาจารย์นิเทศ อันจะนำไปสู่ความร่วมมือที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

3. ลักษณะงานของสหกิจศึกษา

1. นิสิต/นักศึกษาปฏิบัติงานในสถานประกอบการประหนึ่งลูกจ้างชั่วคราว
2. มีหน้าที่รับผิดชอบที่แน่นอนตรงตามสาขาวิชาที่นิสิต/นักศึกษาเรียน
3. มีพนักงานที่ปรึกษา (Job Supervisor) ดูแลสอนงานนิสิต/นักศึกษา
4. ระยะเวลาปฏิบัติงาน 1 ภาคการศึกษา (16 สัปดาห์)
5. ปฏิบัติงานเต็มเวลา (Full time) ตามระเบียบที่สถานประกอบการกำหนด และต้องปฏิบัติตามระเบียบบริหารงานบุคคลของสถานประกอบการโดยเคร่งครัด
6. นิสิต/นักศึกษาต้องทำรายงานวิชาการ 1 เล่ม ในหัวข้อและเนื้อหาที่สถานประกอบการกำหนดให้
7. มีค่าตอบแทนและสวัสดิการตามที่สถานประกอบการกำหนด ซึ่งอาจจะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ตามสมัครใจของนิสิต/นักศึกษาและได้รับความเห็นชอบจากสถาบันการศึกษา

5. ความสำคัญและประโยชน์ของสหกิจศึกษา

สหกิจศึกษาที่มีความสำคัญมากขึ้น มีสถาบันอุดมศึกษา ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ใช้สหกิจศึกษาเป็นแนวการจัดการศึกษาระดับปริญญากว้างขวางขึ้นในเกือบจะทุกสาขาวิชา โดยมีเป้าประสงค์ตรงกัน คือ การเสริมคุณภาพบัณฑิต ผ่านประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการ เพื่อการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต ตามมาตรฐานวิชาการและวิชาชีพ รวมทั้งตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน ถือเป็นส่วนสำคัญของการเตรียมบัณฑิตให้พร้อมที่จะเลือกอาชีพ และเข้าสู่ระบบการทำงาน ทันทีที่จบการศึกษา ทำให้บัณฑิตสหกิจศึกษา “รู้จักตน รู้จักคน และรู้จักงาน” ผู้ที่ได้ประโยชน์จากสหกิจศึกษา ประมวลได้จากผลการจัดสหกิจศึกษาในประเทศไทย ของสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. นักศึกษา

- ได้ประสบการณ์วิชาชีพตรงตามสาขาวิชาเอก
- มีผลการเรียนในสถาบันอุดมศึกษาหลังสหกิจศึกษาดีขึ้น
- เกิดการพัฒนาตนเอง มั่นใจในตนเองมากขึ้น
- เกิดทักษะการสื่อสารรายงานข้อมูล
- มีโอกาสได้รับการเสนองานก่อนสำเร็จการศึกษา
- เลือกสายงานอาชีพได้ถูกต้อง
- ได้รับค่าตอบแทนขณะศึกษา
- เป็นบัณฑิตที่มีศักยภาพและความพร้อมในการทำงานสูง

2. สถาบันอุดมศึกษา

- เกิดความร่วมมือทางวิชาการและความสัมพันธ์ที่ดีกับสถานประกอบการ
- ได้ข้อมูลย้อนกลับมาปรับปรุงหลักสูตรและการเรียนการสอน
- สหกิจศึกษาช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาได้รับการยอมรับจากตลาดแรงงาน

3. สถานประกอบการ

- มีนักศึกษาช่วยปฏิบัติงานตลอดปี
- พนักงานประจำมีเวลาที่จะทำงานสำคัญได้มากขึ้น
- ใช้เป็นวิธีคัดเลือกพนักงานได้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น
- มีโอกาสสร้างความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันอุดมศึกษา
- เกิดภาพพจน์ที่ดีด้านการส่งเสริมการศึกษา

4. ผลสัมฤทธิ์ของสหกิจศึกษา

ผลประโยชน์ของสถาบันอุดมศึกษาและสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาพบว่า

- บัณฑิตสหกิจศึกษาได้งานเร็วกว่าและมากกว่าบัณฑิตที่ไม่ได้ร่วมสหกิจศึกษา
- ผู้ประกอบการพอใจคุณภาพบัณฑิตสหกิจศึกษาสูงกว่าบัณฑิตที่ไม่ได้ร่วมสหกิจศึกษา
- สถาบันอุดมศึกษาเห็นว่า ผู้ที่ผ่านสหกิจศึกษามีวุฒิภาวะ ความรับผิดชอบและมีวินัยสูงขึ้น

ตอนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับการงานวิจัยรวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ การเรียนรู้ Learning Theory
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมนุษย์สัมพันธ์
4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ การเรียนรู้ Learning Theory

1.1 ความหมายของการเรียนรู้

การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง "การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปจากเดิม อันเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์" พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงในที่นี้ มิได้หมายถึงเฉพาะพฤติกรรมทางกายเท่านั้น แต่ยังรวมถึงพฤติกรรมทั้งมวลที่มนุษย์แสดงออกมาได้ ซึ่งจะแยกได้เป็น 3 ด้าน คือ

1. พฤติกรรมทางสมอง (Cognitive) หรือพุทธิพิสัย เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง (Fact) ความคิดรวบยอด (Concept) และหลักการ (Principle)
2. พฤติกรรมด้านทักษะ (Psychomotor) หรือทักษะพิสัย เป็นพฤติกรรมทางกล้ามเนื้อแสดงออกทางด้านร่างกาย เช่น การว่ายน้ำ การขับรถ อ่านออกเสียง แสดงท่าทาง
3. พฤติกรรมทางความรู้สึก (Affective) หรือจิตพิสัย เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในเช่น การเห็นคุณค่า เจตคติ ความรู้สึกสงสาร เห็นใจเพื่อนมนุษย์ เป็นต้น

1.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ Learning Theory

นักการศึกษา ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การเรียนรู้ของ มนุษย์ โดยมีทฤษฎีการเรียนรู้ที่สำคัญดังนี้

1.2.1 ทฤษฎีลิ้งเร้าและการตอบสนอง (S-R Theory)

ทฤษฎีนี้มีชื่อเรียกหลายชื่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะในภาษาอังกฤษ มีชื่อเรียกต่างๆ เช่น Associative Theory, Associationism, Behaviorism เป็นต้น นักจิตวิทยาที่สำคัญในกลุ่มนี้ คือ พาฟลอฟ (Pavlov) วัตสัน (Watson) ธอร์นไดค์ (Thorndike) กัทธรี (Guthrie) ฮัล (Hull) และสกินเนอร์ (Skinner) ทฤษฎีนี้อธิบายว่า พื้นฐานการกระทำซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ของแต่ละคน ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม หน้าที่ของผู้สอน คือ คอยเป็นผู้จัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับผู้เรียน

หลักการของทฤษฎีลิ้งเร้าและการตอบสนอง

- 1.การเสริมแรง (Reinforcement) เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง หรือให้เกิดพฤติกรรมการณ์เรียนรู้ตามที่ต้องการเช่น การให้รางวัล หรือการทำโทษ หรือการชมเชย เป็นต้น ผู้สอนจึงควรหาวิธีจูงใจ ให้ผู้เรียนมีความอยากเรียนให้มากที่สุด
2. การฝึกฝน (Practice) ได้แก่การให้ทำแบบฝึกหัดหรือการฝึกซ้ำ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหาที่สัมพันธ์กัน โดยเฉพาะวิชาที่เกี่ยวกับการปฏิบัติ
- 3.การรู้ผลการกระทำ (Feedback) ได้แก่ การที่สามารถให้ผู้เรียนได้รู้ผลการปฏิบัติได้ทันทีเพื่อจะทำให้ผู้เรียนได้ปรับพฤติกรรมได้ถูกต้องอันจะเป็นหนทางการเรียนรู้ที่ดี หน้าที่ของผู้สอนจึงควรจะต้องพยายามทำให้วิธีสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์แห่งความสำเร็จ
4. การสรุปเป็นกฎเกณฑ์ (Generaliation) ได้แก่ การได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ ที่สามารถสร้างมโนทัศน์ (Concept) จนกระทั่งสรุปเป็นกฎเกณฑ์ที่จะนำไปใช้ได้
5. การแยกแยะ (Discrimination) ได้แก่ การจัดประสบการณ์ ที่ผู้เรียนสามารถแยกแยะความแตกต่างของข้อมูลได้ชัดเจนยิ่งขึ้นอันจะทำให้เกิดความสะดวกต่อการเลือกตอบสนอง
6. ความใกล้ชิด (Continuity) ได้แก่ การสอนที่คำนึงถึงความใกล้ชิดระหว่าง สิ่งเร้าและการตอบสนองซึ่งเหมาะสำหรับการสอนคำ เป็นต้น

1.2.2 ทฤษฎีสานามความรู้ (Cognitive Field Theory)

แนวคิดของทฤษฎีนี้ จะเน้นความพอใจของผู้เรียน ผู้สอนควรให้ผู้เรียนทำงานตามความสามารถของเขาและคอยกระตุ้นให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จ การเรียนการสอนจะเน้นให้ผู้เรียนลงมือกระทำด้วยตัวเอง ผู้สอนเป็นผู้ชี้แนะ

ทฤษฎีอธิบายว่า พฤติกรรมของมนุษย์เป็นผลมาจากความต้องการภายในและสิ่งแวดล้อม (Interactive) ซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการคิด ดังนั้น ผู้สอนควรจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ศึกษาตามความสนใจ ภายใต้การช่วยเหลือจากผู้สอน นักจิตวิทยาที่สำคัญในกลุ่มนี้ คือ โคเลอร์ (Kohler) เลวิน (Lewin) ออสซูเบล (Ausubel) และเปียเจต์ (Piaget)

หลักการของทฤษฎีสถานะความรู้

1. การสอนอย่างมีจุดมุ่งหมาย ได้แก่ การสอนให้ผู้เรียนรู้จักการตั้งจุดมุ่งหมายในการศึกษาและเห็นประโยชน์ที่จะกระทำเพื่อบรรลุจุดประสงค์นั้นเช่น การสอนให้ผู้รู้จักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
2. การสอนให้ผู้รู้จักตัดสินใจได้แก่ การสอนให้ผู้รู้จักกระบวนการแก้ปัญหาด้วยตนเองโดยการส่งเสริมให้คิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น
3. การสอนให้ผู้รู้จักคิดคำนึง ได้แก่ การสอนที่ทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างผู้สอนและผู้เรียนในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งดังนั้นผู้สอนจะต้องสร้างสัมพันธภาพให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนแต่ละคนเพื่อให้ผู้เรียนสนใจ เอาใจใส่กิจกรรมมากขึ้น
4. การสอนให้เกิดความเข้าใจ ได้แก่ การจัดระเบียบประสบการณ์ไว้ให้ผู้เรียน ได้สามารถเข้าใจเชื่อมโยงประสบการณ์เก่าและใหม่ ซึ่งเป็นหนทางที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหา
5. การสอนโดยการจัดเค้าโครง ได้แก่ การจัดลำดับเค้าโครงเนื้อหาในการเรียน ให้ผู้เรียนได้เรียนอย่างต่อเนื่องจากความรู้พื้นฐานไปสู่ความรู้ที่ยากขึ้น และยังเป็นการเรียนรู้อย่างมีจุดมุ่งหมายอีกด้วย

1.2.3 แบบการเรียนรู้ของกาเย

กาเย (Gagne) ได้เสนอหลักที่สำคัญเกี่ยวกับการเรียนรู้ว่า ไม่มีทฤษฎีหนึ่งหรือทฤษฎีใดสามารถอธิบายการเรียนรู้ของบุคคลได้สมบูรณ์ ดังนั้น กาเย จึงได้นำทฤษฎีการเรียนรู้แบบสิ่งเร้าและการตอบสนอง (S-R Theory) กับทฤษฎีสถานะความรู้ (Cognitive Field Theory) มาผสมผสานกันในลักษณะของการจัดลำดับการเรียนรู้ดังนี้

1. การเรียนรู้แบบสัญญาณ (Signal Learning) เป็นการเรียนรู้แบบการวางเงื่อนไข เกิดจากความใกล้ชิดของสิ่งเร้าและการกระทำซ้ำผู้เรียนไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเอง
2. การเรียนรู้แบบการตอบสนอง (S-R Learning) คือการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถควบคุมพฤติกรรมนั้นได้ การตอบสนองเป็นผลจากการเสริมแรงกับโอกาสการกระทำซ้ำ หรือฝึกฝน

3. การเรียนรู้แบบลูกโซ่ (Chaining Learning) คือการเรียนรู้อันเนื่องมาจากการเชื่อมโยงสิ่งเร้ากับการตอบสนองติดต่อกันเป็นกิจกรรมต่อเนื่องโดยเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว เช่น การขับรถ การใช้เครื่องมือ

4. การเรียนรู้แบบภาษาสัมพันธ์ (Verbal Association Learning) มีลักษณะเช่นเดียวกับการเรียนรู้แบบลูกโซ่ หากแต่ใช้ภาษา หรือสัญลักษณ์แทน

5. การเรียนรู้แบบการจำแนก (Discrimination Learning) ได้แก่การเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถมองเห็นความแตกต่าง สามารถเลือกตอบสนองได้

6. การเรียนรู้แบบโน้ตทัศน์ (Concept Learning) ได้แก่การเรียนรู้อันเนื่องมาจากความสามารถในการตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะที่เป็นส่วนรวมของสิ่งนั้น เช่น วงกลม ประกอบด้วยมนโนทัศน์ย่อยที่เกี่ยวกับ ส่วนโค้ง ระยะทาง ศูนย์กลาง เป็นต้น

7. การเรียนรู้กฎ (Principle Learning) เกิดจากความสามารถเชื่อมโยงมนโนทัศน์ เข้าด้วยกันสามารถนำไปตั้งเป็นกฎเกณฑ์ได้

8. การเรียนรู้แบบปัญหา (Problem Solving) ได้แก่ การเรียนรู้ในระดับที่ผู้เรียนสามารถรวมกฎเกณฑ์ รู้จักการแสวงหาความรู้ รู้จักสร้างสรรค์ นำความรู้ไปแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้จากลำดับการเรียนรู้นี้แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการเรียนรู้แบบต้นๆ จะเป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ระดับสูง

ทฤษฎีการเรียนรู้ต่างๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นหลักในการจัดการเรียนการสอนได้ในลักษณะต่างๆ เช่น การจัดสภาพที่เหมาะสมสำหรับการเรียนการสอน การจูงใจ การรับรู้ การเสริมแรง การถ่ายโยงการเรียนรู้ ฯลฯ

1.3 แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เป็นแนวคิดในการพัฒนาองค์กร โดยเน้นการพัฒนาการเรียนรู้สถานะของการเป็นผู้นำในองค์กร (Leadership) และการเรียนรู้ร่วมกัน ของคนในองค์กร (Team Learning) เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะร่วมกัน และพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องทันต่อสถานะการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน

การมีองค์กรแห่งการเรียนรู้จะทำให้องค์กรและบุคลากร มีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล โดยมีการเชื่อมโยงรูปแบบของการทำงานเป็นทีม (Team working) สร้างกระบวนการในการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจเตรียมรับกับความเปลี่ยนแปลง เปิดโอกาสให้ทีมงาน และมีการให้อำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment) เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการคิดริเริ่ม (Initiative) และการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งจะก่อให้เกิดองค์กรที่เข้มแข็ง พร้อมเผชิญกับสถานะการแข่งขัน

Chris Argyris ได้ให้แนวคิดทางด้าน Organization Learning ร่วมกับ Donald Schon ไว้ว่า เป็นกระบวนการที่สมาชิกขององค์กรให้การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วยการตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นเสมอ ๆ ในองค์กร โดยให้คำนิยามการเรียนรู้สองรูปแบบที่มีความสำคัญในการสร้าง Learning Organization คือ Single Loop Learning (First Order / Corrective Learning) หมายถึง การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นแก่องค์การเมื่อการทำงานบรรลุผลที่ต้องการลักษณะการเรียนรู้แบบที่สองเรียกว่า Double Loop Learning (Second Order/Generative Learning)หมายถึงการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่ต้องการให้บรรลุผลหรือเป้าหมายไม่สอดคล้องกับผลการกระทำ

Peter Senge ได้รวบรวมจากแนวคิดของ Chris Argyris และ Donald Schon รวมถึงนักวิชาการท่านอื่น มาเขียนหนังสือเล่มแรกเกี่ยวกับ Learning Organization ซึ่งมีชื่อว่า "The Fifth Discipline" ซึ่ง Peter Senge เชื่อว่าหัวใจของการสร้าง Learning Organization อยู่ที่การสร้างวินัย 5 ประการในรูปของการนำไปปฏิบัติของบุคคล ทีม และองค์กรอย่างต่อเนื่อง วินัย 5 ประการที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ทั้งองค์กรมีดังนี้

1. **Personnal Mastery** : มุ่งสู่ความเป็นเลิศ และรอบรู้ โดยมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองให้ไปถึงเป้าหมายด้วย การสร้างวิสัยทัศน์ส่วนตัว (Personal Vission) เมื่อลงมือกระทำและต้องมุ่งมั่นสร้างสรรค์จึงจำเป็นต้องมี แรงมุ่งมั่นใฝ่ดี (Creative Tention) มีการใช้ข้อมูลข้อเท็จจริงเพื่อคิดวิเคราะห์และตัดสินใจ (Commitment to the Truth) ที่ทำให้มีระบบการคิดตัดสินใจที่ดี รวมทั้งใช้การฝึกจิตใต้สำนึกในการทำงาน (Using Subconsciousness) ทำงานด้วยการดำเนินไปอย่างอัตโนมัติ
2. **Mental Model** มีรูปแบบวิธีการคิดและมุมมองที่เปิดกว้าง ผลลัพธ์ที่จะเกิดจากรูปแบบแนวคิดนี้จะออกมาในรูปของผลลัพธ์ 3 ลักษณะคือ เจตคติ หมายถึง ท่าที หรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์ หรือเรื่องราวใด ๆ ทัศนคติ แนวความคิดเห็นและกระบวนการทัศน์ กรอบความคิด แนวปฏิบัติที่เราปฏิบัติตาม ๆ กันไป จนกระทั่งกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร
3. **Shared Vission** การสร้างและสานวิสัยทัศน์ วิสัยทัศน์องค์กร เป็นความมุ่งหวังขององค์กรที่ทุกคนต้องร่วมกันบูรณาการให้เกิดเป็นรูปธรรมในอนาคต ลักษณะวิสัยทัศน์องค์กรที่ดี คือ กลุ่มผู้นำต้องเป็นฝ่ายเริ่มเน้นเข้าสู่กระบวนการพัฒนาวิสัยทัศน์อย่างจริงจัง วิสัยทัศน์นั้นจะต้องมีรายละเอียดชัดเจน เพียงพอที่จะนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติได้ วิสัยทัศน์องค์กรต้องเป็นภาพบวกต่อองค์กร

4. **Team Learn** การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม องค์การควรมุ่งเน้นให้ทุกคนในทีมมีสำนึกร่วมกันว่าเรากำลังทำอะไรและจะทำอะไรต่อไป ทำอย่างไร จะช่วยเพิ่มคุณค่าแก่ลูกค้า การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมขึ้นกับ 2 ปัจจัย คือ IQ และ EQ ประสานกับการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม และการสร้างภาวะผู้นำแก่ผู้นำองค์การทุกระดับ
5. **System Thinking** มีความคิดความเข้าใจเชิงระบบ ทุกคนควรมีความสามารถในการเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบนอกจากมองภาพรวมแล้ว ต้องมองรายละเอียดของส่วนประกอบย่อยในภาพนั้นให้ออกด้วย วินัยข้อนี้สามารถแก้ไขปัญหาที่สลับซับซ้อนต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

องค์ประกอบขององค์การแห่งการเรียนรู้

องค์การแห่งการเรียนรู้ คือ การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของคนทำงานบนพื้นฐานของการเรียนรู้ (Learning Base) โดยมีกระบวนการ ดังนี้

1. กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในเชิงปฏิบัติการ คือ
 - 1.1 กลยุทธ์ชี้นำ (Surge Strategy) โดยคณะผู้บริหารระดับสูงร่วมรับผิดชอบและสนับสนุน
 - 1.2 กลยุทธ์ปลูกฝัง (Cultivate Strategy) โดยให้คณะทำงานในสายงานด้านทรัพยากรบุคคลเป็นผู้รับผิดชอบ
 - 1.3 กลยุทธ์ปฏิรูป (Transform Strategy) โดยคณะทำงานพิเศษจากทุก ๆ หน่วยงานในองค์การมาร่วมกันรับผิดชอบดำเนินการ
2. กำหนดแผนงานให้ชัดเจน ดังนี้
 - 2.1 ปรับโครงสร้างในการบริหารให้เป็นการทำงานแบบทีม
 - 2.2 จัดทำแผนทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับโครงสร้างในการบริหารงานให้มีลักษณะเป็น การทำงานเป็นทีม โดยวางแผนพัฒนาองค์ความรู้ โดยการฝึกอบรม และพัฒนาประสบการณ์พร้อมทักษะจากการเรียนรู้ในที่ทำงาน
 - 2.3 จัดทำแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ประกอบการฝึกอบรม และการเรียนรู้ประเภทต่าง ๆ เช่น ห้องฝึกอบรม ห้องประชุม โสตทัศนูปกรณ์เป็นต้น
3. เปิดโอกาสให้ทุกคนได้รับรู้กลไกของการพัฒนาและผลกระทบทุก ๆ ด้านที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง
4. พัฒนาพื้นฐานสำคัญขององค์การการเรียนรู้ดังนี้

4.1 มุ่งสู่ความเป็นเลิศ (Personal Mastery) เพื่อให้เก่งในทุก ๆ ด้าน เก่งในการเรียนรู้ เก่งคิด เก่งทำ มีไหวพริบปฏิภาณ มีความเพียรพยายามตั้งแต่เยาว์วัยและใฝ่รู้อย่างเสมอต้นเสมอปลาย เพื่อให้สอดคล้องกับโลกยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งเป็นโลกแห่งการเรียนรู้ (Knowledge-based) ที่ต้องมีการเรียนรู้ไปตลอดชีวิต โดยมีการคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้

- การสร้างวิสัยทัศน์ส่วนตัว (Personal Vission) ซึ่งได้แก่ความคาดหวังของแต่ละคนที่ต้องการจะให้สิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นจริงในชีวิตของตน
- มุ่งมั่นสร้างสรรค์ (Creative Tension) มีความขยัน ใฝ่ดี มีพัฒนาการอยู่ตลอดเวลา
- ใช้ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และตัดสินใจ เพื่อให้มีระบบคิด และการตัดสินใจที่ดี
- ฝึกใช้จิตใต้สำนึก (Subconscious) สั่งงาน เพื่อให้การทำงานเป็นไปโดยอัตโนมัติ และได้ผลงานที่ดี

4.2 รูปแบบวิธีการคิดและมุมมองที่เปิดกว้าง (Mental Model) ซึ่งเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่ได้สะสมมาตั้งแต่เด็กกับพื้นฐานของวุฒิภาวะทางอารมณ์ของแต่ละบุคคล ทำให้ความคิดและความเข้าใจของแต่ละคนแตกต่างกัน และหากปล่อยให้ต่างคนต่างคิดจะกลายเป็นปัญหาใหญ่เพราะมีการยึดติด กับรูปแบบและวิธีการที่ตนเองคุ้นเคย ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัว

4.3 การสร้างและสานวิสัยทัศน์ (Share Value) ให้ทุกคนได้รู้ได้เข้าใจ จะได้สนับสนุนและมีส่วนร่วมในการดำเนินการให้เป็นรูปธรรม โดยมีการนำวิสัยทัศน์ที่ได้สร้างขึ้นมาเป็นเป้าหมายของการกำหนดแผนกลยุทธ์ เพื่อสานให้วิสัยทัศน์เป็นจริงด้วยแผนการปฏิบัติต่อไป

4.4 การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learn) เป็นการเน้นการทำงานเป็นทีมโดยให้ทุกคนในทีมงานใช้วิจารณญาณร่วมกันตลอดเวลาว่า กำลังทำงานอะไร จะทำให้ดีขึ้นอย่างไร เป็นการเรียนรู้ร่วมกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลสามัคคี ขยันคิด ขยันเรียนรู้ และขยันทำด้วยความเชื่อว่าการเรียนรู้ในลักษณะนี้จะช่วยเสริมสร้างอรรถริยะภาพของทีมงาน

4.5 ความคิดความเข้าใจเชิงระบบ (System Thinking) เพื่อให้ทุกคนมีความเข้าใจชัดเจนถึงความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ทำให้มองทุกสิ่งทุกอย่างเป็นภาพรวม จะได้สามารถเผชิญกับภาวะวิกฤติ และการแข่งขันได้

5. พัฒนาพนักงานในระดับผู้นำองค์กร ไม่ว่าจะเป็นหัวหน้าโครงการ หรือหัวหน้าทีมงาน ให้มีความเข้าใจบทบาทของผู้นำในองค์กรการเรียนรู้ จะได้มีการปฏิบัติให้มีคุณลักษณะเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ และเป็นผู้ให้การสนับสนุนผู้อื่นในการปฏิบัติงานให้ราบรื่น

6. มอบหมายพันธกิจ (Mision) และกระบวนงานต่าง ๆ แก่ทีมงานเพื่อให้สามารถบริหารและรับผิดชอบด้วยตัวเองได้ เป็นการเพิ่มอำนาจให้แก่พนักงาน จะได้เกิดความคล่องตัว

7. สร้างวัฒนธรรมองค์การด้านการพัฒนา และปรับปรุงงานให้ดีขึ้นตลอดเวลา

8. ทำการประเมินผล (Assessment) เพื่อปรับปรุงผลงานเสมอ

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดข้างต้นและได้นำมาเชื่อมโยงกับงานวิจัยเพื่อการศึกษาตัวแปรด้านความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากรายวิชาต่างๆในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเรียนรู้ของนักศึกษาในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

Wolman(1973)กล่าวถึงความพึงพอใจ (gratification) ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรม โดยให้ความจำกัดความไว้ว่าหมายถึง ความรู้สึกที่ดีมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (need) หรือแรงจูงใจ (motivation)

Schermerhorn (1984) ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นระดับหรือขั้นของความรู้สึกในด้านบวกหรือลบของคนที่มีต่อลักษณะต่าง ๆ ของงาน รวมทั้งงานที่ได้รับมอบหมาย การจัดระบบงาน และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

Hornby (2000) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ดีมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (need) หรือแรงจูงใจ (motivation) ซึ่งเป็นระดับหรือขั้นของความรู้สึกทั้งในด้านบวกหรือลบที่มีต่อผู้บังคับบัญชา หรือผู้ร่วมงาน

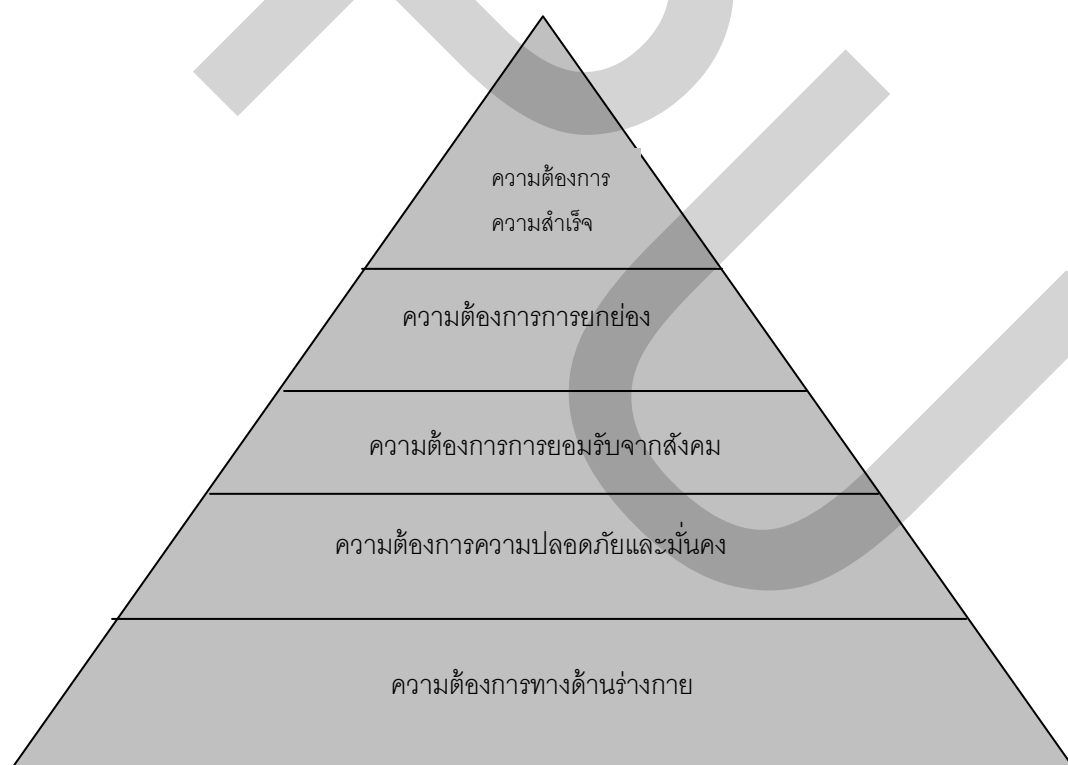
2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

นักวิชาการได้พัฒนาทฤษฎีที่อธิบายองค์ประกอบของความพึงพอใจ และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับปัจจัยอื่น ๆ ไว้หลายทฤษฎีซึ่งทฤษฎีที่มีชื่อเสียงที่สุดได้แก่

ทฤษฎีจูงใจ (motivation theory) ของ Maslow (1970, pp. 80-81) หรือที่เรียกว่า ทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจ (Maslow's general theory of human motivation) หรือทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Theory) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Theory)

ทฤษฎีการจูงใจ ได้อธิบายเกี่ยวกับสภาวะของบุคคลที่พร้อมจะสนองความต้องการหากสิ่งนั้นมีอิทธิพลสำหรับความต้องการของเขา ทฤษฎีการจูงใจที่สำคัญคือ ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Theory) **อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow)** ซึ่งมาสโลว์ได้ตั้งสมมติฐานสิ่งจูงใจจากความต้องการของมนุษย์ไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจอีกต่อไป แต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองนั้นจะเป็นสิ่งจูงใจแทน และมาสโลว์ได้ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำถึงระดับสูง โดยแบ่งออกเป็น 5 ชั้น ดังนี้



รูปภาพที่ 2.2 รูปแสดงลำดับชั้นตามความต้องการของมาสโลว์

1. ความต้องการด้านร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ
2. ความต้องการทางด้านความปลอดภัย (safety needs) ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อันตรายต่างๆ และความมั่นคงในอาชีพ
3. ความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (belonging needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม และได้รับการยอมรับในสังคม ความเป็นมิตร และความรักจากเพื่อนร่วมงาน
4. ความต้องการจะเห็นคุณค่าของตนเอง (esteem needs) ได้แก่ ความต้องการอยากเด่นในสังคม เป็นที่ยอมรับ เป็นที่ยกย่องสรรเสริญของบุคคลอื่น
5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดของตนเอง (self-actualization) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ ที่คนส่วนมากอยากจะเป็นอยากจะได้

มาสโลว์มีทฤษฎะเหมือนกับฟรอยด์ โดยมีความเชื่อเกี่ยวกับการจูงใจมนุษย์ แต่ทฤษฎะของมาสโลว์มีเหตุผลที่มีความแตกต่างจากทฤษฎะของฟรอยด์ที่มีความเชื่อในพลังอำนาจซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลมีมาตั้งแต่แรกเกิดล้วนแต่เป็นการจูงใจในทางลบ แต่มาสโลว์มีความเห็นว่า จุดอ่อนในสิ่งที่บุคคลมีมาตั้งแต่แรกเกิด ควรจะจัดให้เป็นแนวทางบวก และควรจะได้รับ การสนับสนุนให้เกิดการจูงใจ เพื่อให้มนุษย์สามารถมีชีวิตอยู่รอดได้ จัดเป็นพลังอำนาจที่ดีที่สุด และเป็นการจูงใจที่จะต้องกระทำในทันที มาสโลว์มีความเชื่อว่าความต้องการตามลำดับขั้นทั้งหมดเป็นความต้องการของมนุษย์ที่มีมาตั้งแต่แรกเกิด แต่มนุษย์มีความต้องการตามลำดับขั้นในขั้นที่สูงขึ้น มนุษย์จึงต้องการการชี้นำในการกระทำ เมื่อมนุษย์ได้รับความพึงพอใจในลำดับขั้นความต้องการขั้นพื้นฐานคืออาหาร คราบน้ำดื่มมนุษย์ยังมีความอดอยากหิวโหยอยู่ สิ่งที่มีความสำคัญที่สุดสำหรับเขาก็คืออาหารนั่นเอง เมื่อได้รับอาหารเพียงพอแล้ว และมีความปลอดภัยในชีวิตแล้ว ก็เป็นสิ่งที่เชื่อแน่ว่ามนุษย์ก็จะถูกจูงใจให้มีความต้องการทางสังคม หรือมีความต้องการการยอมรับ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและจะได้รับการยอมรับนับถือเป็นอย่างสูง เขาก็จะเป็นผู้ที่รู้จักและมีความเข้าใจโลกของเขา หรือจัดเป็นการสร้างสุนทรียภาพแห่งความพอใจที่บริสุทธิ์ มนุษย์สามารถจะประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย เขาจะกลายเป็นบุคคลที่มีความสามารถมากที่สุดตลอดไปและมีความสามารถหลายอย่าง หรือเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จชีวิต ดังนั้นแต่ละบุคคลจะมีความสามารถในการพัฒนาตนเองได้เป็นอย่างดีที่สุด

ตามแผนการของมาสโลว์ สังคมควรจะมีส่วนช่วยทำให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่า บุคคลทุกคนสามารถจะได้รับความพึงพอใจในความต้องการขั้นพื้นฐานทางด้านสรีระ แต่ควรจะให้เขาได้มีการพัฒนาความต้องการในลำดับความต้องการขั้นต่อไปอย่างเต็มที่ เพื่อเป็นการรักษาและควบคุมทาง

สังคมเหนือสัจชาตญาณของบุคคล มาสโลว์มีความรู้สึกว่า สังคมจะต้องให้การสนับสนุนส่งเสริมบุคคลที่มีความอ่อนแอ โดยการเพิ่มการสนใจให้มากขึ้น การที่มนุษย์มีแต่การกระทำความเลวก็เป็นสิ่งที่ไม่อาจจะหลีกเลี่ยงได้เนื่องจากเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่บุคคลถูกขัดขวางในความต้องการขั้นพื้นฐาน ดังนั้นบุคคลก็ไม่สามารถทำหน้าที่ตามแรงขับที่เพิ่มขึ้นได้ บุคคลอาจจะมีพฤติกรรมที่มีความเห็นแก่ตัว หรือกระทำการก่อเหตุร้ายแรง เนื่องจากบุคคลเหล่านั้นจะไม่เคยได้รับความต้องการตามลำดับขั้นในระดับขั้นที่ต่ำที่สุดเพราะว่าบุคคลเหล่านั้นมีความต้องการมากเกินไป ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เขาต้องกลับมาอยู่ในลำดับความต้องการขั้นต่ำที่สุด แต่ก็ยังเปิดโอกาสให้เขามีแนวทางไปสู่ความสำเร็จสูงสุดในชีวิตได้

หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการสนใจ คือ

1. การสนใจเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผลักดันให้บุคคลปฏิบัติ กระตือรือร้น และปรารถนาที่จะร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เพราะการตอบสนองใด ๆ จะเป็นผลเพื่อลดความตึงเครียดของบุคคล ที่มีต่อความต้องการนั้นๆ ดังนั้นคนเราจึงดิ้นรนเพื่อให้ได้ตามความต้องการที่เกิดขึ้นต่อเนื่อง กิจกรรมการเรียนการสอนจึงต้องอาศัยการสนใจ
2. ความต้องการทางกาย อารมณ์ และสังคม เป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน ผู้สอนจึงควรหาทางเสริมแรงหรือกระตุ้นโดยปรับกิจกรรมการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการเหล่านั้น
3. การเลือกสื่อและกิจกรรมการเรียนการสอน ให้เหมาะสมกับ ความสนใจ ความสามารถและความพึงพอใจแก่ผู้เรียนจะเป็นกุญแจสำคัญให้การจัดกระบวนการเรียนรู้ประสบความสำเร็จได้ง่าย มีแรงจูงใจสูงขึ้น และมีเจตคติที่ดีต่อการเรียนเพิ่มขึ้น
4. การสนใจผู้เรียนให้มีความตั้งใจ และสนใจในการเรียน ย่อมขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของผู้เรียนแต่ละคน ซึ่งผู้สอนจะต้องทำความเข้าใจลักษณะความต้องการของผู้เรียนแต่ละระดับ แต่ละสังคม แต่ละครอบครัว แล้วจึงพิจารณากิจกรรมการเรียนที่จะจัดให้สอดคล้องกัน
5. ผู้สอนควรพิจารณาสิ่งล่อใจหรือรางวัล รวมทั้งกิจกรรมการแข่งขัน ให้รอบคอบ และเหมาะสมเพราะเป็นแรงจูงใจที่มีพลังรวดเร็ว ซึ่งให้ผลทั้งทางด้านเสริม สร้าง และการทำลายก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และวิธีการ

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นและได้นำมาเชื่อมโยงกับงานวิจัยเพื่อทำการศึกษาดูแปรผันความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากรายวิชาต่างๆ ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของนักศึกษาที่เป็นแรงจูงใจต่อกระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษาในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง ซึ่งมีผลทำให้นักศึกษาได้รู้จักตนเอง

ว่ามีจุดเด่นและด้อยอย่างไร และทางด้านสถานประกอบการผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น มาเชื่อมโยงกับงานวิจัยเพื่อการศึกษาตัวแปรด้านความพึงพอใจของสถานประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ซึ่งเป็นระดับหรือขั้นของความรูสึกทั้งในด้านบวกหรือลบที่มีต่อผู้บังคับบัญชา หรือผู้ร่วมงาน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมนุษย์สัมพันธ์

3.1 ความหมายของมนุษย์สัมพันธ์

ความหมายทั่ว ๆ ไป มีผู้ให้ความหมายของคำว่ามนุษย์สัมพันธ์ ดังนี้

ความหมายของมนุษย์สัมพันธ์ มีนักจิตวิทยาให้ความหมายไว้หลายท่านพอสรุปได้ดังนี้

อริสโตเติล (Aristotle) นักปราชญ์ชาวกรีก อธิบายว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคม มนุษย์ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน เป็นหมู่เป็นเหล่า เป็นกลุ่มเป็นพวก มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน การที่มนุษย์อยู่ร่วมกัน ทำให้พวกเขารู้สึกปลอดภัย ซึ่งเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ ดังนั้นเราอาจกล่าวได้ว่า การที่ มนุษย์มีสัมพันธ์กัน มนุษย์จึงเป็นสัตว์สังคม ดังที่นักปราชญ์ได้กล่าวไว้

ดิวบริน (Dubrin. 1981 : 4) ให้ความหมายว่า มนุษย์สัมพันธ์ หมายถึง ศิลปะและการปฏิบัติในการนำความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์มาใช้ในการติดต่อเกี่ยวข้องกันเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ส่วนตัวและส่วนรวม

นิพนธ์ คันธเสวี (2525 : 4) ให้ความหมายว่า มนุษย์สัมพันธ์ หมายถึง สภาพความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่เอื้ออำนวยต่อการดำรงชีวิตร่วมกันอย่างราบรื่นหรือทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และทุกฝ่ายต่างก็มีความพึงพอใจทุกด้าน

วิจิตร อาวะกุล (2528 : 25) กล่าวว่า มนุษย์สัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อเกี่ยวข้องกันเพื่อเป็นสะพานทอดไปสู่ความเป็นมิตร รวมทั้งการที่พัฒนาตนเองให้เป็นที่รักใคร่ชอบพอ และได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากผู้อื่น

ความหมายที่ใช้ในองค์การ มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

กีธ เดวิส (Keith Davis. 1967 : 9) ให้ความหมายว่า มนุษย์สัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการจูงใจคนให้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยมีความพอใจเป็นพื้นฐาน

ฟลิปโป (Flippo. 1969 : 15) ให้ความหมายว่า มนุษย์สัมพันธ์ หมายถึง การรวมคนให้ทำงานร่วมกันในลักษณะที่มุ่งให้เกิดความร่วมมือ สมานฉันท์ เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย หรือเป็น

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรที่มุ่งหมายให้เกิดความร่วมมือในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน

จากความหมายต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปลักษณะของมนุษย์สัมพันธ์ได้ดังนี้

1. มนุษย์สัมพันธ์ เน้นตัวบุคคลมากกว่าเครื่องจักรกลหรือเศรษฐศาสตร์
2. บุคคลดังกล่าวรวมกันเป็นกลุ่มสังคมที่มีระบบ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นความสัมพันธ์ที่มีระบบระเบียบ
3. กิจกรรมสำคัญของมนุษย์สัมพันธ์ คือ การช่วยให้บุคคลเกิดพลังในการติดต่อสัมพันธ์ และแสดงพฤติกรรมตอบสนองให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้

3.2 ประวัติความเป็นมาของมนุษย์สัมพันธ์

อารี เพชรผุด (ม.ป.ป. : 4-9) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์นั้นไม่สามารถระบุได้ว่า เริ่มเมื่อใด แต่มนุษย์เริ่มอยู่รวมกันเป็นกลุ่มสังคมก็ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กันเพื่อความมั่นคงปลอดภัย และเพื่อความอยู่รอด ฯลฯ ดังได้กล่าวมาแล้ว ความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการและเป็นไปโดยอัตโนมัติ เมื่อสังคมเริ่มเปลี่ยนแปลง ประชาชนพลเมืองเพิ่มขึ้น มีการแข่งขันด้านธุรกิจมากขึ้น มนุษย์สัมพันธ์เริ่มมีความสำคัญยิ่งขึ้นโดยเฉพาะในองค์กรต่าง ๆ เช่น องค์กรอุตสาหกรรม องค์กรธุรกิจ เป็นต้น ทั้งนี้เพราะการบริหารงานของนายจ้างนั้นต้องเกี่ยวข้องกับกับคนที่เป็นลูกจ้างหรือผู้ใช้แรงงาน ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับมนุษย์สัมพันธ์เริ่มเด่นชัดกลางศตวรรษที่ 19 โดยเริ่มเปลี่ยนแนวความคิดการบริหารมาให้ความสำคัญแก่ตัวบุคคล ทั้งนี้ก่อนการปฏิวัติอุตสาหกรรม นายจ้างในโรงงานอุตสาหกรรมไม่เห็นความสำคัญของลูกจ้าง ไม่สนใจความต้องการ และอารมณ์ความรู้สึกของคน และไม่รู้ว่าการต้องการของคนมีอิทธิพลต่อผลผลิตอย่างสูง ผู้บริหารคิดแต่เพียงว่าแรงงานเปรียบเสมือนสินค้าสำหรับซื้อขาย คนก็กลายเป็นเครื่องจักรที่ต้องทำงานตลอดเวลา โดยเขาไม่รู้ว่าคุณต้องการพักผ่อน ต้องการความเห็นอกเห็นใจ และอื่น ๆ คนงานในสมัยนั้นต้องทำงานวันละหลายชั่วโมงได้รับค่าจ้างในอัตราต่ำ อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่ดี คนงานมีสุขภาพทรุดโทรมยากจน เจ็บป่วยเสมอ ทั้งนี้เพราะนายจ้างขาดความเห็นอกเห็นใจ ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือ สภาพการทำงานเลวร้ายลง ผลผลิตเสื่อมคุณภาพ โรงงานประสบภาวะการฉาขาดทุน

ต่อมาจึงมีการปฏิวัติอุตสาหกรรม หลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมใหม่ ๆ แม้จะมีการจัดระบบงานที่ดีขึ้นแต่สถานการณ์ต่าง ๆ ยังไม่ดีขึ้นเพราะคนงานยังขาดอิสรภาพในการทำงาน ไม่มีเวลาว่างสำหรับพักผ่อน และยังไม่มีความพอใจในการทำงาน ต่อมาประมาณปี ค.ศ. 1800 โร

เบิร์ต โอเวน (Robert Owen) นักอุตสาหกรรมชาวเวลส์ เป็นบุคคลแรกที่คำนึงถึงความต้องการพื้นฐานของแรงงาน เช่น เขาคิดว่า เด็กยังมีพัฒนาการไม่เหมือนผู้ใหญ่ โอเวนจึงไม่ยอมรับเด็กเข้าทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม เขาเชื่อว่า ความสะอาด และความเหมาะสมของงานมีความสัมพันธ์กับการทำงานเป็นอย่างยิ่ง เขาจึงได้จัดสถานที่ทำงานให้สะอาด และจัดสภาพการทำงานให้เหมาะสมขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นการเริ่มต้นการสร้างสัมพันธภาพกับแรงงาน

ต่อมาปี ค.ศ. 1835 แอนดรู ยูรี (Andrew Urie) เป็นอีกผู้หนึ่งที่ทำให้ความสำคัญแก่คนซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมการผลิต เช่น การจัดให้มีการหยุดพักผ่อนน้ำชา ให้การรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วย การปรับปรุงห้องทำงาน ให้มีพัดลมระบายอากาศ จ่ายค่าจ้างเมื่อคนงานเจ็บป่วย เป็นต้น

ต้นปี ค.ศ.1900 เทย์เลอร์ (Taylor) วิศวกรชาวอเมริกาซึ่งเป็นผู้จัดการโรงงานถลุงเหล็กได้พัฒนาทฤษฎีและการจัดการบริหารเชิงวิทยาศาสตร์ขึ้น เขาจึงได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งการบริหารเชิงวิทยาศาสตร์ (Owen. 1969 : 8-11) โดยที่เขาได้ริเริ่มวางพื้นฐานมนุษยสัมพันธ์ด้านธุรกิจขึ้นเมื่อได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้ควบคุมงานเขาได้พยายามวางมาตรฐานเวลาที่ใช้ในการทำงานแต่ละอย่างที่ต้องใช้เครื่องจักรกลทุกด้าน (Spriege. 1955 : 2.1-2.6) และพิจารณาศึกษาการทำงานของคนงานในแต่ละวันว่าทำงานวันละกี่ชั่วโมงจึงจะเหมาะสมที่สุด ระยะเวลาพักงานแต่ละวันควรมีกี่ระยะ และระยะหนึ่ง ๆ นานเท่าใด เขาได้ทำการทดลองวิธีการทำงานที่ถูกต้องกับคนกลุ่มหนึ่งและพบว่าการทำงานที่ถูกต้องจะทำให้ผลผลิตสูงขึ้น เขาเป็นบุคคลแรกที่เรียกร้องให้ผู้บริหารสนใจสภาพการทำงานของคนงาน เพราะคนงานเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิต จึงนับได้ว่าทำให้เกิดการสร้างมนุษยสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างอีกระดับหนึ่ง ต่อมาได้มีการจัดประชุมสัมมนาด้านมนุษยสัมพันธ์ในวงการอุตสาหกรรมขึ้นที่กรุงนิวยอร์กและได้จัดเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันซึ่งเป็นการจัดสัมมนาที่เริ่มใช้คำว่า “มนุษยสัมพันธ์”

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์

แนวคิดเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์เป็นความรู้เบื้องต้นที่ใช้เป็นแนวทางในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ แนวคิดของมนุษยสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 3 แนวคิด คือ แนวคิดในเรื่องธรรมชาติของมนุษย์ แนวคิดในเรื่องของสังคมไทยและแนวคิดในเรื่องขององค์การ ดังนี้ คือ

1. แนวคิดในเรื่องธรรมชาติของมนุษย์ ได้แก่ ความแตกต่างระหว่างบุคคล การคำนึงถึงบุคคลในลักษณะผลรวม พฤติกรรมของมนุษย์ย่อมก่อให้เกิดขึ้นได้และจงใจได้ มนุษย์มีคุณค่าและศักดิ์ศรี มนุษย์มีความซับซ้อน มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual differences) นอกจากบุคคลจะมีความคล้ายคลึงกันแล้วบุคคลยังมีความแตกต่างกันมากมายหลายประการ

1.2 การคำนึงถึงบุคคลในลักษณะรวม (A whole person) เราไม่อาจศึกษาบุคคลโดยการแยกศึกษาเป็นส่วนย่อย ๆ แต่ละส่วน

1.3 พฤติกรรมเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดขึ้นได้และจงใจได้ (A caused behavior) ทางจิตวิทยาเชื่อว่า พฤติกรรมเกิดจากความต้องการ ซึ่งถือว่าความต้องการเป็นแรงขับหรือแรงจูงใจภายในที่ทำให้เกิดพฤติกรรม นอกจากพฤติกรรมจะเกิดจากแรงจูงใจภายในแล้วเรายังสามารถทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมโดยใช้สิ่งจูงใจภายนอกได้

1.4 มนุษย์ทุกคนมีศักดิ์ศรีของความเป็นคน (Dignity) มนุษย์ทุกคนเป็นคนมีคุณค่า มีศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน ฉะนั้นการปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานในองค์การควรเป็นไปในลักษณะของการยกย่องให้เกียรติ สุภาพ อ่อนน้อม ไม่วางอำนาจ หรือขู่บังคับ

1.5 มนุษย์มีความซับซ้อนและมีความผันแปรเป็นอย่างมาก (Complex) มนุษย์เป็นสัตว์ชั้นสูงที่มีความซับซ้อนและพฤติกรรมผันแปรอยู่ตลอดเวลาตามความต้องการหรือแรงจูงใจที่มีอยู่

2. แนวคิดในเรื่องลักษณะของสังคมไทย ลักษณะสังคมไทยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์สัมพันธ์มีหลายประการ เช่น เป็นสังคมที่เน้นตัวบุคคลมากกว่าปัญหาหรือหลักการ เป็นสังคมอำนาจนิยมเป็นไปในลักษณะของผู้ใหญ่กับผู้น้อย

3. แนวคิดในเรื่องธรรมชาติขององค์การ มีข้อสมมติฐานว่า องค์การมีธรรมชาติ ดังนี้

3.1 องค์การเป็นระบบสังคม กิจกรรมทางสังคมภายในองค์การจึงอยู่ภายใต้กฎของสังคม

3.2 องค์การเป็นศูนย์รวมความสนใจ องค์การเกิดขึ้นเพราะคนมีความสนใจร่วมกัน

แนวคิดดังกล่าวจะเป็นแนวทางให้บุคคลในองค์การ ในสังคม ได้ตระหนักและใช้เป็นประโยชน์ในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยในการศึกษาตัวแปรทางด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษา

4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพ(Personality) มาจากภาษาละตินว่า Persona หมายถึง หน้ากากที่ตัวละครใช้สวมเวลาออกแสดง เพื่อที่จะแสดงบทบาทตามที่ถูกกำหนดให้

คำจำกัดความของ “บุคลิกภาพ” คือ ผลรวมอย่างมีระบบของพฤติกรรมต่าง ๆ ตลอดจนทัศนคติและค่านิยมซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะนิสัยเฉพาะตัวบุคคล ดังนั้นจิตวิทยาบุคลิกภาพจึงเป็นศาสตร์ที่มุ่งศึกษานิสัยของบุคคลซึ่งช่วยให้มองเห็นว่าแต่ละคนแตกต่างกันอย่างไร

4.1 สิ่งที่กำหนดบุคลิกภาพ (Personality Determinants)

ในการวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพมีข้อถกเถียงมากมาย แต่ในที่สุด ก็สรุปว่า บุคลิกภาพ มีผลมาจาก 3 องค์ประกอบ คือ พันธุกรรม (Heredity), สิ่งแวดล้อม (Environment Factors) และสถานการณ์ (Situation Conditions)

พันธุกรรม (Heredity) จากการวิจัยพบว่า ลักษณะต่าง ๆ ทั้งทางชีวภาพ ภายนอก และจิตวิทยาภายใน จะถูกถ่ายทอดจากบิดามารดาสู่บุตรผ่านทางยีนที่อยู่ในโครโมโซม ทั้งนี้จากการสังเกตพฤติกรรมและอารมณ์ในวัยเยาว์ ซึ่งพบว่าลักษณะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความวิตก ความกังวล ความกลัว ฯลฯ จะถูกถ่ายทอดผ่านยีนพอ ๆ กับลักษณะทางกายภาพ เช่น ความสูง สีผม ฯลฯ

สิ่งแวดล้อม (Environment Factors) ในขณะที่ผลจากพันธุกรรมจะมีขีดจำกัดในการสร้างบุคลิกภาพ ความต้องการของสังคมหรือสิ่งแวดล้อมที่บุคคลนั้นดำรงอยู่ จะคอยปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพให้แปรเปลี่ยนไป

สถานการณ์ (Situation Conditions) บุคลิกภาพที่มักจะสม่ำเสมอ อาจจะแปรเปลี่ยนไปภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ (Personality theories) มีมากมายหลายทฤษฎี แต่ในที่นี้จะขอนามากล่าวพอเป็นสังเขปเพียงบางทฤษฎีที่สำคัญ ดังนี้

4.2 ทฤษฎีบุคลิกภาพแบบจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theories)

ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) เป็นบิดาของกลุ่มทฤษฎีจิตวิเคราะห์ และเป็นผู้ตั้งทฤษฎีที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพ เรียกว่า “ทฤษฎีจิตวิเคราะห์เกี่ยวกับบุคลิกภาพ” (psychoanalytic theory of personality) ขึ้น ซึ่งนับว่ามีอิทธิพลสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำความเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ ฟรอยด์ได้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของมนุษย์ว่า เป็นผลเกิดมาจากความดันรนพยายามระหว่างแรงขับอันเกิดจากภายในร่างกาย (Inner physiological drivers) ที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เช่น ความหิว อารมณ์เพศ และความก้าวร้าว เป็นต้น กับความกดดันทางสังคม (social pressure) ที่

เป็นตัวคอยขัดขวาง เพื่อให้บุคคลประพฤติปฏิบัติเป็นไปตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ และ ศีลธรรมจรรยาที่พึงงาม (Mowen and Minor.1998:202)

ฟรอยด์ ได้อธิบายว่า มนุษย์มีจิต 3 ระดับ คือ (1) จิตสำนึก (Coscious mind) (2) จิตก่อนสำนึก หรือจิตใต้สำนึก (Preconscious or Subconscious mind) และ (3) จิตไร้สำนึก (Unconscious mind) เป็นตัวคอยควบคุมกำกับพฤติกรรมของมนุษย์ให้แสดงพฤติกรรมออกมาต่างนานา ฟรอยด์กล่าวว่า พลังผลักดันที่เป็นแรงขับให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมส่วนใหญ่แล้วมาจากจิตไร้สำนึก จึงไม่ได้ผ่านการพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ จากความคิดที่ว่าบุคคลเกิดการรับรู้เพียงส่วนน้อยที่เกี่ยวกับแรงผลักดันภายใน ที่มุ่งใจให้เกิดการกระทำ จึงเป็นจุดเปลี่ยนความคิดที่สำคัญอันยิ่งใหญ่ต่อการเข้าใจบุคลิกภาพของมนุษย์ (Rathus, quoted in Mowen and Minor.1998:202)

โครงสร้างของบุคลิกภาพ (Structure of personality)

ตามทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ เขาได้บัญญัติศัพท์เฉพาะขึ้นมาเพื่ออธิบายโครงสร้างบุคลิกภาพว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบที่เป็นระบบ 3 อย่าง คือ อิด (id) อีโก (ego) และ ซุปเปอร์อีโก (superego) ระบบทั้ง 3 อย่างนี้จะรวมกันเข้าเป็นโครงสร้างของบุคลิกภาพขึ้น แต่จะต้องเข้าใจว่าโดยแท้จริงแล้ว ระบบทั้ง 3 อย่างนี้ไม่อาจแยกเป็นส่วน ๆ ได้เป็นเพียงองค์ประกอบโครงสร้างของจิตตามสมมติฐานเท่านั้น ไม่ใช่ตามสภาพทางสรีระของมนุษย์ ระบบของจิตทั้ง 3 อย่าง ดังกล่าวอธิบายได้ ดังนี้

1. อิด (Id หรือ libido) หมายถึง แรงขับทางร่างกายที่กำกับบุคคลให้กระทำการต่าง ๆ ซึ่งติดตัวมาตั้งแต่เกิด และเป็นตัวกระตุ้นที่ค่อนข้างรุนแรง อันเกิดจากภาวะของจิตไร้สำนึกเปรียบได้กับกิเลส ตัณหา หรือโลภ ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง อิดจึงเป็นแรงกระตุ้นดิ้นรนชวนขวายที่จะประพฤติปฏิบัติ ไปตามหลักที่เรียกว่า “หลักแห่งความพอใจ” (pleasure principle) นั่นคือเพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด (avoid tension) และแสวงหาความพึงใจในทันที เพื่อว่าความรู้สึกและอารมณ์ที่จะได้รับเป็นไปในทางบวก

แต่อย่างไรก็ตาม ภาวะของจิตที่คิดไปนั้น อยู่ระดับจิตไร้สำนึกหรือไม่รู้สึกตัว ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงแล้วไม่อาจจะกระทำได้อย่างเต็มที่ จะเห็นได้ว่าความคิดของจิตที่เกิดขึ้นในบัคคัลลับพลันหลายอย่าง ไม่อาจจะรับหรือปฏิบัติได้ในสังคมที่เจริญ ที่มีระเบียบแบบแผน ตัวอย่างเช่น เมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกร้อนและกระหายน้ำ จิตของบุคคลนั้นก็กระตุ้นให้บุคคล

นั้นไปหยิบหรือฉกฉวยอะไรบางอย่างที่เย็นๆมาดื่ม โดยจะไม่คำนึงถึงว่าจำเป็นจะต้องซื้อ หรือใครเป็นเจ้าของหรือไม่ (Loudon and Della Bitta.1993:301)

2. อีโก (Ego) หมายถึง จิตที่รู้สำนึก ที่ก่อตัวและพัฒนาขึ้นมาเมื่อเด็กเจริญเติบโต เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ และความรู้สึกนึกคิด จากการเรียนรู้และประสบการณ์ที่สั่งสม จึงทำให้อีโกได้รับการพัฒนาจนทำให้บุคคลมีความสามารถในการคิดที่อยู่ในวิสัยแห่งความเป็นจริง (realistic thinking) รวมทั้งมีความสามารถเผชิญกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม รู้ว่าอะไรควรหรือไม่ควรกระทำ จึงทำหน้าที่เสมือนหนึ่งเป็นนักบริหารหรือเป็นผู้จัดการของอิด (a manager for the id) โดยอีโกจะเป็นผู้เลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อสนองความต้องการตามสัญชาตญาณให้เกิดความพอใจ โดยยึดถือความเป็นจริงมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา เนื่องจากจิตได้กำหนดความต้องการขึ้นมากจนเกินไป อีโกจึงจัดลำดับความสำคัญให้อยู่ในวิสัยที่สามารถจัดการได้ โดยยึดถือความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างเป็นหลัก รวมทั้งคอยขัดขวางยับยั้งควบคุมให้อิดแสดงออกที่เหมาะสม (Onkvisit and Shaw.1994:108)

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า การปฏิบัติการของอีโก จึงเป็นการปฏิบัติตามหลักที่เรียกว่า “หลักแห่งความเป็นจริง” (Reality principle) นั่นคือ ความสามารถที่จะเลื่อนเวลาปลดปล่อยความเครียดออกไปได้ จนกว่าจะถึงเวลาที่เหมาะสม จากตัวอย่างข้างต้น แม้ว่าบุคคลจะเกิดความหิว ซึ่งอิดอาจจะกระตุ้นให้แย่งชิงอาหารจากเพื่อน แต่อีโกก็จะห้ามปรามเอาไว้โดยให้เหตุผลว่า เป็นสิ่งไม่ควรปฏิบัติเพราะน่าเกลียดแสดงให้เห็นถึงความตะกละและป่าเถื่อน จึงควรหักห้ามใจเอาไว้รอเวลาอีกหน่อยอาจจะได้รับอาหารมากกว่านี้ เป็นต้น

3. ซุปเปอร์อีโก (Superego) หมายถึง องค์ประกอบส่วนที่สามของบุคลิกภาพเป็นส่วนของจิตที่เปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของศีลธรรมจรรยา และระเบียบประเพณีของสังคม หรือเป็นมโนธรรมที่อยู่ในจิตของแต่ละบุคคล อันเกิดจากการเลี้ยงดูอบรมของครอบครัวและสังคม สามารถแยกออกได้ว่าอะไรคือ ความถูกต้องและเป็นสิ่งดีงาม อะไรควรหรือไม่ควรกระทำ จึงทำหน้าที่ตรวจสอบและควบคุมทั้งอิดและอีโก เพื่อให้ อีโกประพฤติปฏิบัติให้อยู่ในทำนองคลองธรรมเป็นที่ยอมรับของสังคม ไม่ปฏิบัติตามที่จิตเรียกร้องทุกอย่าง

ความสัมพันธ์กันระหว่างพลังจิตทั้ง 3 ส่วนนี้ นักจิตวิทยาบางท่านได้เปรียบเทียบไว้ว่า อิดเปรียบเสมือนส่วนประกอบพื้นฐานของบุคลิกภาพทางด้านชีววิทยา ส่วน อีโก เปรียบเสมือนส่วนประกอบของบุคลิกภาพทางด้านจิตใจ และ ซุปเปอร์อีโก เปรียบได้กับส่วนประกอบของบุคลิกภาพทางด้านสังคม (นิภา นิธยาชน.2530:39) บุคลิกภาพของคนจะมีลักษณะเช่นใดนั้น ขึ้นอยู่กับพลังใดมีอำนาจถ้าอิดมีอำนาจสูง บุคคลนั้นก็จะมีความบุคลิกภาพแบบเด็ก เอาแต่ใจตนเอง ถ้าอีโกมีอำนาจสูง บุคคลนั้นก็จะมีความบุคลิกภาพแบบผู้ใหญ่มีเหตุผล ถ้าซุปเปอร์อีโกมีอำนาจสูง คน

นั่นก็จะเป็นคนมีอุดมคติเป็นนักทฤษฎี ความสัมพันธ์ของพลังจิตทั้ง 3 ส่วน จึงสรุปได้ว่า อีโก เป็นหน่วยปฏิบัติการ เป็นตัวกลางในการแสดงออกซึ่งบุคลิกภาพ และจะปฏิบัติตามแรงผลักดันของ อิด โดยมีซูเปอร์อีโกเป็นผู้ควบคุม ระบบจิตมนุษย์ทั้ง 3 ระดับนี้ ในการทำงานตามหน้าที่ย่อม จะต้องมีการต่อสู้ มีการยอมรับ มีการปรับตัวกัน มีความขัดแย้งกัน เป็นสิ่งที่ เป็นธรรมชาติ ถ้าส่วนของจิตที่เป็น อิด อีโก้ และซูเปอร์อีโก้ ส่วนใดเป็นฝ่ายชนะ บุคลิกภาพของบุคคลก็จะแสดง พฤติกรรมออกไปตามแนวของจิตฝ่ายที่ชนะ

4.3 ทฤษฎีของกลุ่มฟรอยด์ใหม่ (The Neo-Freudian)

จากทฤษฎีของฟรอยด์ ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ในระยะต่อมาปรากฏว่าผู้ร่วมงานและลูกศิษย์ของฟรอยด์บางคนไม่เห็นด้วยกับแนวความคิดของฟรอยด์บางประการบุคคลกลุ่มนี้มีวิธีจำแนกบุคลิกภาพคน โดยอาศัยปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมไว้แตกต่างกันแต่ที่ได้รับการยอมรับค่อนข้างมาก ขอนำมากล่าวเพียง 3 ท่าน คือ คาร์ล จุง (Carl Jung) คาเรน ฮอร์นีย์ (Karen Horney) และเดวิด ไรส์แมน (David Riesman)

คาร์ล จี จุง (Carl G. Jung) เป็นนักจิตวิทยาชาวสวิส ได้ศึกษาและพัฒนาทฤษฎีจิตวิทยาแบบจิตวิเคราะห์ ได้แก่ ทฤษฎีบุคลิกภาพของ จุง (Jung's Personality Theory) จุงมีความคิดที่เชื่อว่าจิตได้สำนึกทำหน้าที่บันทึกความจำและแรงกระตุ้นทั้งหลายไว้ และทำหน้าที่ถ่ายทอดสิ่งที่จิตได้สำนึกมีการเก็บสะสมไว้ ซึ่งจะเป็นการสะท้อนกลับให้เป็นมโนภาพ เรื่องราวในอดีตที่น่าตื่นเต้นของมนุษย์ได้ ในขณะที่ฟรอยด์มุ่งที่การเล็งดูว่าตอนเด็กเป็นอย่างไรโตมาก็จะเป็นอย่างนั้น แต่จุงไม่เห็นด้วย จุงมีความคิดว่าบุคลิกภาพเป็นผลจากการวางเป้าหมายอนาคต และประสบการณ์ปัจจุบันมากกว่า

ทฤษฎีของจุงกล่าวว่า ชีวิตมนุษย์เป็นการพยายามบากบั่นที่จะบรรลุเป้าหมายในอนาคต คือความมีเอกภาพและบูรณภาพ (unity and perfection) โดยที่ระบบต่าง ๆ ของบุคลิกภาพสามารถทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องและสมดุล สามารถแก้ปัญหาและดำเนินชีวิตอย่างมีวุฒิภาวะและปรับตัวได้ และจิตไร้สำนึกของบุคคลมีสองฝ่าย คือจิตไร้สำนึกส่วนตัว (Personal) และจิตไร้สำนึกส่วนรวม (Collective or Racial) ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่มีแตกต่างกัน เช่น เชื่อในเทพเจ้า ความรักแม่และเอื้อเฟื้อต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน จุง แบ่งบุคลิกภาพออกเป็น 2 แบบ คือ

แบบที่ 1 บุคลิกภาพแบบปิด (Introverts) เป็นลักษณะบุคคลที่ไม่ชอบการเข้าสังคมมีเพื่อนมาก ยึดมั่นในความรู้สึกของตนเอง ไม่ชอบคบเพื่อนมาก บางขณะจะมีความรู้สึกกลัวเหงา ชอบอยู่ตามลำพัง สันโดษ ชอบอ่านหนังสือ เหงา จิตใจไม่มีความมั่นคง อารมณ์หงุดหงิดหัวน้าวง่ายและไม่ชอบการก้าวร้าวรุนแรง

แบบที่ 2 บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extroverts) เป็นลักษณะบุคคลที่ถูกครอบงำโดยอิทธิพลจากสิ่งภายนอก มีเป้าหมายที่เป็นความจริงมาก ชอบมีประสบการณ์ด้วยตนเอง ชอบเข้าสังคม ชอบมีเพื่อนมาก ชอบพูดมากกว่าฟัง ช่างพูด จิตใจมั่นคง ร่าเริง แจ่มใส ปรับตนเองได้ค่อนข้างดี และสามารถที่จะแสดงความก้าวร้าวรุนแรงได้ โดยขาดการควบคุมอารมณ์

ดังนั้น บุคลิกภาพทั้งแบบปิด และแบบเปิดเผยจะมีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานการณ์ จากการศึกษาต่อมาพบว่าบุคคลที่มีลักษณะเก็บตัว หรือแสดงตัวอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียวพบน้อยในสังคม บุคคลส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่กำกวม (Ambiverts) คือมีลักษณะทั้งสองแบบถ่วงดุลกันในคนหนึ่ง ๆ แต่อาจมีแบบไหนมากกว่ากันแล้วแต่สถานการณ์

คาเรน ฮอร์นีย์ (Kare Horney) เป็นนักทฤษฎีสังคมอีกผู้หนึ่งซึ่งมีความเชื่อว่าบุคลิกภาพได้รับการพัฒนาตั้งแต่เมื่อเด็กเกิดการเรียนรู้ที่จะเอาชนะความกังวลใจต่าง ๆ อันเกิดจากเด็กได้มีความสัมพันธ์กับพ่อแม่ ตามแนวความคิดของฮอร์นีย์ การจัดประเภทของคนแบ่งตามลักษณะสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 แบบคือ (Onkvisit and Shaw.1994:112)

(1) พวกอ่อนน้อมถ่อมตน (Compliant persons) เป็นพวกนิยมคล้อยตามผู้อื่น ไม่ชอบขัดใจใคร ชอบเข้าหาผู้อื่นเพื่อขอคำแนะนำขอความช่วยเหลือ ลักษณะสำคัญของกลุ่มนี้ คือ ความดี ความเห็นอกเห็นใจกัน ความรัก ความเสียสละ ไม่เห็นแก่ตัว และความนอบน้อมถ่อมตน พวกนี้จะไม่ชอบบุคคลที่แสดงออก เห็นแก่ตัว ก้าวร้าว ระบายและแสวงหาอำนาจ

(2) พวกก้าวร้าว (Aggressive persons) ปกติจะเป็นพวกต่อต้านผู้อื่น ต้องการอำนาจบารมี ไม่ต้องการขอความช่วยเหลือจากใคร มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง (self – confident) และมีจิตใจที่แข็งแกร่งเด็ดเดี่ยว (tough – minded) (Hoyer and MacInnis.1997:426)

(3) พวกถ้อยสันโดษ (Detached persons) กลุ่มนี้ชอบหลีกเลี่ยงจากผู้คนไม่ชอบเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับใคร ชอบเป็นตัวของตัวเอง ชอบมีอิสระภาพและไม่อยากที่จะแสดงความสามารถของตนออกผู้อื่น แม้ว่าตนเองเชื่อว่าตนมีความสามารถก็ตาม

เดวิด ไรส์แมน (David Riesman) ได้ใช้ลักษณะทางสังคมและค่านิยม มาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งบุคลิกภาพของคน โดยแบ่งคนออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้คือ (Onkvisit and Shaw.1994:112-113)

(1) พวกยึดถือขนบธรรมเนียมดั้งเดิม (Tradition – directed persons) ได้แก่ พวกที่ชอบประพฤติปฏิบัติไปตามแบบอย่างที่เคยปฏิบัติกันมา กลุ่มคนพวกนี้จะขอคำแนะนำจากผู้ใหญ่

ผู้สูงอายุมุ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติ และโดยทั่วไปจะขัดขวางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การซื้อจะยึดถือนิสัยความเคยชินเป็นหลัก และจะไม่นำเป็นผู้นำทางแฟชั่น (fashion leader)

(2) พวกยึดถือตัวเองเป็นหลัก (Inner - directed persons) ได้แก่ พวกที่มีระบบค่านิยมของตนเอง มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ปฏิบัติกิจกรรมตามคำบัญชาของตนเองอย่างเหนียวแน่น มีความเป็นอิสระและผู้อื่นจะไม่มีอิทธิพลสูงใจได้ยาก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง

(3) พวกยึดถือผู้อื่นเป็นแบบอย่าง (Other - directed persons) ได้แก่ พวกชอบทำตามผู้อื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเขาต้องการความคุ้มครอง ความปลอดภัย และความรักจากกลุ่มอิทธิพลต่าง ๆ ที่มีต่อเขา บุคคลพวกนี้จึงมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตามแฟชั่น (fashion followers) จึงนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ตามอย่างกลุ่ม

4.4 ทฤษฎีลักษณะและองค์ประกอบ (Trait and factor theories)

อาจกล่าวได้ว่า แนวความคิดของการใช้ลักษณะและองค์ประกอบเพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้รับความนิยมมากที่สุด นักทฤษฎีลักษณะ (trait theorists) เชื่อว่าบุคลิกภาพของคนประกอบด้วยลักษณะเฉพาะต่างๆ ที่จะอธิบายบรรยายออกมาได้ และเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของคน (Allport, quoted in Hoyer and MacInnis.1997:424) ทฤษฎีลักษณะยึดถือสมมติฐานหรือความเชื่อ 3 ประการ คือ (Loudon and Della Bitta.1993:305)

- (1) บุคคลแต่ละคนจะมีแนวโน้มทำสิ่งที่แสดงพฤติกรรมที่ค่อนข้างมั่นคงและแน่นอน
- (2) บุคคลมีแนวโน้มทำสิ่งที่แสดงพฤติกรรมในขนาดที่แตกต่างกัน
- (3) ขนาดของแนวโน้มทำที่ที่แตกต่างกันระหว่างบุคคลอันเกิดจากการกำหนดและการวัดจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบอกลักษณะของบุคลิกภาพของเขาได้

จากสมมติฐานดังกล่าวนี้ จึงอาจกล่าวสรุปได้ว่า ลักษณะนิสัยทั่วไปอันแสดงบุคลิกภาพของคนใดคนหนึ่ง จะมีอิทธิพลต่อแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมที่สามารถทำนายได้

อาร์. บี. แคทเทลล์ (R.B.Cattell) ซึ่งเป็นนักทฤษฎีลักษณะผู้หนึ่งกล่าวว่า แต่ละบุคคลจะสามารถอธิบายได้ตามคุณลักษณะ ของบุคคลเช่น ความเป็นมิตร ติดต่อสัมพันธ์กัน ชอบเข้าสังคม

แจกแจงจากลักษณะนิสัยซ่อนเร้น (Source traits) จากการศึกษาวิจัยลักษณะของคนเป็นจำนวนมาก เพื่อค้นหาลักษณะอันเป็นที่มาของการเกิดพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็น พบว่าลักษณะแหล่งที่มา (source trait) ที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในอันเป็นแหล่งก่อเกิดลักษณะภายนอกที่ปรากฏแสดงให้เห็น (surface trait) มี 16 ลักษณะคู่กัน ซึ่งแสดงถึงพฤติกรรมต้นจะมีอยู่ 16 แบบ และมีลักษณะค้ำกันเป็นคู่ เช่น พึ่งตนเองตรงข้ามกับพึ่งพวกพ้อง หรือฝออิทธิพลกับคล้อยตาม เรียกลักษณะเหล่านี้ว่า นิสัยทั้ง 16 ของบุคลิกภาพ

4.5 ทฤษฎีบุคลิกภาพแบบคุณลักษณะ (Trait Personality Theory)

ทฤษฎีคุณลักษณะ กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่สามารถทำความเข้าใจ และระบุคุณสมบัติขึ้นพื้นฐานที่ทำให้เกิดพฤติกรรมมนุษย์ และนับรวมไปถึงองค์ประกอบของพฤติกรรม ที่แสดงให้เห็นถึงความอดทน พื้นฐานจิตใจ และรวมถึงพฤติกรรมในสภาวะเหตุการณ์ต่างๆ

กอร์ดอน ออลพอร์ท (Gordon Allport) อธิบายว่า คุณลักษณะเป็นรากฐานของระบบประสาทของบุคคล เป็นโครงสร้างของระบบจิตประสาท ซึ่งทำหน้าที่ควบคุมบังคับหรือเป็นแกนนำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมช่วยสร้างความเชื่อมั่น และทำให้บุคคลอื่นเกิดความรู้สึกยินดีและทำให้ครอบครัวอบอุ่น ถ้าบุคคลใดที่ขาดคุณลักษณะเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าสังคมจะมีพฤติกรรมที่ผิดปกติ มีความรู้สึกแตกต่างกันอย่างมากในสภาวะเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

คุณลักษณะ คือบทบาทที่ชักจูงใจให้เกิดพฤติกรรมโดยตรง มีลักษณะเด่นเป็นพิเศษจะทำหน้าที่ควบคุมการแสดงพฤติกรรมของบุคคลทุกรูปแบบ

ออลพอร์ท แบ่งคุณลักษณะเฉพาะบุคคลเป็น 3 ส่วน คือ

1.พวกมีลักษณะเด่น พวกนี้มักมีร่างกายสูงใหญ่ หรือหน้าตาดี มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว อาจจะเป็นน้ำเสียง การพูด ท่าทาง หรือทำที่ที่ปฏิบัติต่อผู้อื่น

2.พวกมีลักษณะด้อย พวกนี้มักมีรูปร่างเตี้ยหรือตัวเล็ก หน้าตาไม่ดี หรือมีลักษณะบางประการที่เป็นปมด้อยของตน

3.พวกที่มีลักษณะกลาง พวกนี้มักมีร่างกายธรรมดาแบบคนทั่วไป ลักษณะเป็นกลาง ๆ ไม่เด่น ไม่ด้อย แต่ก็ไม่มีลักษณะพิเศษที่น่าสนใจ มักผสมผสานกลมกลืนไปกับคนคนส่วนใหญ่ ลักษณะต่าง ๆ ทั้ง 3 ประการมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น ผู้บริหาร ถ้ามีลักษณะเด่นจะเป็นตัวส่งเสริมให้งานดีขึ้น แต่ถ้าไม่มีก็ต้องพยายามเพื่อที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้น

แฮนส์ ไอเซนค (Hans Eysenck) ได้มีการพัฒนาทฤษฎีที่จะอธิบายว่าทำไมแต่ละบุคคลจึงมีความแตกต่างกันในทางบุคลิกภาพและพฤติกรรม คุณลักษณะบุคลิกภาพที่สำคัญ มี 4 คุณลักษณะ คือ พฤติกรรมปกปิด(Introversion) พฤติกรรมเปิดเผย(Extroversion) และพฤติกรรมที่มั่นคง (Stability) แนวโน้มโรคประสาท(Neuroticism) ต่างก็มีจุดเริ่มต้นมาจากทางด้านชีววิทยา ขึ้นอยู่กับจำนวนกิจกรรมในระบบประสาทของแต่ละบุคคล กิจกรรมนี้จะช่วยให้แต่ละบุคคลมีการพัฒนาไปในแนวทางที่แน่นอน ขั้นสุดท้ายบุคลิกภาพจะได้มาจากระบบประสาทของแต่ละบุคคลที่ได้รับการถ่ายทอดทางพันธุกรรม และจากประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับมาแล้ว

บุคลิกภาพที่มีพฤติกรรมเปิดเผย มีธรรมชาติระบบประสาทที่มีความสงบเงียบ เกิดจากธรรมชาติของระบบประสาท ที่ไม่ต้องการแสวงหาสิ่งเพิ่มเติมที่มีความตื่นเต้น จึงมีพฤติกรรมชอบอยู่ตามลำพัง บุคคลทุกคนจะมีบุคลิกภาพเป็นแบบพฤติกรรมเปิดเผยหรือพฤติกรรมปกปิดก็ได้ หรือจะมีพฤติกรรมทั้งแบบเปิดเผยและปกปิดก็ได้

4.6 ทฤษฎีบุคลิกภาพการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

ความเข้าใจ สภาพการณ์ และพฤติกรรม ทำไมแต่ละบุคคลจึงแสดงการกระทำที่แตกต่างกัน ทั้งที่ในสภาพการณ์ที่เหมือนกันและทำไมในบุคคลคนเดียวกันจะแสดงการกระทำด้วยความยุติธรรมในโอกาสที่ต่างกัน นักพฤติกรรมมีความเห็นว่า ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าแต่ละบุคคลจะรู้จักการใช้ลักษณะเฉพาะบุคคลตามแต่ละสภาพการณ์

วอลเตอร์ มิสเชล (Walter Mischel) มีความเชื่อว่าประวัติศาสตร์เป็นรางวัลที่บุคคลเคยได้รับ และเป็นประสบการณ์ในสภาพการณ์ที่เหมือนกัน เป็นความสามารถในการตอบสนองต่อสภาพการณ์ ความเข้าใจที่เป็นลักษณะเฉพาะต่อสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น การให้คุณค่าความสำคัญต่อสิ่งเร้าโดยเฉพาะ เช่น เงิน หรือการเข้ากับบุคคลอื่นได้ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ย่อมขึ้นอยู่กับบุคคลที่อยู่รอบตัวเขา และความสำคัญในการพยากรณ์บุคลิกภาพอีกด้วย นักทฤษฎีลัทธิ พฤติกรรมเน้นบทบาทความคิดของแต่ละบุคคล ความรู้สึกและการคาดหวังในบุคลิกภาพ เรียกว่าทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม

การศึกษานุคลิกภาพโดยใช้วิธีการเรียนรู้ทางสังคม เน้นตัวบุคคล สิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมล้วนแต่เป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญ ถึงแม้ว่าพฤติกรรมจะเป็นส่วนหนึ่งที่ใช้การตัดสินใจโดยอาศัยสภาพการณ์ที่มีตัวบุคคลอยู่ในสภาพการณ์นั้น กระบวนการความเข้าใจ ประสบการณ์ที่เคยผ่านมาแล้วและบุคคลอื่นจะช่วยทำให้บุคคลมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และมีส่วนช่วยทำให้แต่

ละบุคคลเกิดแนวทางปรับปรุงพฤติกรรมตามสภาพการณ์นั้น นักทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเป็นจำนวนมากเห็นว่าพฤติกรรมคือ การมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ระหว่างคุณลักษณะเฉพาะบุคคลของแต่ละบุคคลและสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัว

4.7 ทฤษฎีพัฒนาการบุคลิกภาพของอีริกสัน (Erikson's Theory of development)

อีริกสัน เอช อีริกสัน(Erikson H. Erikson) มีความคิดเห็นว่าพัฒนาการทางบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกช่วงของชีวิต มิใช่สำคัญเฉพาะพฤติกรรมในช่วงแรกของชีวิตที่อยู่ใน Critical Period เท่านั้น ซึ่งพัฒนาการของมนุษย์มิได้เป็นไปเพื่อสนองความสุขความพึงพอใจทางด้านสรีระเท่านั้น แต่จะต้องขึ้นอยู่กับสภาพทางจิต – สังคม ซึ่งหมายถึงลักษณะการอบรม เลี้ยงดู สัมพันธภาพระหว่าง พ่อ – แม่ ตลอดจนอิทธิพลของวัฒนธรรมในสังคมนั้นๆ ซึ่งเด็กจะแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อตนเองและสิ่งแวดล้อม (Self – Concept) และความรู้สึกนี้เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาทางบุคลิกภาพ ซึ่งจะเป็นเรื่องที่ติดต่อกันไปตลอดชีวิต

ในแต่ละขั้นตอนของพัฒนาการทางบุคลิกภาพที่อีริกสันเสนอไว้มีโอกาสที่จะพัฒนาไปได้ไม่ทางบวก ก็ทางลบ ซึ่งมี 8 ขั้นตอนด้วยกัน อีริกสันมีความเห็นว่าพัฒนาการทางบุคลิกภาพเกิดขึ้นได้เนื่องจากคนมีการติดต่อสัมพันธ์กับสังคม ดังนั้นจึงเน้นที่สัมพันธภาพระหว่างบุคคลและสังคมในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนาจะมี “ช่วงวิกฤต” (Critical Period) สำหรับที่จะพัฒนาเรื่องนั้น ๆ ซึ่ง อีริกสันหมายถึงผู้ที่มีบุคลิกภาพจิตดี ซึ่งจะเป็นลักษณะของคนที่สามารถเผชิญปัญหาหรือแก้ปัญหา ทั้งปัญหาที่เกิดจากภายในตนเองและปัญหาจากภายนอก ด้วยการที่สามารถจัดระบบระเบียบความคิดและสามารถตัดสินใจได้

ในทางตรงกันข้ามถ้าในช่วงชีวิตใด พัฒนาการเป็นไปในทางลบมากกว่า เด็กผู้นั้นจะมีพัฒนาการทางบุคลิกภาพไม่สมบูรณ์ ซึ่งจะไปสู่การเป็นผู้ที่มีปัญหาในการปรับตัว นอกจากนั้นยังอธิบายว่า ถ้าพัฒนาการของ ego ในตอนแรกเป็นไปด้วยดีก็จะไปช่วยพัฒนา ego ในขั้นที่ 2 ต่อไป แต่ถ้าพัฒนาการในขั้นแรกไม่ดี ขั้นที่ 2 อาจจะพัฒนาไปในทางดีได้ ถ้าได้รับประสบการณ์ที่เหมาะสมในช่วงนั้น แต่ถึงอย่างไรก็ตามอีริกสันชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลที่แต่ละขั้นมีต่อกันโดยที่พัฒนาการในขั้นหลังจะได้รับอิทธิพลจากขั้นก่อนนั้น

จากทฤษฎีบุคลิกภาพที่กล่าวข้างต้น นั้นสามารถนำไปใช้ในการประยุกต์ในการทำงาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาตนเอง พัฒนาพนักงาน พัฒนาองค์กร ซึ่งแต่ละทฤษฎีก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ต่าง ๆ กัน แล้วแต่มุมมองการเลือกนำไปใช้

4.8 การวัดบุคลิกภาพ (Personality Characteristics Subject to Appraisal)

บุคลิกภาพของบุคคลเป็นผลของพัฒนาการ ซึ่งต่อมาจะกลายเป็นลักษณะรวมที่บุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น บุคลิกภาพจึงเป็นผลของพัฒนาการและผลของการเข้าเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานกัน การจะเข้าใจบุคลิกภาพจำเป็นจะต้องรู้ เกี่ยวกับประวัติพัฒนาการของบุคคล แต่การวัดบุคลิกภาพ เราวัดจากการเข้าเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมปัจจุบัน เราคำนึงถึงว่า ปัจจุบัน บุคคลเข้ากับคนอื่นได้ดีเพียงใด

บุคลิกภาพแสดงออกได้หลายทาง ฉะนั้น จิตวิทยาจึงแบ่งบุคลิกภาพไว้แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของแต่ละบุคคล แต่ก็มีบางอย่างที่ซ้อนกันอยู่ ซึ่งพอจะสรุปลักษณะของบุคลิกภาพของบุคคลได้ดังนี้

1.ลักษณะทางร่างกายและอารมณ์ (Physique and Temperament) ซึ่งได้แก่ ขนาดของรูปร่าง ความสมบูรณ์แข็งแรง ท่าทาง ตลอดจนหน้าตา นอกจากนั้นยังมีลักษณะอารมณ์ของบุคคลเป็นคนมีความมั่นคง อ่อนไหวแค่ไหน สิ่งเหล่านี้เป็นลักษณะหนึ่งของบุคลิกภาพของบุคคลซึ่งมีผลต่อคนอื่น และมีผลต่อตนเองด้วย

2.เชาวน์ปัญญาและความสามารถอื่น ๆ (Intellectual and Other Abilities) บุคลิกภาพรวมไปถึงสิ่งที่ทำให้บุคคลแตกต่างกันด้วย

3.ค่านิยมและความสนใจ (Interests and Values) บุคลิกภาพจะสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจตลอดจนค่านิยมที่บุคคลยึดถือ

4.ทัศนคติทางสังคม (Social Attitudes) ทัศนคติเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพ เช่น แบบนิยมใช้อำนาจ จะเป็นคนที่ชอบบังคับ ใช้อำนาจ ไม่เชื่อใครง่าย ๆ และมีอคติ พวก Dogmatism คิดว่าความเห็นของตนถูกต้องเสมอ หรือพวก Equalitarianism ที่เชื่อในเรื่องความเสมอภาค เท่าเทียมกัน

5.แรงจูงใจ (Motivational Disposition) บางครั้งบุคคลทำสิ่งใด เพราะมีแรงจูงใจซึ่งอาจมีทั้งจิตสำนึก (Conscious) และจิตใต้สำนึก (Unconscious) ทำให้แต่ละคนมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

6.ลักษณะการแสดงออก (Expressive and Stylistic Traits) บางครั้งเราแบ่งบุคคลเป็น style เช่น เป็นคนสุภาพ ชอบสังคม มีเหตุผล และวิจารณ์งาน

7.แนวโน้มของความผิดปกติทางจิต (Pathological Trends) โดยพิจารณาจากโรคจิตว่า บุคคลมีลักษณะจิตใจแตกต่างจากบุคคลอื่นแค่ไหน

แนวคิดและทฤษฎีข้างต้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยในการศึกษาตัวแปรทางด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ตอนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิรุษ ภาชนะทิพย์ และคณะ(2547) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การติดตามผลการเข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามผลการส่งนิตเข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา รวมทั้งศึกษาทิศทางการพัฒนาโครงการสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จากผู้เกี่ยวข้อง กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้บริหารและคณาจารย์ที่ดูแลรับผิดชอบโครงการสหกิจศึกษา 28 คน ผู้แทนสถานประกอบการ 30 แห่ง นิสิตที่เข้าร่วมโครงการฯ รุ่นที่ 1- รุ่นที่ 5 จำนวน 50 คน และนิสิตทั่วไปจากทุกวิทยาเขต 624 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการอภิปรายผลเชิงพรรณนาผลการวิจัยในภาพรวมพบว่าผู้บริหารและคณาจารย์ สถานประกอบการและนิสิตส่วนใหญ่เห็นความสำคัญและประโยชน์ในการส่งนิตเข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการโครงการสหกิจศึกษาภาพรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจและความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับปีการศึกษาที่เหมาะสมในการส่งนิตเข้าปฏิบัติงานในชั้นปีที่ 4 ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาโครงการสหกิจศึกษาอย่างต่อเนื่อง นิสิตได้รับความรู้และการฝึกทักษะจากสถานประกอบการ นิสิตได้รับประโยชน์ในการเพิ่มประสบการณ์วิชาชีพ สำหรับทิศทางการพัฒนาโครงการสหกิจศึกษาประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของสถานประกอบการในการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตร การส่งนิตปฏิบัติงานตรงตามสาขาที่เรียน การประเมินผลการปฏิบัติงานของนิตอย่างเป็นระบบ และการเห็นความสำคัญของผู้บริหารสถาบันการศึกษาในการสนับสนุนโครงการสหกิจศึกษาอย่างต่อเนื่อง

เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินผลโครงการสหกิจศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์ สาขาวิชาการบัญชี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับผลสัมฤทธิ์ของโครงการตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบัญชี สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยราช

พฤษฯ ที่ร่วมโครงการสหกิจศึกษา ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่ดูแลนักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษา รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของโครงการ ประชากร ได้แก่ นักศึกษาทุกคนที่ร่วมโครงการสหกิจศึกษาในปีการศึกษา 2553 คณะบัญชี สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์ จำนวน 5 คน และผู้ประกอบการหรือหัวหน้าที่ดูแลนักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษา จำนวน 3 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์วิเคราะห์เจาะลึก และแบบสังเกตพฤติกรรม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่และการพรรณนาความ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. นักศึกษาทุกคนเห็นว่า บรรลุดัชนีประสพของโครงการทั้ง 4 ข้อ โดยนักศึกษามีการเตรียมความพร้อมเรื่องความรู้ ด้านกิริยามารยาท การแต่งกาย การปรับตัว การเตรียมความพร้อมความรู้ในสาขาบัญชีก่อนออกปฏิบัติงาน และเมื่อปฏิบัติงานแล้ว นักศึกษาได้รับประสบการณ์ และพัฒนาตนเองเพิ่มด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น การวางตัว ความอดทน ความรับผิดชอบ ด้านการบัญชีทั่วไป บัญชีที่จำเป็น การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่จำเป็นต่อการใช้งาน การทำงานที่มีระบบ และคาดว่าจะพัฒนาตนเองในอนาคตในเรื่องมนุษยสัมพันธ์ ความมีระเบียบของตนเอง ความละเอียดรอบคอบ การตรงต่อเวลา การใช้ชีวิตในองค์กร การอยู่ร่วมกับผู้อื่น ความรับผิดชอบ ความอดทน ซื่อสัตย์และการพัฒนาตนเองต่อการเรียนรู้งานด้านบัญชี และจรรยาบรรณในวิชาชีพ

2. นักศึกษาพึงพอใจในส่วนของการอบรมเตรียมความพร้อมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเป็นกันเองระหว่างครูพี่เลี้ยงและนักศึกษา เอกสารที่ใช้ในการอบรม และสื่อทัศนูปกรณ์ นอกนั้นอยู่ในระดับมากทั้งหมด

3. ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของนักศึกษาในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลิกภาพความอ่อนน้อมถ่อมตน ความประพฤติ คุณธรรม จริยธรรม และการปฏิบัติตามระเบียบวินัยขององค์กร และระยะเวลาปฏิบัติงานของนักศึกษามีความเหมาะสม ส่วนระดับมาก คือ บุคลิกภาพ การปรับตัว การวางแผนการทำงาน ความสามารถในการสื่อสารมอบหมาย ความรับผิดชอบ ความอดุสาหพยายาม การทำงานโดยไม่ต้องสั่ง ความเข้าใจในหลักสหกิจศึกษา และความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงานของโครงการ มนุษย์สัมพันธ์ ทักษะคิดทำงาน คุณภาพงานที่ได้รับ ส่วนที่อยู่ระดับปานกลาง คือ การแสดงความคิดเห็น ความรู้วิชาการเพียงพอ ความสามารถในการเรียนรู้งานใหม่ การตัดสินใจ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศคอมพิวเตอร์ และการได้รับนักศึกษาที่มีคุณสมบัติตามต้องการ ส่วนที่อยู่ในระดับไม่ค่อยดี คือ พัฒนาการด้านภาษาอังกฤษ และการทำงานกับชาวต่างชาติ

4. ปัญหาและอุปสรรคตามความเห็นของนักศึกษา พบว่า อุปกรณ์ไม่เพียงพอ ไม่ทันสมัย การสื่อสารที่เข้าใจไม่ตรงกันและไม่เข้าใจงาน ทำให้งานผิดพลาดได้ สำหรับตัวแทนผู้ประกอบการ

เห็นว่า มีปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจระบบบัญชี ภาษี ใบกำกับ ภาษาอังกฤษ และการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

นฤมล ชินวุฒิโรจน์และคณะ(2553)ได้ศึกษาวิจัยเรื่องมุมมองของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ที่เรียนสหกิจศึกษา ในปีการศึกษา 2553 การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงมุมมองของสถานประกอบการต่อสมรรถนะของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ ที่เข้าโครงการสหกิจศึกษา ในปีการศึกษา 2553 โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาคือ นักศึกษาสาขาวิศวกรรมเครื่องกล สาขาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์และ โทรคมนาคม และสาขาวิศวกรรมโยธา จำนวนรวมทั้งสิ้น 39 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบประเมินผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรม SPSS ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการมีความเห็นต่อนักศึกษาสหกิจศึกษาในด้านผลสำเร็จของงาน ความรู้ความสามารถ ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ และลักษณะส่วนบุคคล อยู่ในระดับ ดี ถึง ดีมาก และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า นักศึกษามีจุดเด่น ด้านความขยัน ความอดทน มีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ส่วนที่ต้องปรับปรุงคือ การตรงต่อเวลา และการใช้ภาษาอังกฤษ

เยาวพา ณ นคร และ ศักดิ์ชัย กิริศรี(2554)ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการสำรวจความต้องการของสถานประกอบการต่อการฝึกงานในระบบสหกิจศึกษาของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือสำรวจความต้องการของสถานประกอบการในการให้ความร่วมมือกับการฝึกงานของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลาในระบบสหกิจศึกษา โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ด้านหลัก ประกอบด้วย 1).ศึกษาความต้องการของสถานประกอบการในการให้ความร่วมมือที่มีต่อนักศึกษาฝึกงาน 2).ศึกษาความต้องการของสถานประกอบการเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงาน การศึกษาประกอบด้วยผู้ประกอบการภาครัฐและเอกชนในการฝึกงานของนักศึกษาใน 7 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา สตูล ยะลาและนราธิวาส จำนวน 60 แห่ง โดยการส่งทางไปรษณีย์ไปยังสถานประกอบการพร้อมทั้งแนบซองที่ติดดวงตราไปรษณียากรเพื่อส่งกลับคืนมาผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้ความร่วมมือกับการฝึกงานของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลาในระบบสหกิจศึกษา โดยมีความต้องการนักศึกษาสาขาบัญชีมากที่สุดและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานด้านคุณธรรม จริยธรรม ระหว่างสถานประกอบการภาครัฐและภาคเอกชน พบว่าทั้งสถานประกอบการภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญเรื่องของคุณค่าของนักศึกษาที่สุด สำหรับความต้องการคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานด้านการงานระหว่าง

สถานประกอบการภาครัฐและภาคเอกชน พบว่า สถานประกอบการภาครัฐต้องการคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานด้านการทำงานที่มีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี ซึ่งแตกต่างจากสถานประกอบการภาคเอกชนที่ต้องการคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานด้านการทำงานในเรื่องความรู้ความสามารถในวิชาชีพ นอกจากนี้ยังพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ตั้งในจังหวัดสงขลา สถานประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้ความร่วมมือในการรับนักศึกษาฝึกงานจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา เพราะลักษณะการฝึกงานของสถานประกอบการมีความคล้ายคลึงกัน ต้องการคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม และด้านการทำงาน นับว่ามีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งที่ขึ้นอยู่กับแบบแผนและลักษณะงานตามความต้องการของประเภทสถานประกอบการ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา สามารถพัฒนารูปแบบของการศึกษาระบบสหกิจศึกษา เพื่อสร้างความร่วมมือและเครือข่ายกับสถานประกอบการ

ชลดา มงคลวนิช และเยาวภรณ์ เลิศกุลธานนท์(2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะของนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของสถานประกอบการในธุรกิจบริการที่มีต่อคุณลักษณะของนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของไทย รวมทั้งเปรียบเทียบความพึงพอใจของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะของนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาโดยจำแนกตามประเภทธุรกิจและตามกลุ่มสถาบันการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ไปยังสถานประกอบการต่าง ๆ ในธุรกิจบริการที่รับนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาเข้าปฏิบัติงาน และคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 198 ชุด โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการในอุตสาหกรรมบริการมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลางต่อคุณลักษณะของนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาจาก 4 กลุ่มสถาบันการศึกษา คือ กลุ่มมหาวิทยาลัยของรัฐ กลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชน กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ และกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยพบว่าสถานประกอบการในอุตสาหกรรมบริการมีความพึงพอใจมากต่อคุณลักษณะของนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏในเรื่องความมีมนุษยสัมพันธ์ ความซื่อสัตย์ กริยามารยาท ความอ่อนน้อมถ่อมตน การทำงานร่วมกับคนอื่นและการเคารพกฎระเบียบขององค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความพึงพอใจมากในเรื่องความมีมนุษยสัมพันธ์ ความซื่อสัตย์ กริยามารยาท ความขยันหมั่นเพียร ความอ่อนน้อมถ่อมตน การทำงานร่วมกับคนอื่น และการเคารพกฎระเบียบขององค์กร สำหรับนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยเอกชนสถานประกอบการมีความพึงพอใจมากในเรื่องบุคลิกภาพ ความมีมนุษย

สัมพันธ์ ความซื่อสัตย์ ความเชื่อมั่นในตนเอง และการทำงานร่วมกับคนอื่น แต่มีความพึงพอใจมากในเรื่องบุคลิกภาพ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความซื่อสัตย์ กริยามารยาท ความรับผิดชอบ ความอ่อนน้อมถ่อมตน ความเชื่อมั่นในตนเอง และการเคารพกฎระเบียบขององค์กรของนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยของรัฐเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการโรงแรมและธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษามากกว่าสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการโรงแรม นอกจากนี้เรายังพบว่าสถานประกอบการมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะโดยรวมของนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาจากมหาวิทยาลัยของรัฐสูงกว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล แต่ไม่มีความแตกต่างกับมหาวิทยาลัยเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รัชชัช ทิมขุนทดและคณะ(2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลการดำเนินงานโครงการสหกิจศึกษา ในหลักสูตรระดับปริญญาตรี ระยะที่ 2 เป็นการประเมินผลการดำเนินการของโครงการสหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี 1) ขึ้นกระบวนการ ตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1/2540 (มิถุนายน 2540) ถึงภาคการศึกษาที่ 3/2540 (เมษายน 2541) 2) ขึ้นผลผลิต กับบัณฑิตรุ่น 1 และ 2 ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2539 และ 2540 เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบประเมินผลการปฏิบัติงานและแบบประเมินผลรายงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ แบบสอบถามนักศึกษาสหกิจศึกษา แบบสอบถามสถานประกอบการ แบบสอบถามคณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี แบบสอบถามบัณฑิตผู้บังคับบัญชาและอาจารย์ที่ปรึกษาบัณฑิตที่ศึกษาต่อ แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้รวมทั้งสิ้น 1,642 ฉบับ นำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและร้อยละ ผลการประเมินเป็นดังนี้

1. รูปแบบและวิธีดำเนินการของโครงการฯ

โครงการสหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ (Co-operative Education and Career Development Project) เป็นหน่วยงานขึ้นตรงกับรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ ทำหน้าที่ ติดต่อประสานงานกับสถานประกอบการ เพื่อนำเสนอแนวคิดในการจัดการศึกษาในรูปแบบสหกิจศึกษา จัดหาตำแหน่งงานให้แก่ นักศึกษาที่ออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาทั้งในและต่างประเทศ ประสานงานและให้บริการคณาจารย์และนักศึกษาในสาขาวิชาต่างๆ เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมและดำเนินการให้กิจกรรมของโครงการดำเนินไปด้วยดี

การดำเนินงานมีรูปแบบที่เน้นคุณภาพของนักศึกษา สถานประกอบการ และการนิเทศงาน โดยคณาจารย์ โดยนักศึกษาที่จะออกปฏิบัติงานต้องผ่านการคัดเลือกจากคณาจารย์ว่ามีคุณสมบัติ

ทางวิชาการและความประพฤตินี้และต้องผ่านการอบรมหลักสูตรต่างๆ ครบถ้วน ส่วนสถานประกอบการจะต้องมีพนักงานพี่เลี้ยง (supervisor) ดูแลนักศึกษาและลักษณะงานที่มอบให้นักศึกษาปฏิบัติจะต้องผ่านการรับรองของคณาจารย์ในสาขาวิชาเสียก่อน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาจะต้องออกนิเทศงานนักศึกษาทุกคนจนครบถ้วน การดำเนินการของโครงการจึงต้องประกอบไปด้วย การวางแผน การประสานงาน และการจัดการที่ดี นักศึกษา คณาจารย์ และสถานประกอบการให้ความเห็นว่ารูปแบบการดำเนินการโดยรวมของโครงการมีความเหมาะสมในระดับดี และมีความเข้าใจรูปแบบการดำเนินการของโครงการเป็นอย่างดี

2. คุณภาพของนักศึกษาที่ร่วมโครงการฯ

สถานประกอบการได้ประเมินผลการปฏิบัติงานของนักศึกษา 239 คน ปรากฏว่า นักศึกษาทุกคนผ่านการประเมินผลจากสถานประกอบการโดยที่ ร้อยละ 69.04 และ 73.36 ได้รับการประเมินการปฏิบัติงานและการทำรายงานวิชาการ ตามลำดับ ในระดับที่สูงกว่ามาตรฐาน (คือ ดีมากและดีเยี่ยม) คณาจารย์และสถานประกอบการมีความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของนักศึกษาไปในด้านเดียวกันคือ นักศึกษาในโครงการ มีคุณสมบัติในระดับดี โดยเฉพาะบุคลิกภาพและวุฒิภาวะ ความรู้พื้นฐานเรื่องการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ และมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการในระดับที่สูงกว่าคุณสมบัติอื่นๆ ส่วนคุณสมบัติที่ได้รับการประเมินในระดับต่ำที่สุด (ปานกลาง) ได้แก่ ทักษะการนำเสนอ

3. คุณภาพของสถานประกอบการ

คณาจารย์มีความพึงพอใจต่อสถานประกอบการที่ร่วมโครงการในระดับปานกลาง โดยที่ Supervisor ให้ความสนใจ ดูแลนักศึกษาในระดับดี มีการปฐมนิเทศแก่นักศึกษา และมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ แต่คุณภาพงานที่มอบหมายนักศึกษายังอยู่ในระดับปานกลางและได้คะแนนต่ำที่สุด ส่วนนักศึกษามีความพึงพอใจต่อสถานประกอบการในระดับดี โดยประทับใจในการดูแลและการมอบหมายงานของสถานประกอบการมากที่สุด

4. คุณภาพของสาขาวิชาที่ร่วมโครงการ

สถานประกอบการ และนักศึกษา เห็นว่า อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษามีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของโครงการในระดับสูง การนิเทศงานเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษา และการจัดแผนการเรียนการสอนของสาขาวิชา สอดคล้องต่อการไปปฏิบัติงานของนักศึกษา อย่างไรก็ตาม สถานประกอบการ เห็นว่า จำนวนอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาต่อจำนวนนักศึกษา มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง

5. คุณภาพของบัณฑิต

เมื่อเปรียบเทียบบัณฑิตหลักสูตรสหกิจศึกษากับบัณฑิตหลักสูตรปกติแล้ว บัณฑิตหลักสูตรสหกิจศึกษามีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม มีทักษะการสมัครงานและหางาน อัตราเงินเดือนแรกเข้า และอัตราการเข้าศึกษาต่อสูงกว่าบัณฑิตหลักสูตรปกติทั้งสิ้น รวมทั้งความสามารถในการปฏิบัติงาน มีคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการและความสามารถในการเรียนในระดับปริญญาโทที่ดีกว่า

เมื่อพิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับจากสหกิจศึกษาแล้ว คณาจารย์ นักศึกษา และสถานประกอบการ ต่างเห็นด้วยอย่างมาก ต่อหลักการของการจัดการศึกษาในระบบสหกิจศึกษาต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ดำเนินการเรื่องสหกิจศึกษาต่อไป และมหาวิทยาลัยอื่นๆ ควรนำระบบการศึกษานี้มาใช้ด้วย

เฉลิมขวัญ คุรุทบุญวงศ์(2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การติดตามผลสัมฤทธิ์โครงการสหกิจศึกษาเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน พบว่า สถานศึกษาเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบนส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จด้านหลักสูตรสหกิจศึกษามากที่สุด มีสถานศึกษาเครือข่ายที่จัดสหกิจศึกษาทั้งหมด 23 แห่ง มีหลักสูตรทั้งหมด 334 หลักสูตร มีนักศึกษาเข้าร่วมสหกิจ 16,265 คน และมีสถานประกอบการที่เข้าร่วมเครือข่ายทั้งสิ้น 3,054 แห่ง การสร้างฐานข้อมูลเครือข่ายสถานประกอบการใหม่ยังเป็นปัญหาสำหรับสถานศึกษาที่ไม่สามารถขยายเครือข่ายได้ เนื่องจากสถานประกอบการหลายแห่งที่เคยทำสัญญารับนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในปีนี้ขอยกเลิกสัญญาและสถานประกอบการรายใหม่ก็มีแนวโน้มที่จะไม่เข้าร่วม โดยให้เหตุผลว่าเมื่อรับนักศึกษาปฏิบัติสหกิจศึกษาแล้วต้องรับภาระมากขึ้น เช่น ต้องจัดหาพี่เลี้ยงให้กับนักศึกษาแต่ละคน ต้องมีการประเมินผลทั้งสถานประกอบการ คณาจารย์นิเทศ และพนักงานพี่เลี้ยง นอกจากนี้สถานประกอบการยังพบกับปัญหาด้านความซับซ้อนในการยื่นลดหย่อนภาษี สถานศึกษาที่มีการจัดหลักสูตรสหกิจศึกษาส่วนใหญ่พบปัญหาด้านนักศึกษาเลือกวิชาสหกิจศึกษาน้อยเนื่องจากมีความคิดว่าจะทำให้ตนเองจบช้ากว่านักศึกษาคนอื่น นักศึกษาหลายคนมีวิชาที่ติดค้างหลายวิชาในเทอม 1 ปี 4 และถ้าเลือกเรียนวิชาสหกิจศึกษาแล้วจะทำให้ไม่สามารถเรียนวิชาอื่น ๆ ได้อีก เพราะต้องออกปฏิบัติสหกิจศึกษา 1 ภาคการศึกษา

สถานศึกษาเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบนส่วนใหญ่เห็นว่านักศึกษาขาดความเชื่อมั่นในตัวเอง ขาดทักษะภาษาอังกฤษ ทักษะคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยยังพบว่าสถานศึกษาเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบนเห็นว่าสัดส่วนของคณาจารย์นิเทศต่อนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เหมาะสมควรมีสัดส่วนของคณาจารย์นิเทศ 1 คนต่อนักศึกษาสหกิจ 10 คน ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษาเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบนพบว่า สถานศึกษาที่มีการจัดหลักสูตรสหกิจศึกษาจะยึดมาตรฐานของสำนักกรรมการการอุดมศึกษาและสมาคมสหกิจศึกษา

ไทยที่ร่วมมือกันกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับการดำเนินงานสหกิจศึกษาขึ้นในสถานศึกษาเพื่อ
 ก่อให้เกิดการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการแต่พบ
 ปัญหาเรื่องมาตรฐานบางข้อของสถานศึกษาไม่สามารถทำได้ เช่น คณาจารย์นิเทศต้องผ่านการ
 อบรมจากสมาคมสหกิจทุกคน สถานศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีการจัดสัมมนากลุ่มย่อย ไม่มีการจัด
 นิทรรศการ แต่จะมีการจัดทำแฟ้มของนักศึกษาสหกิจศึกษาทุกคนโดยให้เหตุผลว่าการจัดทำแฟ้ม
 จะเป็นประโยชน์ต่อการประเมินผลนักศึกษา แนวโน้มการจัดหลักสูตรสหกิจศึกษาขึ้นใน
 สถานศึกษาส่วนใหญ่ให้การสนับสนุนในการจัดหลักสูตรสหกิจศึกษาโดยให้เหตุผลว่าจะทำให้เกิด
 ประโยชน์ร่วมกันทั้งสามฝ่ายคือสถานศึกษา นักศึกษาและสถานประกอบการ แต่สถานศึกษาบาง
 แห่งยังไม่ใส่ใจถึงทิศทางของภาครัฐเรื่องการสนับสนุนด้านงบประมาณ สถานศึกษาหลายแห่งยัง
 เป็นห่วงเรื่องวัตถุประสงค์ของภาครัฐที่ต้องการเพิ่มหลักสูตรสหกิจศึกษาและต้องการให้นักศึกษา
 เลือกเรียนวิชาสหกิจศึกษาเพิ่มขึ้น ควรหาแนวทางในการสร้างเครือข่ายสถานประกอบการไว้
 รองรับด้วย

พรพิมล วิกรัยพัฒน์ และชูเกียรติ ศิริวงศ์(2553)ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจและ
 ความต้องการความร่วมมือด้านสหกิจศึกษาของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้มี
 วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจ และความต้องการร่วมมือให้การสหกิจของ
 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์สถาน
 ประกอบการ จำนวน 24 แห่ง ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ อายุ เพศ ตำแหน่งงาน อายุสถาน
 ประกอบการ การรับนักศึกษาเข้าสหกิจ ความรู้ ความเข้าใจ และความต้องการความร่วมมือในการสห
 กิจศึกษากับสถาบันอุดมศึกษา ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น
 เพศหญิงมีอายุ 31-40 ปี มีรายได้โดยเฉลี่ย มากกว่า 25,000 บาท และส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานอยู่ใน
 กลุ่มโรงแรม ข้อมูลใน การรับนักศึกษาเข้าสหกิจของสถานประกอบการ พบว่า อายุของสถาน
 ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุการดำเนินงาน 6 ปีขึ้นไปและรับนักศึกษาสหกิจต่อปี 4 ครั้งต่อปีขึ้นไป
 ช่วงเวลาที่สถานประกอบการต้องการรับนักศึกษาเข้าสหกิจส่วนใหญ่ ต้องการรับในฤดูหนาว โดย
 ต้องการรับนักศึกษาครั้งละ 5 คนขึ้นไปและ พบว่า สถานประกอบการเลือกนักศึกษาเข้าสหกิจจาก
 ความรู้ความสามารถของนักศึกษา ข้อมูลในส่วนของการต้องการร่วมมือสหกิจศึกษาสามารถ
 สรุปได้ว่าสถานประกอบการ มีความเข้าใจว่าสหกิจเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา
 และพัฒนาคน และยังพบว่าสถานประกอบการมีความต้องการร่วมมือสหกิจในการพัฒนาทักษะ
 ด้านธุรกิจนำเที่ยว ความรู้ในงานรับรอง(Booking or Reservation) มากที่สุด, รองลงมาได้แก่
 ความรู้ในการจัดจำหน่ายตั๋ว Ticketing, ความรู้ในการเป็น Tour Operator และความรู้ในการเป็น
 มัคคุเทศก์ Tour Guide ตามลำดับ และพบว่า สถานประกอบการที่เป็นหน่วยงานของรัฐเช่น การ

ท้องถิ่นแห่งประเทศไทยมีความต้องการร่วมมือในการพัฒนาทักษะในด้านความรู้ในการให้ข้อมูล นักท่องเที่ยว, ความรู้ในการทำงานสำนักงาน, ความรู้ในการประสานงาน ตามลำดับ

ในส่วนของการร่วมมือพัฒนาทักษะงานด้าน Organizer สถานประกอบการต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาทักษะในด้านความรู้ในเกี่ยวกับงานสำนักงานมากที่สุด รองลงมาคือความรู้เกี่ยวกับการตลาดและงานขาย ความรู้เกี่ยวกับการจัดงานเท่า ๆ กันและความรู้เกี่ยวกับการสร้างสร้งงานตามลำดับ สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมสหกิจในการพัฒนาทักษะด้านคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร โดยเฉพาะ ความรู้ด้านภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การใช้E-mail และการสื่อสารทาง Internet, ความรู้เกี่ยวกับ Ms- Word, Excel, PowerPoint, และมีความรู้ในภาษาที่ 3 ตามลำดับ และยังพบว่าสถานประกอบการทุกแห่งต้องการร่วมมือในการพัฒนาด้านมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพ และService มากที่สุด ได้แก่ความมีน้ำใจ รองลงมาได้แก่ การมีทัศนคติที่ดีต่องาน การเข้ากับเพื่อนร่วมงานเท่ากัน และทัศนคติในทางบวกต่อปัญหาต่างๆ สำหรับด้านจริยธรรมในอาชีพสถานประกอบการต้องการร่วมมือสหกิจในการพัฒนาด้านจริยธรรมดังนี้คือด้านซื่อสัตย์ต่อตนเองและความขยันและอดทนในการทำงาน เท่า ๆ กัน ความมีจริยธรรมในวิชาชีพ, และไม่ประพฤติผิดในเรื่องชู้สาว ยาเสพติด การพนัน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นช่วยให้ผู้วิจัยได้เห็นตัวอย่างในการทำวิจัยและตัวแปรที่ได้ทำการศึกษาวิจัยมาแล้วในอดีต ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำความรู้ข้างต้นมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ และสามารถเชื่อมโยงไปสู่การศึกษาตัวแปรในการวิจัยในเรื่องของความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากรายวิชาต่างๆในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงาน ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา รวมทั้งความต้องการบัณฑิตทางด้านการตลาดของสถานประกอบการ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาบัณฑิตทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา เป็นการวิจัยที่บูรณาการข้อมูล 3 ส่วนเข้าด้วยกันโดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนและใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ต่างกัน รายละเอียดมีดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่าง ๆ ตามหลักสูตรสาขาการตลาดในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยข้อมูลจากรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่นักศึกษาจัดทำส่งอาจารย์นิเทศภายหลังจากที่ได้ฝึกปฏิบัติงานครบตามกำหนดเวลาแล้ว

2. ประชากร

ประชากรในการวิจัยส่วนนี้ได้แก่นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และได้ทำการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการรวม 21 บริษัท ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2553 ถึงวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2554 จำนวนนักศึกษารวมทั้งสิ้น 37 ราย โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรทุกราย

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูล

งานวิจัยส่วนนี้ทำการเก็บข้อมูลจากรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่นักศึกษาจัดทำส่งอาจารย์นิเทศภายหลังจากการฝึกปฏิบัติงานครบตามกำหนดเวลาแล้ว ในลักษณะของข้อมูลทุติยภูมิ โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในหัวข้อ (1) ความเชื่อมโยงกับสาขาวิชา (2) ความรู้และทักษะที่ยังขาดอยู่ และ (3) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหลักสูตร

4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะของการวิจัยเอกสาร(Desk Research) ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลักด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) โดยใช้คุณพินิจในการจัดหมวดหมู่ข้อมูล เชื่อมโยง และวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพบางส่วนซึ่งสามารถทำการนับจำนวนคำตอบได้ ผู้วิจัยได้ทำการแปลงข้อมูลที่เป็นลักษณะข้อมูลเชิงคุณภาพ ให้เป็นข้อมูลในรูปแบบที่สามารถประมวลผลด้วยค่าสถิติความถี่ และร้อยละได้ ซึ่งทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความชัดเจนมากขึ้น

ส่วนที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ซึ่งมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยข้อมูลจากเอกสารแบบประเมินการปฏิบัติงานนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการทำการประเมินนักศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานครบตามกำหนดเวลาแล้ว

2. ประชากร

ประชากรในการวิจัยส่วนนี้ได้แก่ ตัวแทนจากสถานประกอบการที่ได้เข้าร่วมในโครงการสหกิจศึกษา และรับนักศึกษาของภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการในระหว่างภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 รวม 21 บริษัท โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรทุกรายจากตัวแทนผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นพนักงานในระดับผู้บริหารของบริษัทซึ่งอยู่ในหน่วยงานที่นักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงานโดยตรง ได้แก่ 1)ระดับผู้ช่วยประธาน

เจ้าหน้าที่บริหาร/ ผู้อำนวยการ/รองผู้อำนวยการรวม 3 ราย 2)ระดับผู้จัดการ/รองผู้จัดการ/ผู้ช่วยผู้จัดการ รวม 17 ราย และ3)ระดับหัวหน้าฝ่าย/ผู้ช่วยหัวหน้าส่วน/เจ้าหน้าที่อาวุโสรวม 17 ราย ซึ่งตัวแทนจากสถานประกอบการได้ทำการตอบแบบประเมินการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการแต่ละแห่งเป็นรายบุคคลซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 37 ราย (เนื่องจากสถานประกอบการบางบริษัท รับนักศึกษาเข้าฝึกงานมากกว่า 1 ราย)

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูล

งานวิจัยส่วนนี้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบประเมินการปฏิบัติงานนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ตัวแทนจากสถานประกอบการทำการกรอกข้อมูล และนำส่งอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาภายหลังการที่นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติงานครบตามกำหนดเวลาแล้ว ลักษณะของข้อมูลเป็นข้อมูลปฐมภูมิโดยมีคำถามปลายเปิดให้สถานประกอบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในหัวข้อ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษาในแง่ของ (1) จุดเด่นของนักศึกษา (2) ข้อควรปรับปรุงของนักศึกษาและ (3) ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะของการวิจัยเอกสาร(Desk Research) ผู้วิจัยจึงใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) และใช้ดุลพินิจในการจัดหมวดหมู่ข้อมูล เชื่อมโยง และวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

ส่วนที่ 3 การศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการ

มีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) เพื่ออธิบายลักษณะความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการ ในเรื่องของคุณสมบัติอันพึงประสงค์ เกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกพนักงาน ความคิดเห็นที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และแนวโน้มความต้องการบุคลากรด้านการตลาดในอนาคต

2. ประชากร

ประชากรในการวิจัยส่วนนี้ได้แก่ตัวแทนสถานประกอบการที่ได้เข้าร่วมในโครงการสหกิจศึกษา และรับนักศึกษาของภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 รวม 21 บริษัท โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรทุกราย ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มเดียวกับการวิจัยในส่วนที่ 2

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูล

เนื่องจากอาจารย์นิเทศซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาแต่ละรายจะต้องนัดหมายและเยี่ยมชมสถานประกอบการเพื่อสอบถามผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาในระหว่างทำการฝึกปฏิบัติงานอยู่เป็นระยะ ๆ ทำให้มีโอกาสพบกับผู้บริหารของสถานประกอบการ และหัวหน้างานของนักศึกษาโดยตรง จึงสามารถขอความอนุเคราะห์จากบริษัทในการเก็บข้อมูลในส่วนนี้ได้โดยตรง

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งพัฒนาขึ้นจากแบบสอบถามต้นแบบของสำนักกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และแบบสอบถามจากงานวิจัยเรื่อง วิวัฒนาการและแนวโน้มของศาสตร์การตลาดและการประยุกต์ใช้ศาสตร์การตลาดของธุรกิจในประเทศไทย , มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,พ.ศ. 2547 ของ ผศ.ยุวดี ภู่อำลิ และทำการเพิ่มเติมบางคำถามที่ต้องการข้อมูลและรายละเอียดในบางส่วนมากขึ้น ดัดแปลงเป็นแบบสอบถามชุดใหม่เพื่อทำการเก็บข้อมูลประกอบด้วย คำถามปลายปิด และปลายเปิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยโดยแบ่งคำถามเป็นตอน ๆ รวม 3 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบและสถานประกอบการได้แก่ ชื่อผู้ตอบ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพงาน ชื่อสถานประกอบการ ประเภทธุรกิจ ผลิตภัณฑ์หรือบริการหลัก จำนวนพนักงานรวม ซึ่งเป็นคำถามในลักษณะปลายปิดประเภทเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ได้แก่ จำนวนพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ระดับการศึกษาของพนักงานเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกพนักงานในระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการ ลักษณะคำถาม

ประกอบด้วย คำถามปลายปิดประเภทเลือกตอบเพียงข้อเดียว คำถามปลายปิดประเภทจัดอันดับ และคำถามปลายปิดประเภทตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำถามเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานด้านการตลาด ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดประเภทมาตราส่วนประเมินค่า(Rating Scale) ตามวิธีของลิเคอร์ท (Likert scale) ให้คะแนนความสำคัญ 5 ระดับ โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับผลการปฏิบัติงาน	คะแนน
ดีมาก	5
ดี	4
ปานกลาง	3
พอใช้	2
ควรปรับปรุง	1

ตอนที่ 3 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มความต้องการรับบัณฑิตสาขาการตลาดเข้างานในอนาคต ซึ่งเป็นคำถามในลักษณะปลายปิดประเภทตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยส่วนนี้ทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิโดยขอความอนุเคราะห์อาจารย์นิเทศที่ดูแลนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาแต่ละราย ทำการแจกแบบสอบถามแก่ผู้บริหารของสถานประกอบการหรือหัวหน้างานของนักศึกษาโดยตรงในระหว่างการเยี่ยมเยียนสถานประกอบการครั้งสุดท้าย ใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม 1- 2 สัปดาห์ และนัดหมายเก็บแบบสอบถามกลับคืนจากสถานประกอบการโดยให้นักศึกษาที่เข้าฝึกงานในสถานประกอบการแต่ละแห่งเป็นผู้เก็บรวบรวมนำส่งอาจารย์นิเทศ เพื่อนำมาประมวลผลต่อไป

4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำมาทำการจัดหมวดหมู่ข้อมูล ลงรหัส และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science : SPSS) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1.สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติในรูปของการแจกแจง

ความถี่(Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

สำหรับคำถามเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานด้านการตลาด ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดประเภทมาตราส่วนประเมินค่าตามวิธีของลิเคอร์ท (Likert scale) ผู้วิจัยทำการประมวลผลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ : 2549)

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ดีมาก
 คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ดี
 คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ พอใช้
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ควรปรับปรุง

2.สถิติเชิงอนุมาน(Inferential Statistics) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ

ไคสแควร์ (Chi-Square Test) และ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน(Analysis of Variance)

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานข้อต่างๆว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่

แหล่งข้อมูลในการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ประกอบในการทำวิจัยครั้งนี้ สามารถหาได้ทั้งจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยดำเนินการดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่แหล่งที่ได้ข้อมูลโดยตรงจากผู้ให้ข้อมูล ซึ่งดำเนินการวิจัยดังรายละเอียดของการวิจัยในส่วนที่ 2 โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการเป็นผู้ตอบคำถามปลายเปิด และในส่วนที่ 3 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบไว้เพื่อใช้เก็บข้อมูลในครั้งนี้

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ แหล่งข้อมูลเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งมีผู้รวบรวมหรือจัดทำเผยแพร่เอาไว้ โดยจะดำเนินการรวบรวมค้นคว้าจากตำรา วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เอกสารเผยแพร่ เอกสารทางด้านการศึกษา ระเบียบการและหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากอินเทอร์เน็ตของหน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นต้น

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยในชั้นเรียนเรื่องการพัฒนาบัณฑิตทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆตามหลักสูตรสาขาการตลาด ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ส่วนที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ส่วนที่ 3 ศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ผลการวิจัยในแต่ละส่วนได้ข้อสรุปแนวทางในการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิจัยส่วนที่ 1 การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆตามหลักสูตรสาขาการตลาดในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลหัตถ์จากรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการรวม 37 รายในหัวข้อ 1) ความเชื่อมโยงกับสาขาวิชา 2) ความรู้และทักษะที่ยังขาดอยู่ และ 3) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหลักสูตรสาขาการตลาด มาทำการวิเคราะห์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงรายวิชาที่สำคัญต่อการประยุกต์ใช้ในการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษา ผลการวิจัยมีดังนี้

1.1 วิชาที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

ผลการวิจัยในส่วนนี้ได้ทำการวิเคราะห์โดยแยกรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิตหลักสูตร 4 ปี ของสาขาวิชาการตลาดประจำปีการศึกษา 2553 ได้แก่ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาแกน กลุ่มวิชาเอก และกลุ่มวิชาเลือก ผลการวิจัยมีดังนี้

1.1.1 รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

จากการเก็บข้อมูลนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษารวม 37 ราย พบว่านักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการได้นำเอาความรู้จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปไปประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานรวม 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.1 ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด โดยพบว่า นักศึกษาในกลุ่มนี้ได้ นำความรู้จากวิชาทักษะการสื่อสารภาษาไทยไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาใช้ความรู้จากวิชา IL103 สารสนเทศเพื่อการค้นคว้าคิดเป็นร้อยละ 40.0 ใช้วิชา GE121 มนุษย์กับการใช้เหตุผล และกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และร้อยละ 23.4 ตามลำดับ ส่วนวิชาอื่นที่นักศึกษางานบางส่วนนำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานอยู่บ้างได้แก่ วิชาLW102 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย MA103 คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน และวิชา GE139 องค์กรร่วมแห่งชีวิต ตามลำดับ

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาได้นำเอาความรู้ในแต่ละวิชาข้างต้นไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานดังนี้

วิชาGE121 มนุษย์กับการใช้เหตุผล และวิชาGE139 องค์กรร่วมแห่งชีวิต ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจถึงความแตกต่างของแต่ละบุคคลในเรื่องพฤติกรรม ความคิด และมุมมอง ช่วยให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี รู้จักการปรับตัวให้เข้ากับคนอื่นและองค์กร การสื่อสาร การใช้ภาษา การควบคุมอารมณ์ รู้จักคิดวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบและมีเหตุผล รวมทั้งการจัดการตนเอง การจัดการเวลา

วิชาIL 103 สารสนเทศเพื่อการค้นคว้า ช่วยให้นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ รวดเร็วและถูกต้อง สามารถจัดหมวดหมู่ของงานและเอกสารได้อย่างเป็นระบบ สะดวกในการค้นหา รวมทั้งสามารถจัดทำรายงานได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐาน

วิชาLW102 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย ช่วยให้นักศึกษา มีความเข้าใจในเอกสารสัญญาต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน มีความละเอียดรอบคอบในการจัดทำเอกสารสัญญาต่างๆ

ตารางที่ 4.1 สัดส่วนและร้อยละของนักศึกษาที่ใช้วิชาในหมวดศึกษาทั่วไปในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

การใช้วิชาในหมวดศึกษาทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	30	81.1
ไม่ใช้	7	18.9
รวม	37	100.0

ตารางที่ 4.2 รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ ของจำนวนผู้ตอบ
1.กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์		
GE121 มนุษย์กับการใช้เหตุผล	10	33.3
IL 103 สารสนเทศเพื่อการค้นคว้า	12	40.0
GE139 องค์รวมแห่งชีวิต	2	6.7
2.กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์		
LW102 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย	3	10.0
กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์		
MA103 คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน	3	10.0
กลุ่มวิชาภาษา		
LA010 ภาษาอังกฤษปรับพื้นฐาน	2	6.7
LA101 ภาษาอังกฤษ 1	3	10.0
LA102 ภาษาอังกฤษ 2	2	6.7
TH103 ทักษะการสื่อสารภาษาไทย	21	70.0
จำนวนผู้ตอบ	30	

วิชา MA103 คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน ช่วยให้นักศึกษาจัดทำรายงานและคำนวณตัวเลขต่างๆ ได้อย่างถูกต้องตามหลักการคำนวณเช่นการคำนวณค่าร้อยละ อัตราส่วน ดอกเบี้ย ราคาสินค้า การจัดทำรายงานที่เกี่ยวข้องกับตัวเลขเช่นยอดขาย เอกสารทางบัญชี เป็นต้น

วิชาLA010 ภาษาอังกฤษปรับพื้นฐาน วิชาLA101 ภาษาอังกฤษ1 และวิชา LA102 ภาษาอังกฤษ 2 ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการ อ่าน พูดย ฟัง เขียน แปลความ สื่อสาร และจดบันทึกภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องในระหว่างการฝึกงาน

วิชาTH103 ทักษะการสื่อสารภาษาไทย ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้องในเรื่องของการพูด ฟัง อ่าน เขียน เช่นการพิมพ์งาน การทำความเข้าใจ การตรวจสอบคำผิด การเรียบเรียงคำ การใช้คำศัพท์เฉพาะ การเชื่อมโยงคำและประโยค การสื่อสารกับบุคคล การจดบันทึก และการร่างเอกสารสำคัญต่างๆ การเขียนรายงานเชิงวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

1.1.2 รายวิชาในกลุ่มวิชาแกนที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

จากการเก็บข้อมูลนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษารวม 37 ราย พบว่านักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการได้นำเอาความรู้จากรายวิชาในกลุ่มวิชาแกนไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานรวม 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.9 ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด โดยพบว่าในการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา นักศึกษากลุ่มนี้ได้้นำเอาความรู้จากหลายวิชาในกลุ่มวิชาแกนไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานโดยวิชาที่นำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดได้แก่ วิชา IT206 สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 70.6 รองลงมาได้แก่วิชา MK201 หลักการตลาดคิดเป็นร้อยละ 38.2 วิชาLA202ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ2 คิดเป็นร้อยละ 32.4 วิชาLA202 ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ1 คิดเป็นร้อยละ 20.6 วิชา GM201 องค์การและการจัดการคิดเป็นร้อยละ 14.7 วิชา MK301 การจัดการการตลาด และวิชาIT20 ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 11.8 เท่าๆกัน ตามลำดับ โดยที่บางส่วนได้ใช้ความรู้ในวิชา วิชา BA203 การภาษีอากร วิชา FN201 การเงินธุรกิจ วิชา HR201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ วิชา BA204 การวิจัยธุรกิจ และวิชา ST201 หลักสถิติ ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 สัดส่วนและร้อยละของนักศึกษาที่ใช้วิชาในกลุ่มวิชาแกนในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

การใช้วิชาในกลุ่มวิชาแกน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	34	91.9
ไม่ใช้	3	8.1
รวม	37	100.0

ตารางที่ 4.4 รายวิชาในกลุ่มวิชาแกนที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

กลุ่มวิชาแกน	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ ของจำนวนผู้ตอบ
BA203 การภาษีอากร	3	8.8
BA204 การวิจัยธุรกิจ	2	5.9
FN201 การเงินธุรกิจ	3	8.8
GM201 องค์การและการจัดการ	5	14.7
HR201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3	8.8
LA201 ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ1	7	20.6
LA202 ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ2	11	32.4
MK201 หลักการตลาด	13	38.2
MK301 การจัดการการตลาด	4	11.8
ST201 หลักสถิติ	1	2.9
IT206 สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์	24	70.6
IT207 ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	4	11.8
จำนวนผู้ตอบ	34	

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาได้นำเอาความรู้ในแต่ละวิชาข้างต้นไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานดังนี้

วิชาBA203 การภาษีอากร ช่วยให้นักศึกษามีพื้นฐานในการคำนวณภาษีประเภทต่างๆในแต่ละรายการได้อย่างถูกต้อง เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ค่าลดหย่อน รวมทั้งการหักภาษีของฝ่ายส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

วิชาFN201 การเงินธุรกิจ ช่วยให้นักศึกษามีพื้นฐานในการจัดทำงบประมาณ และงบการเงินได้ถูกต้อง

วิชาGM201 องค์การและการจัดการ ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการวางแผนกระบวนการทำงานให้เป็นระบบ มีระเบียบ การควบคุมงาน การรู้จักการปรับตัวให้เข้ากับองค์กรการใช้ทรัพยากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเข้าใจในการบริหารงานขององค์กร

วิชาHR201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจในการจัดการบุคคลในองค์กรและการทำงานร่วมกับผู้อื่น

วิชาLA201 ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ1 วิชาLA202 และภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ2 ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการ อ่าน พูด ฟัง เขียน แปลความ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าและบุคคลอื่น และเข้าใจในศัพท์เฉพาะทางธุรกิจได้อย่างถูกต้องในระหว่างการฝึกงาน

วิชาMK201 หลักการตลาด ช่วยให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดได้อย่างถูกต้องตามหลักและทฤษฎีทางการตลาดเช่นการวิเคราะห์SWOT การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาดในลักษณะเปรียบเทียบ เรียบเรียงและทำรายงาน นำเสนอข้อสรุป

วิชาMK301 การจัดการการตลาด ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจในส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทมากขึ้นและสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม

วิชาST201 หลักสถิติ ช่วยให้นักศึกษาสามารถคำนวณค่าสถิติต่างๆได้อย่างถูกต้องเช่นการคำนวณค่าเปอร์เซ็นต์

วิชาIT206 สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ และวิชาIT207 ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปMicrosoft Office ในการพิมพ์งานและการบันทึกข้อมูลเช่น การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า บันทึกคำสั่งซื้อ การค้นหาข้อมูล การตกแต่งภาพโดยใช้Photoshop การพิมพ์จดหมาย การทำนามบัตร การ์ดอวยพร และป้ายต่างๆ เป็นต้น

1.1.3 รายวิชาในกลุ่มวิชาเอกที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

จากการเก็บข้อมูลนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษารวม 37 ราย พบว่านักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการได้นำเอาความรู้จากรายวิชาในกลุ่มวิชาเอกไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานรวม 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.4 ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด โดยพบว่าในการฝึกปฏิบัติงานนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการได้นำเอาความรู้จากหลายวิชาในกลุ่มวิชาเอกไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานโดยวิชาที่นำไปใช้ประโยชน์มากที่สุด ได้แก่ วิชา MK302

พฤติกรรมผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาได้แก่ วิชา MK404 ระบบสารสนเทศทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 44.8 วิชา MK312 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ร้อยละ 41.4 และ วิชา MK306 การวิจัยตลาดร้อยละ 31.0 ตามลำดับ โดยมีบางส่วนได้ใช้ความรู้ใน วิชา MK401 การสัมมนาทางการตลาดในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานคิดเป็นร้อยละ 13.8 วิชา MK403 การจัดการการกระจายสินค้า และวิชา MK405 การค้าสมัยใหม่ ในสัดส่วนพอๆกันคิดเป็นร้อยละ 10.3 สำหรับ วิชา MK311 การตลาดระดับโลก และวิชา MK402 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้ามีนักศึกษา นำความรู้ในแต่ละวิชาข้างต้นไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานคิดเป็นร้อยละ 6.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 สัดส่วนและร้อยละของนักศึกษาที่ใช้วิชาในกลุ่มวิชาเอกในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

การใช้วิชาในกลุ่มวิชาเอก	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	29	78.4
ไม่ใช่	8	21.6
รวม	37	100.0

ตารางที่ 4.6 รายวิชาในกลุ่มวิชาเอกที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

กลุ่มวิชาเอก	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ ของจำนวนผู้ตอบ
MK302 พฤติกรรมผู้บริโภค	14	48.3
MK306 การวิจัยตลาด	9	31.0
MK311 การตลาดระดับโลก	2	6.9
MK312 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ	12	41.4
MK401 การสัมมนาทางการตลาด	4	13.8
MK402 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	2	6.9
MK403 การจัดการการกระจายสินค้า	3	10.3
MK404 ระบบสารสนเทศทางการตลาด	13	44.8
MK405 การค้าสมัยใหม่	3	10.3
จำนวนผู้ตอบ	29	

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาได้นำเอาความรู้ในแต่ละวิชาข้างต้นไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการศึกษาปฏิบัติงานดังนี้

วิชาMK302 พฤติกรรมผู้บริโภค ช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจลูกค้าและสามารถวางแผนกิจกรรมการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เช่น การนำเสนอสินค้า การจัดวางสินค้า การวางแผนโฆษณา การทำโปรโมชั่น การจัดแสดงสินค้า การจัดกิจกรรมพิเศษ การให้บริการลูกค้าอย่างเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส สะดวกรวดเร็ว

วิชาMK306 การวิจัยตลาด ช่วยให้นักศึกษามีทักษะการทำวิจัยในแต่ละขั้นตอน สามารถปฏิบัติงานวิจัยในระหว่างการศึกษาได้ เช่น การสร้างคำถาม การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การทำProduct Test การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค การป้อนข้อมูล การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมSPSS การสรุปผลวิจัยจากข้อมูลที่ประมวลผลได้

วิชาMK312 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการออกแบบเครื่องมือการสื่อสารการตลาด การเลือกสื่อ การเลือกรูปแบบของการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์ต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แค็ตตาล็อกสินค้า ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ อีเมล การประชาสัมพันธ์ การเลือกสื่อโฆษณา การส่งเสริมการขาย การเช็คระดับ การขายโดยใช้พนักงานขาย รวมทั้งมีทักษะในการเตรียมงานกิจกรรมทางการตลาดและการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาด

วิชาMK401 การสัมมนาการตลาด ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการนำเสนองานต่างๆด้วยความมั่นใจ กล้าแสดงความคิดเห็น และมีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิชาMK403 การจัดการการกระจายสินค้า ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจกระบวนการกระจายสินค้าในลักษณะของการเข้าก่อนออกก่อน (First in first out)

วิชาMK404 ระบบสารสนเทศทางการตลาด ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการใช้โปรแกรมExcel ในการออกแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อจัดทำฐานข้อมูล การจัดทำฐานข้อมูล การป้อนข้อมูล และจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบเช่น ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลยอดขาย ข้อมูลตัวเลขต่างๆ ข้อมูลการทำงานของพนักงาน ข้อมูลสินค้าคงเหลือ การสืบค้นข้อมูล และการประมวลผลข้อมูล

วิชาMK405 การค้าสมัยใหม่ ช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในระบบการค้าสมัยใหม่และมีทักษะในการคัดเลือกวัสดุ ตู้โชว์สินค้า ชั้นวางสินค้า พื้นที่ร้านค้า การออกแบบร้านค้า การจัดเรียงสินค้าภายในร้านให้มีความโดดเด่นและเป็นระเบียบเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า รวมทั้งการประชุมพนักงานขายและการจัดทำPC Brief

1.1.4 รายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงาน

จากการเก็บข้อมูลนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษารวม 37 ราย พบว่านักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการได้นำเอาความรู้จากรายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงานรวม 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.2 ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด โดยพบว่าการฝึกปฏิบัติ

ตารางที่ 4.7 สัดส่วนและร้อยละของนักศึกษาที่ใช้วิชาในกลุ่มวิชาเลือกในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงาน

การใช้วิชาในกลุ่มวิชาเลือก	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	33	89.2
ไม่ใช้	4	10.8
รวม	37	100.0

ตารางที่ 4.8 รายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกที่นักศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงาน

กลุ่มวิชาเลือก	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ ของจำนวนผู้ตอบ
MK406 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	18	54.5
MK407 การฝึกปฏิบัติงานด้านการขาย	8	24.2
HR303 พนักงานสัมพันธ์	2	6.1
HR313 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	1	3.0
HR302 การวางแผนทรัพยากรมนุษย์การสรรหา	1	3.0
HR304 พฤติกรรมองค์กร	7	21.2
BA102 การวิเคราะห์และการทำแผนธุรกิจ	3	9.1
โครงการอบรมการพัฒนาบุคลิกภาพ	4	12.1
โครงการอบรมสหกิจศึกษา	6	18.2
จำนวนผู้ตอบ	33	

งานนักศึกษากลุ่มนี้ได้้นำเอาความรู้จากหลายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงานโดยวิชาที่นำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดได้แก่ วิชา MK406 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาได้แก่วิชา MK407 การฝึกปฏิบัติงานด้านการขายร้อยละ 24.2 และวิชา HR304 พฤติกรรมองค์กร ร้อยละ 21.2 ตามลำดับ โดยมีบางส่วนได้ใช้ความรู้จากโครงการ

อบรมสหกิจศึกษาคิดเป็นร้อยละ 18.2 และโครงการอบรมการพัฒนาบุคลิกภาพคิดเป็นร้อยละ 12.1 ที่เหลือใช้ประโยชน์จากวิชาBA102 การวิเคราะห์และการทำงานธุรกิจ วิชาHR303 พนักงานสัมพันธ์ วิชาHR313 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และวิชาHR302 การวางแผนทรัพยากรมนุษย์การสรรหาใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานคิดเป็นร้อยละ 9.1 , ร้อยละ 6.1 ,ร้อยละ 3.0 และร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาได้นำเอาความรู้ในแต่ละวิชาข้างต้นไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานดังนี้

วิชาMK406 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจวิธีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพและนำไปใช้ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานเช่นการให้ส่วนลด ของแถม ของขวัญตามเทศกาล การให้เงินหรือสินค้าสนับสนุนการจัดกิจกรรมของลูกค้า บัตรสมาชิก การจัดทำฐานข้อมูลประวัติลูกค้าและการซื้อสินค้า การจดจำลูกค้ารายบุคคล การบริการหน้าเคาน์เตอร์ การให้ข่าวสารที่ถูกต้องแก่ลูกค้า การส่งข่าวสาร การโปรโมชัน ผ่านทางอีเมลล์ จดหมาย หรือข้อความทางโทรศัพท์ การจัดทำแบบประเมินพนักงาน การแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า

วิชาMK407 การฝึกปฏิบัติงานด้านการขาย ซึ่งเป็นวิชาไม่นับหน่วยกิตและบังคับให้นักศึกษาเรียนทุกคนซึ่งช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการขายและสามารถนำมาปรับใช้ระหว่างการฝึกปฏิบัติงานในเรื่องของการจัดร้านให้น่าสนใจ เทคนิคการพูดที่จูงใจลูกค้า การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การเป็นพนักงานขายที่ดี การประชาสัมพันธ์ ณ.จุดขาย การปิดการขาย

วิชาHR302 การวางแผนทรัพยากรมนุษย์การสรรหา ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการวางแผนและสรรหาพนักงานขายให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

วิชาHR303 พนักงานสัมพันธ์ ช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในเรื่องของการคิดเงินเดือน วันหยุด วันลา ค่าล่วงเวลา และมนุษย์สัมพันธ์ในการทำงาน

วิชาHR313 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในเรื่องของการฝึกอบรมพนักงาน

วิชาHR304 พฤติกรรมองค์กร ช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร ทำให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับองค์กรได้อย่างเหมาะสมในเรื่องการแต่งกาย การวางตัว การแสดงออก การอยู่ร่วมกับผู้อื่น ทักษะคิด ค่านิยม ความอดทนในการทำงาน การเรียนรู้งาน

วิชาBA102 การวิเคราะห์และการทำงานธุรกิจ ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในด้านการวิเคราะห์ จุดแข็งจุดอ่อน การจัดทำแผนธุรกิจและแผนการตลาดได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์

โครงการอบรมการพัฒนาบุคลิกภาพช่วยให้นักศึกษาสามารถปรับบุคลิกภาพของตนเองได้อย่างเหมาะสมในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานในเรื่องการวางตัว มารยาทในการพูด การเดิน การนั่ง

การไหว้ การวางตัว การแต่งกาย มนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการทำงาน การรับโทรศัพท์ การจดบันทึก การติดต่อประสานงาน การส่งเอกสาร เป็นต้น

โครงการอบรมสหกิจศึกษา ช่วยให้นักศึกษามีทักษะในการใช้อุปกรณ์สำนักงาน การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป การวางตัวในองค์กร การร่างจดหมาย การรับโทรศัพท์ เป็นต้น

1.2 ความรู้และทักษะซึ่งนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษายังมีความบกพร่อง

ในระหว่างการศึกษาฝึกปฏิบัติงานนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาพบว่าความรู้และทักษะที่ตนเองยังบกพร่องและขาดอยู่มากที่สุดได้แก่ ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษคิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาได้แก่ทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐานและทักษะการสื่อสารภาษาไทยคิดเป็นร้อยละ 45.9 และร้อยละ 29.7 ตามลำดับ และมีบางส่วนพบว่าตนเองยังขาดทักษะเกี่ยวกับการบัญชีสำหรับธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 13.5 ที่เหลือพบว่าขาดทักษะทางการตลาดและการขาย ทักษะด้านการแสดงออกในสัดส่วนพอๆกัน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และขาดทักษะทางการใช้อุปกรณ์สำนักงานร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ความรู้และทักษะซึ่งนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษายังมีความบกพร่อง

2. ทักษะที่ยังขาดอยู่	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ ของจำนวนผู้ตอบ
ทักษะด้านภาษาอังกฤษ	19	51.4
ทักษะการสื่อสารภาษาไทย	11	29.7
การใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐาน	17	45.9
การบัญชีสำหรับธุรกิจ	5	13.5
ทักษะทางกราฟฟิก	2	5.4
ทักษะด้านการตลาดและการขาย	3	8.1
ทักษะด้านการแสดงออก	3	8.1
ทักษะการใช้อุปกรณ์สำนักงาน	2	5.4
ทักษะด้านอื่นๆ	2	5.4
จำนวนผู้ตอบ	37	

1.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหลักสูตรสาขาการตลาด

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาโดยรวมมีความเห็นว่าทางมหาวิทยาลัยควรมีการปรับปรุงหลักสูตรในเรื่องต่อไปนี้

1. การเพิ่มระยะเวลาอบรมการใช้เครื่องใช้สำนักงาน
2. การสอนควรเน้นการปฏิบัติจริงมากกว่าทฤษฎี
3. เพิ่มเนื้อหาการเรียน โปรแกรมสำเร็จรูปให้หลากหลายโปรแกรมมากขึ้น รวมทั้งการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ขั้นสูง เช่น Photoshop และ Illustrator
4. เพิ่มหลักสูตรการพิมพ์ดีดภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
5. มีการอบรมภาษาอังกฤษเพิ่มเติม
6. เพิ่มหลักสูตรด้านเทคโนโลยีให้มากขึ้น
7. เพิ่มทักษะด้านการสื่อสารและการวางตัว
8. เพิ่มการใช้ศัพท์ทางด้านการบริหารในการเรียนการสอน และปรับเนื้อหาแต่ละวิชาให้มีความทันสมัยมากขึ้น

ส่วนที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบประเมินการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ตัวแทนของสถานประกอบการรวม 21 บริษัท เป็นผู้ประเมินการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกงานในสถานประกอบการเป็นรายบุคคลรวม 37 ราย คำถามใน แบบประเมินการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาเป็นลักษณะคำถามปลายเปิดซึ่งถามในเรื่องของจุดเด่นของนักศึกษา และข้อควรปรับปรุงของนักศึกษาที่เข้าฝึกงานรวมทั้งข้อคิดเห็นเพิ่มเติม นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณสมบัติที่นักศึกษายังมีความบกพร่อง ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ทางมหาวิทยาลัยจะต้องทำการปรับปรุง และพัฒนาให้นักศึกษามีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการมากขึ้น ผลการวิจัยมีดังนี้

2.1 จุดเด่นของนักศึกษา

สถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและรับนักศึกษาเข้าฝึกงานมีความเห็นต่อนักศึกษาที่เข้าฝึกงานในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 ในด้านจุดเด่นของนักศึกษาดังนี้

1. ด้านความรู้ความสามารถ

สถานประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่านักศึกษาที่เข้าฝึกงานเป็นผู้ที่รู้จักแก้ปัญหาเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้ง่าย สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จ รวดเร็วและถูกต้อง สามารถไว้วางใจให้ทำงานต่างๆ ได้โดยไม่ต้องติดตาม

2. ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน

สถานประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่านักศึกษาที่เข้าฝึกงานเป็นผู้ที่มีความขยันในการทำงาน ทำงานได้รวดเร็ว ชอบช่วยเหลือ มีความตั้งใจทำงาน เรียนรู้งานได้เร็ว มีความรับผิดชอบ มาฝึกงานอย่างสม่ำเสมอ กล้าซักถามในสิ่งที่ไม่เข้าใจ ไม่เกี่ยงงาน เชื่อฟังผู้บังคับบัญชา มีความสามารถในการดูแลงานที่ได้รับมอบหมายได้ดี

3. ด้านบุคลิกภาพ

สถานประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่านักศึกษาที่เข้าฝึกงานเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีมารยาทดี เรียบร้อย แต่งกายเรียบร้อย สะอาด มีความซื่อสัตย์ สุจริต ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของบริษัท ตรงต่อเวลา อ่อนน้อม ถ่อมตน สุภาพ มีสัมมาคารวะ มีน้ำใจต่อเพื่อนร่วมงาน รู้จักการวางตัวกับผู้อื่น มีทัศนคติที่ดี เป็นที่รักของเพื่อนร่วมงานและพนักงานในองค์กร

2.2 ข้อควรปรับปรุงของนักศึกษา

สถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและรับนักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงานมีความเห็นต่อนักศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 ในด้านข้อควรปรับปรุงของนักศึกษาดังนี้

1. ด้านความรู้ความสามารถ

สถานประกอบการบางส่วนมีความเห็นว่านักศึกษบางรายควรปรับปรุงในเรื่องของทักษะด้านภาษาอังกฤษทั้งการพูด ฟัง อ่าน เขียน เพราะปัจจุบันมีการใช้งานอย่างแพร่หลายและเป็นผลดีต่อการทำงานในอนาคต รวมทั้งควรเพิ่มทักษะด้านโปรแกรม Microsoft Excel และ Power Point และประสบการณ์เพิ่มเติมด้านการตลาดให้มากขึ้น

2. ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน

สถานประกอบการบางส่วนมีความเห็นว่านักศึกษาบางรายควรปรับปรุงในเรื่องของวาทะเยี่ยรอบคอบในการทำงาน เนื่องจากงานมักมีข้อผิดพลาด นอกจากนี้ยังขาดทักษะในการตัดสินใจ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า ขาดทักษะในการสื่อสารถ่ายทอดให้ผู้ร่วมงานเข้าใจ และควรปรับปรุงคุณภาพของงานให้ดีขึ้น ลำดับความสำคัญก่อนหลังของงานที่ทำ การให้ความสำคัญกับเอกสารงาน นอกจากนี้ยังควรปรับปรุงการทำงานที่ยังค่อนข้างล่าช้า ไม่กล้าตัดสินใจ ขาดความกระตือรือร้นในการทำงานไม่ค่อยเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

3. ด้านบุคลิกภาพ

สถานประกอบการบางส่วนมีความเห็นว่านักศึกษาบางรายควรปรับปรุงในเรื่องของการตรงต่อเวลา การควบคุมอารมณ์ การกล้าแสดงออกและกล้าแสดงความคิดเห็น ความมั่นใจในตนเอง ความมีระเบียบวินัย การพูด การสื่อสารกับคนภายในและนอกองค์กรเนื่องจากงานด้านการขาย และการตลาดเป็นงานที่ต้องติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้ยังควรปรับปรุงในเรื่องของการขาดน้ำใจต่อเพื่อนร่วมงาน การแต่งกายไม่เรียบร้อย ไม่เคารพกฎระเบียบในการทำงานของบริษัท

ส่วนที่ 3 การศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากสถานประกอบการที่รับนักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงานรวม 21 แห่งโดยมีคำถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบและสถานประกอบการ 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดและ 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มความต้องการรับบัณฑิตสาขาการตลาดเข้าฝึกงานในอนาคต ผลการวิจัยมีดังนี้

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบและสถานประกอบการ

ผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้อยู่ในตำแหน่งหัวหน้างานหรือผู้บริหารที่รับผิดชอบดูแลนักศึกษาของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่เข้าฝึกปฏิบัติงานโดยตรง ร้อยละ 81.0 ของผู้ตอบเป็นเพศหญิงที่เหลือเป็นเพศชาย โดยที่ร้อยละ 33.3 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-35 ปี และ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.6 และร้อยละ 19.0 ตามลำดับ ส่วนที่เหลือมีอายุไม่เกิน 25 ปี อายุ 41-45 ปี อายุ 46-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี ในสัดส่วนเท่าๆกันคิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.10 เพศของผู้ตอบ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	4	19.0
หญิง	17	81.0
รวม	21	100.0

ตารางที่ 4.11 อายุของผู้ตอบ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	1	4.8
26-30 ปี	7	33.3
31-35 ปี	6	28.6
36-40 ปี	4	19.0
41-45 ปี	1	4.8
46-50 ปี	1	4.8
มากกว่า 50 ปี	1	4.8
รวม	21	100.0

ตารางที่ 4.12 ระดับการศึกษาของผู้ตอบ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	4.8
ปริญญาตรี	14	66.7
สูงกว่าปริญญาตรี	6	28.6
รวม	21	100.0

ระดับการศึกษาของผู้ตอบอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 28.6 และต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 4.8 ผู้ตอบส่วนใหญ่ร้อยละ 31.6 มีอายุการทำงาน 4-6 ปี และ 10 ปีขึ้นไปในสัดส่วนเท่าๆกัน อีกร้อยละ 26.3 มีอายุการทำงาน 7-9 ปี และร้อยละ 10.5 มีอายุการทำงาน 1-3 ปี

ตารางที่ 4.13 อายุงานของผู้ตอบ

อายุงาน	จำนวน	ร้อยละ
1-3ปี	2	10.5
4-6ปี	6	31.6
7-9ปี	5	26.3
10ปีขึ้นไป	6	31.6
รวม	19	100.0

สถานประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในการทำวิจัยครั้งนี้ร้อยละ 61.9 ดำเนินธุรกิจด้านบริการ ที่เหลือ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าและทำธุรกิจด้านการค้าในสัดส่วนเท่าๆกันคิดเป็นร้อยละ 19.0 โดยกลุ่มธุรกิจบริการได้แก่ธุรกิจด้าน Organizer ไทรมนาคม สถาบันการเงิน การทำอากาศยาน รถไฟฟ้า ธุรกิจบันเทิง สื่อ และร้านไอศกรีม ส่วนกลุ่มผู้ผลิตได้แก่ธุรกิจด้านผู้ผลิตและจำหน่ายขนม วัสดุก่อสร้าง สินค้าอุปโภค บริโภค และอาหาร สำหรับกลุ่มธุรกิจการค้าได้แก่ธุรกิจด้านผู้ค้าปลีกค้าส่ง ตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่ม นาฬิกา เครื่องสำอาง และอาหารเสริม

ตารางที่ 4.14 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ

ลักษณะธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า	4	19.0
ธุรกิจบริการ	13	61.9
การค้าและตัวแทนจำหน่าย	4	19.0
รวม	21	100.0

สถานประกอบการร้อยละ 57.1 มีจำนวนพนักงานในบริษัทมากกว่า 250 คน จัดเป็นธุรกิจขนาดค่อนข้างใหญ่ อีกร้อยละ 14.3 มีจำนวนพนักงาน 51-100 คน ส่วนร้อยละ 9.5 มีจำนวนพนักงาน 151-200 คน และ 201-250 คนในสัดส่วนเท่าๆกัน และร้อยละ 9.6 ของกลุ่มตัวอย่างมีพนักงานไม่เกิน 50 คน

ตารางที่ 4.15 จำนวนพนักงานในบริษัทของสถานประกอบการ

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10คน	1	4.8
11-50 คน	1	4.8
51-100 คน	3	14.3
151-200คน	2	9.5
201-250คน	2	9.5
มากกว่า250คน	12	57.1
รวม	21	100.0

3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

จำนวนพนักงานในฝ่ายการตลาดของสถานประกอบการร้อยละ 42.9 มีพนักงานไม่เกิน 10 คน รองลงมาร้อยละ 19.0 มีจำนวนพนักงานมากกว่า 60 คน และร้อยละ 14.4 มีจำนวนพนักงาน 31-60 คน อีกร้อยละ 14.3 มีพนักงาน 21-30 คน ที่เหลือร้อยละ 9.5 มีจำนวนพนักงาน 11-20 คน

ระดับการศึกษาของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของสถานประกอบการแต่ละบริษัท มีทั้งระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 95.2 ของสถานประกอบการมีพนักงานซึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 90.5 จบการศึกษาระดับปริญญาโท ในขณะที่ร้อยละ 57.1 จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และอีกร้อยละ 19.1 จบการศึกษาระดับปริญญาเอก

ตารางที่ 4.16 จำนวนพนักงานในฝ่ายการตลาดของสถานประกอบการ

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10คน	9	42.9
11-20 คน	2	9.5
21-30 คน	3	14.3
31-40คน	1	4.8
41-50คน	1	4.8
51-60คน	1	4.8
มากกว่า60คน	4	19.0
รวม	21	100.0

ตารางที่ 4.17 ระดับการศึกษาของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดของสถานประกอบการ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละของผู้ตอบ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	57.1
ปริญญาตรี	20	95.2
ปริญญาโท	19	90.5
ปริญญาเอก	4	19.1
จำนวนผู้ตอบ	21	

3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของสถานประกอบการเกี่ยวกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดทั้งในระดับผู้บริหารการตลาด และในระดับพนักงานปฏิบัติการ โดยใช้คำถามประเภทจัดอันดับรวม 10 อันดับและมีเกณฑ์ที่กำหนดไว้รวม 20 เกณฑ์ ผลการวิจัยมีดังนี้

3.3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในระดับผู้บริหาร

ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดเข้าทำงานในระดับผู้บริหาร สถานประกอบการให้ความสำคัญกับคุณสมบัติ 10 ประการแรกดังต่อไปนี้

1. ร้อยละ 95.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการเป็นผู้มีวิสัยทัศน์
2. ร้อยละ 85.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการมีความรู้ด้านการตลาด
3. ร้อยละ 80.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการมีความเชื่อมั่นในตนเอง
4. ร้อยละ 75.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของความรับผิดชอบ
5. ร้อยละ 70.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของความมีประสบการณ์
6. ร้อยละ 70.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ
7. ร้อยละ 60.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ
8. ร้อยละ 60.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

9. ร้อยละ 60.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของบุคลิกภาพ

10. ร้อยละ 50.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ

ตารางที่ 4.18 เกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในระดับผู้บริหารของสถานประกอบการ

เกณฑ์ในการคัดเลือก	จำนวน	ร้อยละของผู้ตอบ
มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ	14	70.0
มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ	12	60.0
มีความรู้ทางด้านการตลาด	17	85.0
มีความรู้รอบตัว	9	45.0
มีความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ	10	50.0
เป็นผู้มีวิสัยทัศน์	19	95.0
มีความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง	16	80.0
กล้าแสดงความคิดเห็น	4	20.0
มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	12	60.0
มีมนุษยสัมพันธ์	8	40.0
มีความสามารถในการสื่อสาร	8	40.0
บุคลิกภาพ	12	60.0
ความมีประสบการณ์	14	70.0
มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์	8	40.0
มีความรับผิดชอบ	15	75.0
มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่	2	10.0
มีความขยันอดทนในการทำงาน	4	20.0
มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง	7	35.0
สถาบันการศึกษาที่จบ	3	15.0
วุฒิการศึกษา/สาขาที่จบ	6	30.0
จำนวนผู้ตอบ	20	

3.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในระดับปฏิบัติการ

ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดเข้าทำงานในระดับปฏิบัติการ สถานประกอบการให้ความสำคัญกับคุณสมบัติ 10 ประการแรกดังต่อไปนี้

1. ร้อยละ 81.0 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการมีความรู้ด้านการตลาด
2. ร้อยละ 71.4 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ
3. ร้อยละ 71.4 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
4. ร้อยละ 71.4 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของความรับผิดชอบ
5. ร้อยละ 66.7 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ
6. ร้อยละ 66.7 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของมีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง
7. ร้อยละ 61.9 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการกล้าแสดงความคิดเห็น
8. ร้อยละ 61.9 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการมีมนุษยสัมพันธ์
9. ร้อยละ 61.9 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของมีความขยันอดทนในการทำงาน
10. ร้อยละ 47.6 ของสถานประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของบุคลิกภาพ ความเป็นจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์

ตารางที่ 4.19 เกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในระดับปฏิบัติการของสถานประกอบการ

เกณฑ์ในการคัดเลือก	จำนวน	ร้อยละของผู้ตอบ
มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ	8	38.1
มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ	15	71.4
มีความรู้ทางด้านการตลาด	17	81.0
มีความรู้รอบตัว	8	38.1
มีความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ	14	66.7
เป็นผู้มีวิสัยทัศน์	5	23.8
มีความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง	9	42.9
กล้าแสดงความคิดเห็น	13	61.9
มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	15	71.4
มีมนุษยสัมพันธ์	13	61.9
มีความสามารถในการสื่อสาร	9	42.9
บุคลิกภาพ	10	47.6
ความมีประสบการณ์	9	42.9
มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์	10	47.6
มีความรับผิดชอบ	15	71.4
มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่	6	28.6
มีความขยันอดทนในการทำงาน	13	61.9
มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง	14	66.7
สถาบันการศึกษาที่จบ	1	4.8
วุฒิการศึกษา/สาขาที่จบ	6	28.6
จำนวนผู้ตอบ	21	

3.4 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

ในการประเมินความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ในด้านความรู้ความสามารถ ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน และบุคลิกภาพ ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดประเภทมาตราส่วนประเมินค่าตามวิธีของลิเคอร์ท (Likert scale) ผู้วิจัยทำการประมวลผลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของข้อมูล

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ดีมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ดี

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ พอใช้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ควรปรับปรุง

ผลการวิจัยมีดังนี้

3.4.1 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในด้านความรู้ความสามารถ

ผลการประเมินความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ในด้านความรู้ความสามารถ พบว่ามีคะแนนการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับดี ก่อนข้างดี และปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้

มีผลการปฏิบัติงานด้านความรู้ความสามารถอยู่ในเกณฑ์ดีในด้าน

1. ความสามารถในการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 4.05)
2. ความรู้และทักษะเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

มีผลการปฏิบัติงานด้านความรู้ความสามารถอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีในด้าน

1. ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.90)
2. ความรู้รอบตัวทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.90)
3. ความสามารถในการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 3.90)
4. ความรู้และทักษะด้านการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.77)
5. ความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์วิจัย (ค่าเฉลี่ย 3.71)

6. ประสิทธิภาพในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.71)
7. มีวุฒิการศึกษาที่ตรงกับงาน (ค่าเฉลี่ย 3.52)

อย่างไรก็ดีผลการประเมินความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ในด้านความรู้ความสามารถ พบว่าความรู้ความสามารถของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในบางด้านยังมีคะแนนประเมินอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลางได้แก่ความรู้ความสามารถในด้าน ความรู้ทางภาษาอังกฤษ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.19

ตารางที่ 4.20 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ในด้านความรู้ความสามารถ

เกณฑ์ประเมินด้านความรู้ความสามารถ	จำนวนผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. มีความรู้และทักษะทางการตลาด	21	3.76	.831
2. มีความรู้และทักษะเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ	21	4.00	.707
3. มีความสามารถในการวิเคราะห์วิจัย	21	3.71	1.007
4. มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ	21	3.19	1.209
5. มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ	21	3.90	.768
6. มีความสามารถในการสื่อสาร	21	4.05	.865
7. มีความรู้รอบตัวทั่วไป	21	3.90	.625
8. มีความสามารถในการนำเสนอ	21	3.90	.768
9. มีประสิทธิภาพในการทำงาน	21	3.71	.845
10. มีวุฒิการศึกษาตรงกับงาน	21	3.52	.680

3.4.2 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในด้านทักษะในการปฏิบัติงาน

ผลการประเมินความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ในด้านทักษะการปฏิบัติงาน พบว่ามีคะแนนการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับดี ก่อนข้างดี และปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้

มีผลการปฏิบัติงานด้านทักษะในการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีในด้าน

1. มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.05)

มีผลการปฏิบัติงานด้านทักษะในการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ก่อนข้างดี ในด้าน

1. คุณภาพของผลงานที่ทำโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.90)
2. มีความขยันอดทนในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86)
3. มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.86)
4. มีวิสัยทัศน์และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.71)
5. มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน (ค่าเฉลี่ย 3.67)
6. มีความสามารถในการทำงานด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.62)
7. มีการใช้เวลาในการทำงานให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน (ค่าเฉลี่ย 3.62)
8. มีความสามารถในการแก้ปัญหาและคิดเชิงวิเคราะห์ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

อย่างไรก็ดีผลการประเมินความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ในด้านทักษะในการปฏิบัติงาน พบว่าทักษะในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการตลาดในบางด้านยังมีคะแนนประเมินอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าระดับปานกลางได้แก่ทักษะในการปฏิบัติงานในด้านการมีความสามารถในการบริหารจัดการที่เป็นระบบ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.43

ตารางที่ 4.21 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ในด้านทักษะในการปฏิบัติงาน

เกณฑ์ประเมินด้านทักษะในการปฏิบัติงาน	จำนวนผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. มีความสามารถในการทำงานด้วยตนเอง	21	3.62	1.071
2. มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย	21	4.05	1.024
3. มีความขยันอดทนในการทำงาน	21	3.86	1.108
4. มีความสามารถในการบริหารจัดการที่เป็นระบบ	21	3.43	1.076
5. มีความสนใจในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง	21	3.62	1.071
6. มีความสามารถในการแก้ปัญหาและคิดเชิงวิเคราะห์	21	3.52	1.030
7. มีวิสัยทัศน์ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน	21	3.71	.956
8. มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน	21	3.67	.856
9. มีการใช้เวลาในการทำงานให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน	21	3.62	.865
10. มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่	21	3.86	.655
11. คุณภาพของผลงานที่ทำโดยรวม	21	3.90	.889

3.4.3 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในด้านบุคลิกภาพ

ผลการประเมินความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในด้านบุคลิกภาพ พบว่ามีคะแนนการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับดี และค่อนข้างดี เรียงตามลำดับดังนี้

มีผลการปฏิบัติงานด้านบุคลิกภาพอยู่ในเกณฑ์ดีในด้าน

1. มีการปรับตัวและมนุษยสัมพันธ์ดี (ค่าเฉลี่ย 4.24)
2. มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.10)
3. มีระเบียบวินัยในการทำงาน(ค่าเฉลี่ย 4.10)
4. มีความภาคภูมิใจต่อองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.10)
5. รับฟังความคิดเห็นและให้ความร่วมมือ(ค่าเฉลี่ย 4.05)
6. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน(ค่าเฉลี่ย 4.05)
7. มีความตรงต่อเวลาในการทำงาน(ค่าเฉลี่ย 4.05)

8. และมีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

9. มีความแข็งแรงและสมบูรณ์ของร่างกาย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

มีบุคลิกภาพอยู่ในระดับค่อนข้างดีในเรื่องของ

1. มีบุคลิกภาพดี (ค่าเฉลี่ย 3.86)

2. กล้าแสดงความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย 3.76)

3. ความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ตารางที่ 4.22 ความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ในด้านบุคลิกภาพ

เกณฑ์ประเมินด้านบุคลิกภาพ	จำนวนผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง	21	3.62	.865
2. กล้าแสดงความคิดเห็น	21	3.76	.944
3. รับฟังความคิดเห็นและให้ความร่วมมือ	21	4.05	.740
4. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	21	4.05	1.071
5. มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์	21	4.10	.995
6. มีความตรงต่อเวลาในการทำงาน	21	4.05	1.071
7. มีระเบียบวินัยในการทำงาน	21	4.10	.995
8. มีการปรับตัวและมนุษยสัมพันธ์ดี	21	4.24	.700
9. มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์	21	4.05	.805
10. ความแข็งแรงและสมบูรณ์ของร่างกาย	21	4.00	.707
11. มีบุคลิกภาพดี	21	3.86	.910
12. มีความภาคภูมิใจต่อองค์กร	21	4.10	.831

3.5 ความคิดเห็นของสถานประกอบการเกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มความต้องการรับบัณฑิต สาขาการตลาดเข้าทำงานในอนาคต

สถานประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มความต้องการบุคลากรสาขาการตลาดเพื่อปฏิบัติงานในฝ่ายการตลาดในอนาคต ดังนี้

3.5.1 แนวโน้มความต้องการบุคลากรสาขาการตลาดเพื่อปฏิบัติงานในฝ่ายการตลาดในอนาคต

สถานประกอบการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความต้องการบุคลากรสาขาการตลาดเพื่อปฏิบัติงานในฝ่ายการตลาด ในอนาคตเพิ่มขึ้น โดยที่ร้อยละ 71.4 ต้องการบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี อีกร้อยละ 38.1 ต้องการบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาโท และมีเพียงร้อยละ 14.3 ที่ต้องการบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

นอกจากนี้สถานประกอบการยังมีความเห็นว่าคุณสมบัติของบุคลากรสาขาการตลาดอันพึงประสงค์นั้นควรมีความสามารถในการนำเอาความรู้สมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในงาน มีความสามารถทางการตลาดด้าน Social Network มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีทักษะด้านการนำเสนอ มีความกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบและมีความตั้งใจในการทำงาน มีการพัฒนาตนเองตลอดเวลา และมีจริยธรรมควบคู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่

ตารางที่ 4.23 แนวโน้มความต้องการบุคลากรสาขาการตลาดเพื่อปฏิบัติงานในฝ่ายการตลาดในอนาคต

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการเพิ่มขึ้น	21	100.0
รวม	21	100.0

ตารางที่ 4.24 แนวโน้มความต้องการวุฒิการศึกษาของบุคลากรสาขาการตลาดเพื่อปฏิบัติงานในฝ่ายการตลาดในอนาคต

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3	14.3%
ปริญญาตรี	15	71.4%
ปริญญาโท	8	38.1%
จำนวนผู้ตอบ	21	

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้มีการกำหนดสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐานคือ
 สมมติฐานที่ 1 ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดที่แตกต่างกัน
 สมมติฐานที่ 2 ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาดในแต่ละเกณฑ์ที่แตกต่างกัน
 ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานข้างต้นโดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi - Square Test) เพื่อทดสอบความเกี่ยวข้องกันระหว่างประเภทธุรกิจกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดทั้งในระดับผู้บริหารการตลาด และในระดับพนักงานปฏิบัติการ โดยที่คำถามเกี่ยวกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดเป็นคำถามประเภทจัดอันดับรวม 10 อันดับและมีเกณฑ์ที่กำหนดไว้รวม 20 เกณฑ์ ผู้วิจัยได้ทดสอบความเกี่ยวข้องกันระหว่างประเภทธุรกิจกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดทั้งในระดับผู้บริหารการตลาด และในระดับพนักงานปฏิบัติการทั้ง 10 อันดับ ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1

สมมติฐาน : ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับผู้บริหารการตลาดที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่าประเภทธุรกิจมีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับผู้บริหารการตลาดทั้ง 10 อันดับ อย่างไม่มีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐาน : ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับผู้บริหารการตลาดที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน	ค่าสถิติ Significance (P-Value)
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 1	0.38
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 2	0.48
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 3	0.324
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 4	0.203
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 5	0.329
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 6	0.406
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 7	0.148
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 8	0.602
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 9	0.376
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับบริหารอันดับ 10	0.376

สำหรับเกณฑ์ที่สถานประกอบการใช้ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับผู้บริหารทั้ง 10 อันดับ ซึ่งมีทั้งหมดรวม 20 เกณฑ์เรียงตามลำดับได้แก่

- อันดับ 1 เป็นผู้วิสัยทัศน์
- อันดับ 2 มีความรู้ทางการตลาด
- อันดับ 3 มีความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง
- อันดับ 4 มีความรับผิดชอบ
- อันดับ 5 มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ
- อันดับ 6 ความมีประสบการณ์
- อันดับ 7 มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ
- อันดับ 8 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- อันดับ 9 บุคลิกภาพ
- อันดับ 10 มีความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ
- อันดับ 11 มีความรู้รอบตัว
- อันดับ 12 มีมนุษยสัมพันธ์
- อันดับ 13 มีความสามารถในการสื่อสาร
- อันดับ 14 มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์
- อันดับ 15 มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง
- อันดับ 16 วุฒิการศึกษา/สาขาที่จบ
- อันดับ 17 กล้าแสดงความคิดเห็น
- อันดับ 18 มีความขยันอดทนในการทำงาน
- อันดับ 19 สถาบันการศึกษาที่จบ
- อันดับ 20 มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่

รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 เกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในระดับผู้บริหารจำแนกตามประเภทธุรกิจ

เกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับผู้บริหาร	ประเภทธุรกิจ						รวม	
	การผลิต		บริการ		การค้า			
	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ
มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ	3	7.5%	10	8.3%	1	2.5%	14	7.0%
มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ	2	5.0%	9	7.5%	1	2.5%	12	6.0%
มีความรู้ทางด้านการตลาด	4	10.0%	12	10.0%	1	2.5%	17	8.5%
มีความรู้รอบตัว	1	2.5%	5	4.2%	3	7.5%	9	4.5%
มีความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ	2	5.0%	6	5.0%	2	5.0%	10	5.0%
เป็นผู้มีวิสัยทัศน์	3	7.5%	12	10.0%	4	10.0%	19	9.5%
มีความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง	2	5.0%	11	9.2%	3	7.5%	16	8.0%
กล้าแสดงความคิดเห็น	0	.0%	2	1.7%	2	5.0%	4	2.0%
มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	2	5.0%	8	6.7%	2	5.0%	12	6.0%
มีมนุษยสัมพันธ์	2	5.0%	4	3.3%	2	5.0%	8	4.0%
มีความสามารถในการสื่อสาร	3	7.5%	4	3.3%	1	2.5%	8	4.0%
บุคลิกภาพ	3	7.5%	5	4.2%	4	10.0%	12	6.0%
ความมีประสบการณ์	2	5.0%	10	8.3%	2	5.0%	14	7.0%
มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์	2	5.0%	6	5.0%	0	.0%	8	4.0%
มีความรับผิดชอบ	4	10.0%	8	6.7%	3	7.5%	15	7.5%
มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่	1	2.5%	0	.0%	1	2.5%	2	1.0%
ความขยันอดทนในการทำงาน	1	2.5%	1	.8%	2	5.0%	4	2.0%
มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง	2	5.0%	2	1.7%	3	7.5%	7	3.5%
สถาบันการศึกษาที่จบ	1	2.5%	1	.8%	1	2.5%	3	1.5%
วุฒิการศึกษา/สาขาที่จบ	0	.0%	4	3.3%	2	5.0%	6	3.0%
รวม	40	100.0%	120	100.0%	40	100.0%	200	100.0%

หมายเหตุ: จำนวนสถานประกอบการที่ตอบคำถามรวม 20 บริษัท

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2

สมมติฐาน : ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับพนักงานปฏิบัติการที่ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่าประเภทธุรกิจมีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับปฏิบัติการทั้ง 10 อันดับอย่างไม่มีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2

สมมติฐาน : ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับพนักงานปฏิบัติการที่ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน	ค่าสถิติ Significance (P-Value)
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 1	0.183
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 2	0.211
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 3	0.293
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 4	0.23
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 5	0.201
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 6	0.448
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 7	0.502
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 8	0.413
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 9	0.209
ประเภทธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการอันดับ 10	0.499

สำหรับเกณฑ์ที่สถานประกอบการใช้ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับปฏิบัติการ
ทั้ง 10 อันดับ ซึ่งมีทั้งหมดรวม 20 เกณฑ์เรียงตามลำดับได้แก่

- อันดับที่ 1 มีความรู้ทางการตลาด
- อันดับที่ 2 มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ
- อันดับที่ 3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- อันดับที่ 4 มีความรับผิดชอบ
- อันดับที่ 5 มีความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ
- อันดับที่ 6 มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง
- อันดับที่ 7 กล้าแสดงความคิดเห็น
- อันดับที่ 8 มีมนุษยสัมพันธ์
- อันดับที่ 9 มีความขยันอดทนในการทำงาน
- อันดับที่ 10 บุคลิกภาพ
- อันดับที่ 11 มีจริยธรรมและความซื่อสัตย์
- อันดับที่ 12 ความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง
- อันดับที่ 13 มีความสามารถในการสื่อสาร
- อันดับที่ 14 ความมีประสบการณ์
- อันดับที่ 15 มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ
- อันดับที่ 16 มีความรู้รอบตัว
- อันดับที่ 17 มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่
- อันดับที่ 18 วุฒิการศึกษา/สาขาที่จบ
- อันดับที่ 19 เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์
- อันดับที่ 20 สถาบันการศึกษาที่จบ

รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 เกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในระดับปฏิบัติการ
จำแนกตามประเภทธุรกิจ

เกณฑ์คัดเลือกพนักงานระดับปฏิบัติการ	ประเภทธุรกิจ						รวม	
	การผลิต		บริการ		การค้า			
	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ
มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ	2	5.0%	4	3.1%	2	5.0%	8	3.8%
มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ	2	5.0%	10	7.7%	3	7.5%	15	7.1%
มีความรู้ทางการตลาด	3	7.5%	10	7.7%	4	10.0%	17	8.1%
มีความรู้รอบตัว	0	.0%	5	3.8%	3	7.5%	8	3.8%
มีความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ	2	5.0%	10	7.7%	2	5.0%	14	6.7%
เป็นผู้มีวิสัยทัศน์	0	.0%	4	3.1%	1	2.5%	5	2.4%
มีความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง	2	5.0%	4	3.1%	3	7.5%	9	4.3%
กล้าแสดงความคิดเห็น	2	5.0%	9	6.9%	2	5.0%	13	6.2%
มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4	10.0%	8	6.2%	3	7.5%	15	7.1%
มีมนุษยสัมพันธ์	2	5.0%	9	6.9%	2	5.0%	13	6.2%
มีความสามารถในการสื่อสาร	3	7.5%	4	3.1%	2	5.0%	9	4.3%
บุคลิกภาพ	2	5.0%	7	5.4%	1	2.5%	10	4.8%
ความมีประสบการณ์	2	5.0%	4	3.1%	3	7.5%	9	4.3%
มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์	1	2.5%	9	6.9%	0	.0%	10	4.8%
มีความรับผิดชอบ	4	10.0%	10	7.7%	1	2.5%	15	7.1%
มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่	1	2.5%	2	1.5%	3	7.5%	6	2.9%
มีความขยันอดทนในการทำงาน	4	10.0%	7	5.4%	2	5.0%	13	6.2%
มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง	4	10.0%	9	6.9%	1	2.5%	14	6.7%
สถาบันการศึกษาที่จบ	0	.0%	0	.0%	1	2.5%	1	0.5%
วุฒิการศึกษา/สาขาที่จบ	0	.0%	5	3.8%	1	2.5%	6	2.9%
รวม	40	100.0%	130	100.0%	40	100.0%	210	100.0%

หมายเหตุ: จำนวนสถานประกอบการที่ตอบคำถามรวม 21 บริษัท

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน : ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาดในแต่ละเกณฑ์ที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานข้างต้นโดยใช้ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานด้านการตลาดในแต่ละเกณฑ์เปรียบเทียบกับประเภทธุรกิจ 3 ประเภทที่ทำการวิจัยได้แก่ธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมการผลิต ประเภทธุรกิจบริการ และประเภทธุรกิจการค้า เกณฑ์ที่ใช้เปรียบเทียบได้แก่ 1) ความพึงพอใจเฉลี่ยของแต่ละประเภทธุรกิจที่มีต่อคุณสมบัติของพนักงานด้านการตลาดในด้านความรู้ความสามารถ 2) ความพึงพอใจเฉลี่ยของแต่ละประเภทธุรกิจที่มีต่อคุณสมบัติของพนักงานด้านการตลาดในการปฏิบัติงาน และ 3) ความพึงพอใจเฉลี่ยของแต่ละประเภทธุรกิจที่มีต่อคุณสมบัติของพนักงานด้านการตลาดในด้านบุคลิกภาพ ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่าประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาดเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ0.05 ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจเฉลี่ยในด้านความรู้ความสามารถ ในด้านการปฏิบัติงาน หรือในด้านบุคลิกภาพ (ตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน : ประเภทรูทกิจที่แตกต่างกันจะมีคะแนนความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาดในแต่ละเกณฑ์เฉลี่ยแตกต่างกัน

ความรู้ความสามารถ	Sig.	ทักษะในการปฏิบัติงาน	Sig.	บุคลิกภาพ	Sig.
1. มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาด	.391	1. มีความสามารถในการทำงานด้วยตนเอง	.488	1. ความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง	.574
2. มีความรู้และทักษะเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ	.741	2. มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย	.510	2. กล้าแสดงความคิดเห็น	.999
3. มีความสามารถในการวิเคราะห์วิจัย	.607	3. มีความขยันอดทนในการทำงาน	.655	3. รับฟังความคิดเห็นและให้ความร่วมมือ	.976
4. มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ	.641	4. มีความสามารถในการบริหารจัดการที่เป็นระบบ	.590	4. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	.542
5. มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ	.901	5. มีความสนใจในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง	.762	5. มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์	.752
6. มีความสามารถในการสื่อสาร	.269	6. มีความสามารถในการแก้ปัญหาและคิดเชิงวิเคราะห์	.409	6. มีความตรงต่อเวลาในการทำงาน	.923
7. มีความรู้รอบตัวทั่วไป	.477	7. มีวิสัยทัศน์ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน	.349	7. มีระเบียบวินัยในการทำงาน	.868
8. มีความสามารถในการนำเสนอ	.787	8. มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน	.456	8. มีการปรับตัวและมนุษยสัมพันธ์ดี	.998
9. มีประสบการณ์ในการทำงาน	.445	9. มีการใช้เวลาในการทำงานให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน	.574	9. มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์	.475
10. มีวุฒิการศึกษาตรงกับงาน	.993	10. มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่	.493	10. ความแข็งแรงและสมบูรณ์ของร่างกาย	.143
		11. คุณภาพของผลงานที่ทำโดยรวม	.699	11. มีบุคลิกภาพดี	.698
				12. มีความภาคภูมิใจต่อองค์กร	.815



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในชั้นเรียนเรื่องการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่เข้าร่วม โครงการสหกิจศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆตามหลักสูตรสาขาการตลาด ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วม โครงการสหกิจศึกษา 2) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วม โครงการสหกิจศึกษา และ 3) ศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

การวิจัยในส่วนของการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆตามหลักสูตรสาขาการตลาด ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูลจากรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการรวม 37 รายในหัวข้อ 1) ความเชื่อมโยงกับสาขาวิชา 2) ความรู้และทักษะที่ยังขาดอยู่ และ 3) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหลักสูตรสาขาการตลาด

การวิจัยในส่วนของการศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) ทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบประเมินการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการรวม 21รายเป็นผู้ตอบคำถามปลายเปิดในเรื่องของจุดเด่นของนักศึกษา และข้อควรปรับปรุงของนักศึกษาที่เข้าฝึกงานรวมทั้งข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

การวิจัยในส่วนของการศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) ทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลจากสถานประกอบการที่รับนักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงานรวม 21 บริษัทโดยมีคำถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1)ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบและสถานประกอบการ 2)ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานที่มีหน้าที่

เกี่ยวข้องกับงานการตลาด และ3)ความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มความต้องการรับบัณฑิต สาขาการตลาดเข้าทำงานในอนาคต ผลการวิจัยได้ข้อสรุปดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆ ตามหลักสูตรสาขาการตลาด ในระหว่างการฝึกปฏิบัติทำงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วม โครงการสหกิจศึกษา

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาได้ประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปตามหลักสูตรสาขาการตลาด ในระหว่างการฝึกปฏิบัติทำงานโดยส่วนใหญ่ได้นำเอาความรู้จากวิชาทักษะการสื่อสารภาษาไทยไปใช้ประโยชน์มากที่สุด รองลงมาใช้ความรู้จากวิชา IL103 สารสนเทศเพื่อการค้นคว้า วิชา GE121 มนุษย์กับการใช้เหตุผล และกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษตามลำดับ

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาได้ประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆในหมวดวิชาแกนตามหลักสูตรสาขาการตลาด ในระหว่างการฝึกปฏิบัติทำงานโดยส่วนใหญ่ใช้ความรู้จากวิชา IT206 สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาได้แก่ MK201 หลักการตลาด วิชาLA202ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ2 วิชาLA202ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ1 และวิชา GM201 องค์การและการจัดการ ตามลำดับ

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาได้ประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆในหมวดวิชาเอกตามหลักสูตรสาขาการตลาด ในระหว่างการฝึกปฏิบัติทำงานโดยส่วนใหญ่ได้ใช้ความรู้จากวิชา MK302พฤติกรรมผู้บริโภค รองลงมาได้แก่ วิชา MK404 ระบบสารสนเทศทางการตลาด วิชา MK312 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ และวิชา MK306 การวิจัยตลาด ตามลำดับ

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาได้ประยุกต์ใช้ความรู้จากวิชาต่างๆในกลุ่มวิชาเลือกตามหลักสูตรสาขาการตลาด ในระหว่างการฝึกปฏิบัติทำงานโดยส่วนใหญ่ได้ใช้ความรู้จากวิชา วิชา MK406 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ รองลงมาได้แก่ วิชา HR304 พฤติกรรมองค์กร และโครงการอบรมสหกิจศึกษา ตามลำดับ

ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาพบว่าความรู้และทักษะที่ตนเองยังบกพร่องและขาดอยู่ส่วนใหญ่ได้แก่ ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ รองลงมาได้แก่ทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐาน และทักษะการสื่อสาร ตามลำดับ และต้องการให้ทางมหาวิทยาลัยมีการปรับปรุงหลักสูตรในเรื่อง การสอนควรเน้นการปฏิบัติจริงมากกว่าทฤษฎี เพิ่มเนื้อหาการเรียน

โปรแกรมสำเร็จรูปให้หลากหลายโปรแกรมมากขึ้น รวมทั้งการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ขั้นสูง เช่น Photoshop และ Illustrator เพิ่มหลักสูตรการพิมพ์ดีดภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีการอบรมภาษาอังกฤษเพิ่มเติม เพิ่มหลักสูตรด้านเทคโนโลยีให้มากขึ้น เพิ่มทักษะด้านการสื่อสารและการวางตัว เพิ่มการใช้ศัพท์ทางด้านการบริหารในการเรียนการสอน และปรับเนื้อหาแต่ละวิชาให้มีความทันสมัยมากขึ้น

ส่วนที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

สถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและรับนักศึกษาเข้าฝึกงานมีความเห็นต่อนักศึกษาที่เข้าฝึกงานในด้านจุดเด่นของนักศึกษาดังนี้

ด้านความรู้ความสามารถ เป็นผู้ที่รู้จักแก้ปัญหาเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้ง่าย สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จ รวดเร็วและถูกต้อง สามารถไว้วางใจให้ทำงานต่างๆ ได้โดยไม่ต้องติดตาม

ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน เป็นผู้มีความขยันในการทำงาน ทำงานได้รวดเร็ว ชอบช่วยเหลือ มีความตั้งใจทำงาน เรียนรู้งานได้เร็ว มีความรับผิดชอบ มาฝึกงานอย่างสม่ำเสมอ กล้าซักถามในสิ่งที่ไม่เข้าใจ ไม่เกียจงาน เชื่อฟังผู้บังคับบัญชา มีความสามารถในการดูแลงานที่ได้รับมอบหมายได้ดี

ด้านบุคลิกภาพ เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีมารยาทดี เรียบร้อย แต่งกายเรียบร้อย สะอาด มีความซื่อสัตย์ สุจริต ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของบริษัท ตรงต่อเวลา อ่อนน้อม ถ่อมตน สุภาพ มีสัมมาคารวะ มีน้ำใจต่อเพื่อนร่วมงาน รู้จักการวางตัวกับผู้อื่น มีทัศนคติที่ดี เป็นที่รักของเพื่อนร่วมงานและพนักงานในองค์กร

สถานประกอบการเห็นว่านักศึกษาควรมีการปรับปรุงในเรื่องต่อไปนี้

ด้านความรู้ความสามารถควรปรับปรุงในเรื่องของทักษะด้านภาษาอังกฤษทั้งการพูด ฟัง อ่าน เขียน รวมทั้งควรเพิ่มทักษะด้านโปรแกรม Microsoft Excel และ Power Point และประสบการณ์เพิ่มเติมด้านการตลาดให้มากขึ้น

ด้านทักษะในการปฏิบัติงานควรปรับปรุงในเรื่องของความละเอียดรอบคอบในการทำงาน นอกจากนี้ยังขาดทักษะในการตัดสินใจ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ขาดทักษะในการสื่อสารถ่ายทอดให้ผู้ร่วมงานเข้าใจ และควรปรับปรุงคุณภาพของงานให้ดีขึ้น ลำดับความสำคัญก่อนหลังของงานที่ทำ การให้ความสำคัญกับเอกสารงาน นอกจากนี้ยังควรปรับปรุงการทำงานที่ยังค่อนข้างล่าช้า ไม่กล้าตัดสินใจ ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน ไม่ค่อยเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

ด้านบุคลิกภาพควรปรับปรุงในเรื่องของการตรงต่อเวลา การควบคุมอารมณ์ การกล้าแสดงออกและกล้าแสดงความคิดเห็น ความมั่นใจในตนเอง ความมีระเบียบวินัย การพูด การสื่อสารกับคนภายในและนอกองค์กร นอกจากนี้ยังควรปรับปรุงในเรื่องของการขาดน้ำใจต่อเพื่อนร่วมงาน การแต่งกายไม่เรียบร้อย และไม่เคารพกฎระเบียบในการทำงานของบริษัท

ส่วนที่ 3 การศึกษาความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

สถานประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในการทำวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่ ดำเนินธุรกิจด้านบริการที่เหลือ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าและทำธุรกิจด้านการค้าในสัดส่วนเท่าๆกันสถานประกอบการเกือบร้อยละ 60.0 มีจำนวนพนักงานในบริษัทมากกว่า 250 คน ซึ่งจัดเป็นธุรกิจขนาดค่อนข้างใหญ่ ในขณะที่มีพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดไม่เกิน 10 คนเป็นส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดของสถานประกอบการส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโทในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดเข้าทำงานในระดับผู้บริหาร สถานประกอบการให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติในเรื่องของการเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ การมีความรู้ด้านการตลาด การมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความรับผิดชอบ มีประสบการณ์ มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีบุคลิกภาพดี และความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ ตามลำดับ

ส่วนการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดเข้าทำงานในระดับปฏิบัติการ สถานประกอบการให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติในเรื่องของการมีความรู้ด้านการตลาด การมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบ มีความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ และมีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง กล้าแสดงความคิดเห็น มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความขยันอดทนในการทำงาน มีบุคลิกภาพดี มีจริยธรรมและความซื่อสัตย์ตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด ในด้านความรู้ความสามารถ ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน และบุคลิกภาพ สรุปได้ดังนี้

ผลการปฏิบัติงานด้านความรู้ความสามารถพบว่ามีความสามารถในระดับที่ดีในเรื่องการสื่อสาร การมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ มีความรู้ความสามารถในระดับค่อนข้างดี

ในเรื่องความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ ความรู้รอบตัวทั่วไป ความสามารถในการนำเสนอ ความรู้และทักษะด้านการตลาด การวิเคราะห์วิจัย มีประสบการณ์ในการทำงาน มีวุฒิการศึกษาที่ตรงกับงาน และมีความรู้ความสามารถระดับปานกลางในด้าน ความรู้ทางภาษาอังกฤษ

ผลการปฏิบัติงานด้านทักษะในการปฏิบัติงานพบว่า มีทักษะในการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีในด้านมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย มีทักษะในการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี ในด้านคุณภาพของผลงานที่ทำโดยรวม ความขยันอดทนในการทำงาน มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่ มีวิสัยทัศน์และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน มีความสามารถในการทำงานด้วยตนเอง มีการใช้เวลาในการทำงานให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน มีความสามารถในการแก้ปัญหาและคิดเชิงวิเคราะห์ และมีทักษะในการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ปานกลางในด้านการมีความสามารถในการบริหารจัดการที่เป็นระบบ

ผลการปฏิบัติงานด้านบุคลิกภาพ พบว่ามีบุคลิกภาพอยู่ในเกณฑ์ดีในด้านมีการปรับตัวและมนุษยสัมพันธ์ดี มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์ มีระเบียบวินัยในการทำงาน มีความรักดีต่อองค์กร รับฟังความคิดเห็นและให้ความร่วมมือ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความตรงต่อเวลาในการทำงาน มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ มีความแข็งแรงและสมบูรณ์ของร่างกาย มีบุคลิกภาพอยู่ในระดับค่อนข้างดีในด้านการมีบุคลิกภาพดี กล้าแสดงความคิดเห็น และมีความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง

สถานประกอบการทุกรายมีความความต้องการบุคลากรสาขาการตลาดเพื่อปฏิบัติงานในฝ่ายการตลาดเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยที่กว่าร้อยละ 70 ต้องการบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี อีกเกือบร้อยละ 40 ต้องการบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาโท และเกือบร้อยละ 15 ต้องการบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

นอกจากนี้สถานประกอบการยังมีความเห็นว่าคุณสมบัติของบุคลากรสาขาการตลาดอันพึงประสงค์นั้นควรมีความสามารถในการนำเอาความรู้สมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในงาน มีความสามารถทางการตลาดด้าน Social Network มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีทักษะด้านการนำเสนอ มีความกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบและมีความตั้งใจในการทำงาน มีการพัฒนาตนเองตลอดเวลา และมีจริยธรรมควบคู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานความเกี่ยวข้องกันระหว่างประเภทธุรกิจกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดทั้งในระดับผู้บริหารการตลาด และในระดับพนักงานปฏิบัติการรวม 10 อันดับ ประเภทธุรกิจ 3 ประเภทที่ทำวิจัยได้แก่ธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมการผลิต ประเภทธุรกิจบริการ และประเภทธุรกิจการค้า ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi Square Test) ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่าประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับผู้บริหารการตลาด และระดับพนักงานปฏิบัติการด้านการตลาดไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาดในแต่ละเกณฑ์ที่แตกต่างกันโดยใช้ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานด้านการตลาดในแต่ละเกณฑ์ได้แก่ด้านความรู้ความสามารถ ด้านการปฏิบัติงาน และด้านบุคลิกภาพ เปรียบเทียบตามประเภทธุรกิจ 3 ประเภทที่ทำวิจัยได้แก่ธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมการผลิต ประเภทธุรกิจบริการ และประเภทธุรกิจการค้า ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติANOVA ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่าประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาดในด้านความรู้ความสามารถ ในด้านการปฏิบัติงาน หรือในด้านบุคลิกภาพ เฉลี่ยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาบูรณาการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับโครงการสหกิจศึกษา เพื่อให้นักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษารุ่นต่อไปมีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่รับนักศึกษาเข้าฝึกงานและตลาดแรงงานในอนาคต โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากผลการวิจัยในส่วนของ

- 1) คุณสมบัติอันพึงประสงค์ของพนักงานด้านการตลาดอันเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการ
- 2) ข้อบกพร่องของบุคลากรด้านการตลาดที่ควรปรับปรุง
- 3) แนวโน้มความต้องการบุคลากรด้านการตลาดในอนาคตของสถานประกอบการ
- 4) ข้อบกพร่องของนักศึกษาที่พบในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา และ
- 5) ผลของการทดสอบสมมติฐานซึ่งพบว่าประเภทรูทกิจมีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานด้านการตลาดในระดับผู้บริหารการตลาดและพนักงานการตลาดในระดับปฏิบัติการทั้ง 10 อันดับ อย่างไม่มีนัยสำคัญ รวมทั้งประเภทรูทกิจที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาดเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจเฉลี่ยในด้านความรู้ความสามารถ ในด้านการปฏิบัติงาน หรือในด้านบุคลิกภาพ ซึ่งผลวิจัยในแต่ละส่วนข้างต้นสามารถนำมาบูรณาการเพื่อเชื่อมโยงไปสู่การปรับปรุงวิชาความรู้และทักษะที่ต้องพัฒนาบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการต่อไปในอนาคตโดยไม่เจาะจงประเภทรูทกิจใดรูทกิจหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งได้ข้อสรุปดังนี้

1. ด้านความรู้ความสามารถ

พนักงานด้านการตลาดอันเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการควรมีความรู้ความสามารถที่สำคัญคือ

1. ความรู้ความสามารถด้านการตลาด การขาย ความรู้รอบตัว และวุฒิการศึกษาที่ตรงกับการทำงาน
2. ความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษทั้งการฟัง อ่าน พูด และเขียน
3. ความรู้ความสามารถในการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น Social Network คอมพิวเตอร์พื้นฐานเช่น Microsoft Office และขั้นสูง
4. มีความคิดสร้างสรรค์
5. มีวิสัยทัศน์
6. มีความสามารถและทักษะในการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารภาษาไทย การถ่ายทอดงานให้ผู้อื่นเข้าใจ

	คุณสมบัตินี้ต้องการ	ผลประโยชน์พนักงาน	ผลการประเมินนักศึกษาฝึกงาน	ข้อบกพร่องขอ
--	---------------------	-------------------	----------------------------	--------------

1. ด้านความรู้ความสามารถ มีความรู้และทักษะเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ ความรู้และทักษะด้านการตลาด ความรู้รอบตัวทั่วไป คุณภาพของผลงานที่ทำโดยรวม ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ ความสามารถในการสื่อสาร มีความสามารถทางการตลาดด้านSocial Network มีวุฒิการศึกษาที่ตรงกับงาน	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	✓ ดี ✓ ก่อนข้างดี ✓ ก่อนข้างดี ✓ ก่อนข้างดี ✓ ปานกลาง ✓ ก่อนข้างดี ✓ ก่อนข้างดี ✓ ดี ✓ ก่อนข้างดี	 ✓ ภาษาอังกฤษ ฟัง พูด อ่าน เขียน ✓ โปรแกรมMicrosoft office ✓ การถ่ายทอดงานให้ผู้อื่นเข้าใจ	✓ ทักษะทางบัญชี ✓ ทักษะด้านการตลาด ✓ ทักษะการใช้อุปกรณ์ ✓ ทักษะในเชิงปฏิบัติ ✓ ทักษะด้านภาษาอังกฤษ ✓ คอมพิวเตอร์พื้นฐาน ✓ ทักษะการสื่อสาร
2. ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน ใช้เวลาในการทำงานให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน มีความตรงต่อเวลาในการทำงาน มีระเบียบวินัยในการทำงาน ความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ ความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์วิจัย มีความสามารถในการแก้ปัญหาและคิดเชิงวิเคราะห์ ประสบการณ์ในการทำงาน มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง มีความสามารถในการทำงานด้วยตนเอง ความสามารถในการบริหารจัดการที่เป็นระบบ มีความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง กล้าแสดงความคิดเห็น รับฟังความคิดเห็นและให้ความร่วมมือ	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ <			

สถานประกอบการเห็นว่าคุณสมบัติด้านความรู้ความสามารถของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดในปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ค่อนข้างดีและดี เท่านั้นยังไม่ถึงระดับดีมาก และในส่วนของนักศึกษาที่เข้าฝึกงานในสถานประกอบการเองก็ยังพบจุดด้อยในหลายคุณสมบัติข้างต้น ดังนั้นในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับโครงการสหกิจศึกษา เพื่อให้ให้นักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษารุ่นต่อไป และบัณฑิตสาขาการตลาดมีคุณสมบัติด้านความรู้ความสามารถสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการจึงควรมีการปรับปรุงรายวิชาต่างๆดังนี้

เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการตลาด การขาย ความรู้รอบตัว การมีวิสัยทัศน์และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ของนักศึกษาสหกิจศึกษาและบัณฑิตสาขาการตลาด จึงควรมีการปรับปรุงรายวิชาในกลุ่มวิชาเอกซึ่งเป็นพื้นฐานความรู้ความสามารถ และทักษะด้านการตลาดที่สำคัญของนักศึกษา โดยเน้นให้เนื้อหาของแต่ละรายวิชามีความทันสมัยมากขึ้น และเน้นการฝึกปฏิบัติเพื่อเพิ่มทักษะให้มากขึ้น

เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษซึ่งพบว่าเป็นจุดด้อยที่สำคัญของนักศึกษาสหกิจศึกษาและบัณฑิตสาขาการตลาด รวมทั้งพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการตลาดในปัจจุบันของสถานประกอบการ จึงควรมีการปรับปรุงรายวิชาในกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษทั้งในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และวิชาแกนโดยเน้นการเพิ่มความรู้ในเชิงทฤษฎี และเพิ่มทักษะทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน ให้มากขึ้น รวมทั้งมีการปรับปรุงหลักสูตรด้านการตลาดโดยเพิ่มรายวิชาที่เน้นการฝึกทักษะทางด้านภาษาอังกฤษมากขึ้นซึ่งได้แก่ วิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถในการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น Social Network คอมพิวเตอร์พื้นฐานเช่น Microsoft Office และคอมพิวเตอร์ขั้นสูง ของนักศึกษาสหกิจศึกษา และบัณฑิตสาขาการตลาด จึงควรมีการปรับปรุงรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถและทักษะข้างต้น ซึ่งได้แก่วิชา MK404 ระบบสารสนเทศทางการตลาด วิชา MK328 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งสนับสนุนให้นักศึกษาเลือกเรียนวิชาเลือกที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องได้แก่วิชา IT201 คอมพิวเตอร์เบื้องต้น IT206 สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ และ IT207 ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งจัดโครงการอบรมพิเศษทางด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆเป็นต้น

เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถและทักษะในการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารภาษาไทย และการถ่ายทอดงานให้ผู้อื่นเข้าใจของนักศึกษาสหกิจศึกษาและบัณฑิตสาขาการตลาด จึงควรมีการปรับปรุงรายวิชา TH103 ทักษะการสื่อสารภาษาไทย โดยเน้นทักษะการใช้ภาษาไทยที่ถูกต้องในด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน การพิมพ์งาน การจดบันทึก การร่างเอกสาร และการทำรายงาน เป็นต้น



ตารางที่ 5.2 รายวิชาที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อให้ศึกษามีคุณสมบัติด้านความรู้ความสามารถสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

คุณสมบัติด้านความรู้ความสามารถ ที่สถานประกอบการต้องการ	รายวิชาที่ควรมีการปรับปรุง
1. ความรู้ความสามารถด้านการตลาด การขาย ความรู้รอบตัว และวุฒิการศึกษาที่ตรงกับงาน	วิชาMA103คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน วิชาMK201หลักการตลาด วิชาMK301การจัดการการตลาด วิชาMK302พฤติกรรมผู้บริโภค วิชาMK306การวิจัยตลาด วิชาMK311การตลาดระดับโลก วิชาMK312การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ วิชาMK314การตลาดระหว่างธุรกิจ
2. การมีวิสัยทัศน์และมีความคิดสร้างสรรค์	วิชาMK324การจัดการการขาย วิชาMK401การสัมมนาการตลาด วิชาMK402การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า วิชาMK403การจัดการการกระจายสินค้า วิชาMK405การค้าสมัยใหม่
3. ความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษทั้งการฟัง อ่านพูดและ เขียน	LA010ภาษาอังกฤษปรับพื้นฐาน LA101ภาษาอังกฤษ 1 LA102ภาษาอังกฤษ 2 LA201ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ 1 LA202ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ 2
4. ความรู้ความสามารถในการประยุกต์ใช้ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น Social Networkคอมพิวเตอร์พื้นฐานเช่น Microsoft Office และขั้นสูง	IL103สารสนเทศเพื่อการค้นคว้า MK404ระบบสารสนเทศทางการตลาด MK328การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ IT206สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ IT207ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
5. มีความสามารถและทักษะในการสื่อสาร การถ่ายทอดงานให้ผู้อื่นเข้าใจ โดยเฉพาะการ สื่อสารภาษาไทย	TH103ทักษะการสื่อสารภาษาไทย

2.ด้านทักษะการปฏิบัติงาน

พนักงานด้านการตลาดอันเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการควรมีทักษะการปฏิบัติงานที่สำคัญคือ

1. มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย โดยใช้ทรัพยากรและเวลาให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน มีความละเอียดรอบคอบ
2. มีความสามารถในการบริหารจัดการที่เป็นระบบ การเรียนรู้งานใหม่ๆ การทำงานด้วยตนเอง การพัฒนาตนเอง และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
3. มีระเบียบวินัยในการทำงาน การตรงต่อเวลา
4. มีความเป็นผู้นำ เชื่อมมั่นในตนเอง กล้าแสดงความคิดเห็น กล้าตัดสินใจ รับฟังความคิดเห็น และให้ความร่วมมือ
5. มีความสามารถในการแก้ปัญหา การคิดเชิงวิเคราะห์ การนำเสนอ และการวิจัย
6. มีประสบการณ์ในการทำงาน

สถานประกอบการเห็นว่าคุณสมบัติด้านทักษะการปฏิบัติงานข้างต้นของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดในปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ก่อนข้างดี และดีเท่านั้นยังไม่ถึงระดับดีมาก และในส่วนของนักศึกษาที่เข้าฝึกงานในสถานประกอบการเองก็ยังพบจุดด้อยในหลายคุณสมบัติข้างต้น ดังนั้นในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับโครงการสหกิจศึกษา เพื่อให้นักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษารุ่นต่อไป และบัณฑิตสาขาการตลาด มีคุณสมบัติด้านทักษะการปฏิบัติงานสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการจึงควรมีการปรับปรุงรายวิชาต่างๆดังนี้

การพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานในด้านการมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย การใช้ทรัพยากรและเวลาให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน การมีความละเอียดรอบคอบ มีการเรียนรู้งานใหม่ๆ การทำงานด้วยตนเอง การพัฒนาตนเอง การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การมีระเบียบวินัยในการทำงาน การตรงต่อเวลา มีความเป็นผู้นำ และเชื่อมั่นในตนเอง กล้าแสดงความคิดเห็น กล้าตัดสินใจ รับฟังความคิดเห็น และการให้ความร่วมมือ และที่สำคัญคือการบริหารจัดการที่เป็นระบบ เพื่อให้ นักศึกษาสหกิจศึกษา และบัณฑิตสาขาการตลาด มีทักษะดังกล่าวข้างต้นเพิ่มมากขึ้นจึงควรมีการปรับปรุงการเรียนการสอนของแต่ละรายวิชาที่มีการฝึกปฏิบัติการทำรายงานด้วยตนเอง การทำรายงานกลุ่ม การรายงานหน้าชั้นเรียน รวมทั้งรายวิชาที่มีการฝึกภาคปฏิบัติจริง เพื่อให้นักศึกษาได้รับการฝึกทักษะดังกล่าวข้างต้นในทางอ้อมจากการปฏิบัติงานจริงโดยผ่านกระบวนการทำรายงาน และการฝึกภาคปฏิบัติจริง ซึ่งได้แก่วิชาในกลุ่มวิชาเอกทุกวิชา วิชาBA204การวิจัยธุรกิจ

และวิชาBA102การวิเคราะห์และการทำแผนธุรกิจ รวมทั้งมีการปรับปรุงหลักสูตรด้านการตลาด โดยเพิ่มรายวิชาที่เน้นการฝึกทักษะข้างต้น ได้แก่ วิชาการวางแผนการตลาด โดยอาจารย์ผู้สอนควร เน้นให้นักศึกษาเห็นความสำคัญของทักษะข้างต้น และควรมีการปรับปรุงระบบการประเมินผล เพื่อให้สามารถวัดผลการพัฒนาทักษะข้างต้นเป็นรายบุคคลได้อย่างชัดเจน

เพื่อพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานในด้านการมีความสามารถในการแก้ปัญหา การคิดเชิง วิเคราะห์ การนำเสนอ และการวิจัยของนักศึกษาสหกิจศึกษา และบัณฑิตสาขาการตลาด จึงควรมี การปรับปรุงวิชาMK306 การวิจัยตลาด วิชาMK401การสัมมนาการตลาด และวิชาMK404ระบบ สารสนเทศทางการตลาด รวมทั้งมีการปรับปรุงหลักสูตรด้านการตลาดโดยเพิ่มรายวิชาที่เน้นการฝึก ทักษะข้างต้น ได้แก่ วิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ และวิชาการวางแผนการตลาด วิชา ดังกล่าวข้างต้นเป็นวิชาที่เน้นให้นักศึกษารู้จักคิดเชิงวิเคราะห์ รู้จักการแก้ปัญหา และมีทักษะในการ นำเสนอ โดยอาจารย์ผู้สอนควรเน้นให้นักศึกษาเห็นความสำคัญของทักษะข้างต้น และควรมีการ ปรับปรุงระบบการประเมินผลเพื่อให้สามารถวัดผลการพัฒนาทักษะข้างต้นเป็นรายบุคคลได้อย่าง ชัดเจน

เพื่อพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานในด้านประสบการณ์ในการทำงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา และบัณฑิตสาขาการตลาด จึงควรมีการปรับปรุงวิชาBA204การวิจัยธุรกิจ วิชาBA102การวิเคราะห์ และการทำแผนธุรกิจ วิชาMK407การฝึกปฏิบัติงานด้านการขาย วิชาMK306การวิจัยตลาด และ โครงการสหกิจศึกษา ซึ่งวิชาดังกล่าวข้างต้นเป็นวิชาที่เน้นการปฏิบัติจริง โดยอาจารย์ผู้สอนควร เน้นให้นักศึกษาเห็นความสำคัญของทักษะข้างต้น ซึ่งจะช่วยให้ศึกษามีประสบการณ์จริงในการ ทำงานด้านการขายและการตลาดเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 5.3 รายวิชาที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อให้ นักศึกษามีคุณสมบัติด้านทักษะการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

คุณสมบัติด้านทักษะการปฏิบัติงาน ที่สถานประกอบการต้องการ	รายวิชาที่ควรมีการปรับปรุง
1. มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ใช้ทรัพยากรและเวลาให้เกิดประโยชน์กับ หน่วยงาน มีความละเอียดรอบคอบ 2. มีความสามารถในการบริหารจัดการที่เป็น ระบบ การเรียนรู้งานใหม่ๆ การทำงานด้วย ตนเอง การพัฒนาตนเอง และการแก้ปัญหา เฉพาะหน้า 3. มีระเบียบวินัยในการทำงาน การตรงต่อเวลา 4. มีความเป็นผู้นำ เชื่อมมั่นในตนเอง กล้าแสดงความคิดเห็น กล้าตัดสินใจ รับฟังความคิดเห็น และให้ความร่วมมือ	รายวิชาที่มีการทำรายงานและฝึกปฏิบัติงานจริงได้แก่ วิชาMK201หลักการตลาด วิชาMK301การจัดการการตลาด วิชาMK302พฤติกรรมผู้บริโภค วิชาMK306การวิจัยตลาด วิชาMK311การตลาดระดับโลก วิชาMK312การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ วิชาMK314การตลาดระหว่างธุรกิจ วิชาMK324การจัดการการขาย วิชาMK401การสัมมนาการตลาด วิชาMK402การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า วิชาMK403การจัดการการกระจายสินค้า วิชาMK404ระบบสารสนเทศทางการตลาด วิชาMK405การค้าสมัยใหม่ วิชาMK407การฝึกปฏิบัติงานด้านการขาย วิชาMK306การวิจัยตลาด วิชาBA204การวิจัยธุรกิจ วิชาBA102การวิเคราะห์และการทำแผนธุรกิจ
5. มีความสามารถในการแก้ปัญหา การคิดเชิงวิเคราะห์ การนำเสนอ และการวิจัย	วิชาM306การวิจัยตลาด วิชาMK401การสัมมนาการตลาด วิชาMK404ระบบสารสนเทศทางการตลาด
6. มีประสบการณ์ในการทำงาน	รายวิชาที่มีการฝึกปฏิบัติงานจริงได้แก่ วิชาBA204การวิจัยธุรกิจ วิชาBA102การวิเคราะห์และการทำแผนธุรกิจ วิชาMK407การฝึกปฏิบัติงานด้านการขาย วิชาMK306การวิจัยตลาด โครงการสหกิจศึกษา

3.ด้านบุคลิกภาพ

พนักงานด้านการตลาดอันเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการควรมีบุคลิกภาพที่สำคัญคือ

- 1.มีมนุษยสัมพันธ์ดี มารยาทดี รู้จักวางตัว มีน้ำใจต่อเพื่อนร่วมงาน รู้จักปรับตัวให้เข้ากับองค์กร รู้จักควบคุมอารมณ์
- 2.มีความตั้งใจในการทำงาน ขยัน อดทน กระตือรือร้น รักดีต่อองค์กร
- 3.มีบุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อย
- 4.มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์ควบคู่กับเทคโนโลยีใหม่ๆ
- 5.มีความแข็งแรงสมบูรณ์ของร่างกาย และพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่

สถานประกอบการเห็นว่าคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพข้างต้นของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดในปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี และค่อนข้างดี เท่านั้นยังไม่ถึงระดับดีมาก ในส่วนของนักศึกษาที่เข้าฝึกงานในสถานประกอบการเองก็ยังพบจุดด้อยในหลายคุณสมบัติข้างต้น ดังนั้นในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับโครงการสหกิจศึกษา เพื่อให้ นักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษารุ่นต่อไป และบัณฑิตสาขาการตลาดมีคุณสมบัติด้านทักษะการปฏิบัติงานสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการจึงควรมีการปรับปรุงรายวิชาต่างๆ ดังนี้

เพื่อพัฒนาด้านบุคลิกภาพตามคุณสมบัติข้างต้นของนักศึกษาสหกิจศึกษา และบัณฑิตสาขาการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ จึงควรมีการปรับปรุงเนื้อหาของโครงการอบรมการพัฒนาบุคลิกภาพโดยเน้นอบรมเรื่องของบุคลิกภาพ มารยาท การวางตัว เทคนิคการปรับตัวให้เข้ากับองค์กร การควบคุมอารมณ์ การแต่งกายที่เรียบร้อย ปลูกฝังในเรื่องของความขยัน อดทน กระตือรือร้น ความตั้งใจในการทำงาน ความมีจริยธรรมและความซื่อสัตย์ ความรักดีต่อองค์กร และความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่ เพื่อให้ นักศึกษามีการพัฒนาด้านบุคลิกภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการมากขึ้น นอกจากนี้ในรายวิชาที่มีการทำรายงานและฝึกปฏิบัติจริงอาจารย์ผู้สอนควรเน้นให้นักศึกษาเห็นความสำคัญของทักษะข้างต้น และควรมีการปรับปรุงระบบการประเมินผลเพื่อให้สามารถวัดผลการพัฒนาทักษะข้างต้นเป็นรายบุคคลได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 5.4 รายวิชาที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษามีคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ ที่สถานประกอบการต้องการ	รายวิชาที่ควรมีการปรับปรุง
1.มีมนุษยสัมพันธ์ดี มารยาทดี รู้จักวางตัว มี น้ำใจต่อเพื่อนร่วมงาน รู้จักปรับตัวให้เข้ากับ องค์กร รู้จักควบคุมอารมณ์	โครงการอบรมการพัฒนาบุคลิกภาพ
2.มีความตั้งใจในการทำงาน ขยัน อดทน กระตือรือร้น รักดีต่อองค์กร	
3.มีบุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อย	
4.มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์ควบคู่กับ เทคโนโลยีใหม่ๆ	
5.มีความแข็งแรงสมบูรณ์ของร่างกาย และ พร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่	

ข้อเสนอแนะ

1.ควรมีการทำวิจัยโครงการสหกิจศึกษาในสาขาอื่นๆของคณะหรือมหาวิทยาลัย โดยใช้
งานวิจัยชิ้นนี้เป็นแนวทาง เพื่อใช้ประโยชน์จากผลวิจัยในการพัฒนาบัณฑิตของแต่ละสาขาให้
สอดคล้องกับความต้องการบัณฑิตของสถานประกอบการต่อไปในอนาคต

2.ควรประสานความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการกับสถาบันการศึกษาเพื่อคอย
ติดตามพัฒนาการทางทักษะในด้านต่างๆ ของนักศึกษาสหกิจศึกษาในแต่ละรุ่นอย่างต่อเนื่อง
ภายหลังจากการนำผลวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงหลักสูตร ปรับปรุงการเรียนการสอน และเนื้อหา
แต่ละรายวิชาที่สำคัญ

3.ในการเลือกสถานประกอบการให้นักศึกษาควรประสานงานกับสถานประกอบการ
เพื่อให้แน่ใจว่านักศึกษาได้ฝึกงานที่มีลักษณะงานตรงตามสาขาวิชาที่ได้เรียนมา เพื่อให้ผลการวิจัย
มีความแม่นยำมากขึ้น

บรรณานุกรม

ทบวงมหาวิทยาลัย.(2546). **สหกิจศึกษา: ใครได้อะไร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักกิจการ

สถาบันอุดมศึกษาเอกชนทบวงมหาวิทยาลัย (เอกสารอัดสำเนา).

ธานินทร์ ศิลป์จารุ.(2549).**การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS**,พิมพ์ครั้งที่ 5.กรุงเทพ.

ธวัชชัย ทิมชุมเหิธร และคณะ. (2543). **ผลการดำเนินงานโครงการสหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ**

**ในหลักสูตร ระดับปริญญาตรี ระยะที่ 2. (วิจัย) นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
สุรนารี.**

นิพนธ์ คันทะวี.(2525).**มนุษย์สัมพันธ์เพื่อการพัฒนา**. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย

เกษตรศาสตร์.2525.

นฤมล ชินวุฒิโรจน์ และคณะ.(2553).**มุมมองของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาคณะ**

วิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ที่เรียนสหกิจศึกษา ในปีการศึกษา 2553.(วิจัย). คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรม

ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์นนทบุรี.

นิรนุช ภาชนะทิพย์ และคณะ. (2547). **การติดตามผลการเข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาของนิสิต**

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.(วิจัย) .มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิภา นิธยาชน. (2530). **การปรับตัวและบุคลิกภาพ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

พรพิมล วิกรัยพัฒน์ และชูเกียรติ ศิริวงศ์. (2553). **ความรู้ความเข้าใจและความต้องการความ**

ร่วมมือด้านสหกิจศึกษาของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว.(วิจัย). สาขาวิชาการ

ท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ภาคพายัพ เชียงใหม่

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, ระเบียบการและหลักสูตรระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2551.

ยุวดี ภู่อาลี.(2547). **วิวัฒนาการและแนวโน้มของศาสตร์การตลาดและการประยุกต์ใช้ศาสตร์**

การตลาดของธุรกิจ ในประเทศไทย. (วิจัย) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

วิจิตร อวະกุล(2528).**เทคนิคมนุษย์สัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 4 .กรุงเทพฯ : อ.อิทธิพล

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2544). แนวทางการปฏิรูปการศึกษาระดับอุดมศึกษา

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด

วี.ที.ซี.คอมมิวนิเคชั่น.

เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล. (2553). การประเมินผลโครงการสหกิจศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์.(วิจัย).

สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์.

อารี เพชรผุด (2530) .มนุษย์สัมพันธ์ในการทำงาน กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

David ,Keith(1967).**Human Relation at Work**.3rd ed.New York:Mc Graw -Hill Book Company

Dubrin, Andrew J.(1981).**Personnel and human resource management**,Van Nostrand (New York)

Flippo,E.B.(1969).**Management :A Behavioral Approach**,Boston:Allyn and Bacon.

Hornby, A. F. (2000). **Advance learner's dictionary (6th ed.)**. London, England: Oxford University.

Hoyer, W. D. & Macinnis, D. J. (1997). **Consumer Behavior**. Boston : Houghton Mifflin.

Mowen, J. C. & Minor, M. (1998). **Consumer Behavior**. (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Maslow,A.H. (1970). **Mativation and personanlity**. New York: Harper & Row Publishers

Sak Onkvisit, John J. Shaw (1994).**Consumer Behavior: Strategy and Analysis**.Macmillan College Publishing Company

Schermehorn,J. (1984). **Management For Productivity**. New York: John Wiley & Sons.

The Loudon, D.L. and Della Bitta, A.J. (1993) **Consumer Behaviour**, 4th Edition, USA: McGraw –Hill

Wolman, B. B. (1973). **Dictionary of behavioral science (1st ed.)**. New York: Van Norstrand.

บรรณานุกรมเว็บไซต์

คณะกรรมการการอุดมศึกษา.ข้อมูลสหกิจศึกษา.[ออนไลน์]. <http://www.mua.go.th/users/bphe/cooperative/>.

ความหมายมนุษย์สัมพันธ์.[ออนไลน์] <http://www.learners.in.th/blogs/posts/376728>

ความรู้พื้นฐานของมนุษย์สัมพันธ์.[ออนไลน์] <http://www.scribd.com/doc/17520691/>

เฉลิมขวัญ คุรุทนายงศ์. การติดตามผลสัมฤทธิ์โครงการสหกิจศึกษาเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลาง
ตอนบนมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น. (วิจัย). [ออนไลน์]. http://www.stjohn.ac.th/departement/university2007/research_new/pdf. (27 พฤศจิกายน 2552).

ชลลดา มงคลวนิช และเขาวรรณ เลิศกุลธานนท์.(2551).ความพึงพอใจของสถานประกอบการต่อ
คุณลักษณะของนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย,ภาควิชาการ
โรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสยาม: Cultural Approach Journal, No.16
Vol.2/2008 .[ออนไลน์]. <http://hotel.siam.edu/abstract/abstract3.pdf>.

เทคนิคการสร้างทีมงานที่ดี.[ออนไลน์].<http://www.jobs.i-kool.com/humanresource/>

ทฤษฎีบุคลิกภาพ.[ออนไลน์]. mkpayap.payap.ac.th/course/mk210/f4.1.htm

ทฤษฎีบุคลิกภาพ.[ออนไลน์].John C.Mowen and Michael Minor, Consumer Behavior, 5th (Upper
Saddle River, N.J. : <http://mkpayap.payap.ac.th/course/mk210/f4.1.htm>

เขาวพา ณ นคร และ รศ.ศักดิ์ชัย ทิธีศรี. (2554). การสำรวจความต้องการของสถานประกอบการ
ต่อการฝึกงานในระบบสหกิจศึกษาของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา.[ออนไลน์].bba.rmuts.ac.th/fba/index.php/.
(สิงหาคม 2554).

ทฤษฎีความพึงพอใจ.[ออนไลน์]. สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
<http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=3612.0>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสำรวจความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการ

ภาคผนวก ข แบบประเมินการปฏิบัติงานนักศึกษาสหกิจศึกษา (เฉพาะในหัวข้อที่ 5)

ภาคผนวก ค รายชื่อบริษัทที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและรับนักศึกษาเข้าฝึก

ปฏิบัติงานของภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจ

บัณฑิตย ประจำปีภาค 2 /2553

ภาคผนวก ง ตารางผลลัพธ์การทดสอบสมมติฐาน

ภาคผนวก จ ประวัติผู้วิจัย

ภาคผนวก ก.

แบบสำรวจความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการ

แทรกแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข.

แบบประเมินการปฏิบัติงานนักศึกษาสหกิจศึกษา

ภาคผนวก ค

รายชื่อบริษัทที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและรับนักศึกษา
เข้าฝึกปฏิบัติงานของภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ประจำปีภาค 2 /2553

ภาคผนวก ง

ตารางผลลัพธ์การทดสอบสมมติฐาน

ภาคผนวก จ

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล

นางสมศิริ วัฒนสิน

ตำแหน่ง

อาจารย์ประจำ ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

การศึกษา

วิทยาศาสตร์บัณฑิต (ชีววิทยา) มหาวิทยาลัยศิลปากร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผลงานวิชาการ

- งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของชาวกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พ.ศ. 2547
- เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด พ.ศ. 2546 -2553
- เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์และการทำงานธุรกิจ พ.ศ. 2548 -2553

ประสบการณ์

การสอน

สอนในสาขาวิชาการตลาด (2541- ปัจจุบัน) ในวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การจัดการการตลาด หลักการตลาด การจัดการการขาย การฝึกปฏิบัติงานด้านธุรกิจและการวิเคราะห์และการทำงานธุรกิจ

การทำงาน

- ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ บริษัท แอสต้า เมดิค้า ประเทศไทย จำกัด (2531-2540)
- ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ บริษัท แปซิฟิก เฮลท์แคร์ ประเทศไทย จำกัด (2528-2531)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล นางสาวยุวดี ภู่อำลึ

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

การศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจ-การเงิน) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ-การตลาด) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

- ผลงานวิชาการ
1. ได้รับทุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตในการทำวิจัย เรื่องการศึกษาพฤติกรรมและแนวโน้มการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2553
 2. งานวิจัยเรื่อง การศึกษานโยบายส่งเสริมการอ่านของไทย : เปรียบเทียบกับต่างประเทศ โดยคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรกฎาคม 2552
 3. บทความวิชาการเรื่องการปรับตัวหลักสูตรสาขาการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มของศาสตร์การตลาดในหลักสูตรปริญญาตรีและความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของผู้ประกอบการ,วารสาร สออ. ประเทศไทย ,พ.ศ. 2551
 4. งานวิจัยเรื่อง โครงการตลาดหนังสือเด็ก, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ วิจัยโดยคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พฤษภาคม 2551
 5. บทความวิชาการเรื่องระบบสารสนเทศทางการตลาดเครื่องมือสำคัญของการตลาดยุคปัจจุบัน,การประชุมวิชาการการบริหารและการจัดการ , มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พ.ศ. 2550
 6. งานวิจัยเรื่อง โครงการความเป็นไปได้ในการกำหนดขอบเขตสภาพการจ้างงาน ที่เกี่ยวกับการเงินสำหรับรัฐวิสาหกิจแต่ละแห่งที่ดำเนินการเองและแนวทางการ พัฒนา พรบ. แรงงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ พ.ศ. 2543 กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน วิจัยโดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กันยายน 2548

7. งานวิจัยเรื่อง โครงการแนวทางการบริหารแรงงานสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจโดยผู้บริหารสูงสุด ที่มาจากการจ้าง , กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน วิจัยโดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กันยายน 2548
8. งานวิจัยเรื่อง วิวัฒนาการและแนวโน้มของศาสตร์การตลาดและการประยุกต์ใช้ศาสตร์ การตลาดของธุรกิจในประเทศไทย , การประชุมวิชาการ การบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พ.ศ. 2548
9. เอกสารคำสอนการพยากรณ์ทางการตลาดและการวางแผนการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ,พ.ศ.2545-2548

ประสบการณ์ การสอน

สอนวิชาในสาขาการตลาด (พ.ศ. 2541-ปัจจุบัน)ในวิชา ระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยธุรกิจ การวิจัยตลาด และการวิจัยและวิเคราะห์งานสื่อสารการตลาด

การทำงาน

1. ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรมการตลาดพิเศษ บริษัท เน็กซ์เอนด์ทริปเลท แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด (2538-2539)
2. ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บริษัท รัตนการเคหะ จำกัด (มหาชน) (2537-2538)
3. ผู้จัดการฝ่ายวิเคราะห์และวางแผน บริษัทเอสทีซี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (2532-2537)
4. นักวิจัยอาวุโส บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์นครหลวงเครดิต จำกัด (2531-2532)
5. ผู้จัดการฝ่ายวิจัย บริษัท ซีเอสเอ็น แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด (2530-2531)

แบบสำรวจความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการ

แบบสำรวจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการบุคลากรด้านการตลาดของสถานประกอบการ โดยมีประเด็นคำถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบและสถานประกอบการ ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มความต้องการรับบัณฑิตสาขาการตลาดเข้าทำงานในอนาคต คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนทางสาขาการตลาดในระดับอุดมศึกษา รวมทั้งพัฒนาบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานต่อไปในอนาคต

ทางคณะทำงานขอขอบพระคุณที่ท่านได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสำรวจฉบับนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบและสถานประกอบการ

1. ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม (ชื่อ – สกุล) ตำแหน่ง
2. อายุ ☐ 1. ไม่เกิน 25 ปี ☐ 2. 26 - 30 ปี ☐ 3. 31 – 35 ปี ☐ 4. 36 - 40 ปี
☐ 5. 41 – 45 ปี ☐ 6. 46 – 50 ปี ☐ 7. มากกว่า 50 ปี
3. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
4. การศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี ☐ 4. อื่นๆ
5. อายุงาน ☐ 1. ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 2. 1-3 ปี ☐ 3. 4-6 ปี ☐ 4. 7-9 ปี
☐ 5. 10ปีขึ้นไป
6. ชื่อสถานประกอบการ
7. ประเภทธุรกิจ ☐ 1. อุตสาหกรรมการผลิต ☐ 2. บริการ ☐ 3. การค้า ☐ 4. อื่นๆ (ระบุ).....
8. ผลิตภัณฑ์หรือบริการหลัก
9. จำนวนพนักงานของบริษัทรวมทั้งสิ้นกี่คน
☐ 1. ไม่เกิน 10 คน ☐ 2. 11 - 50 คน ☐ 3. 51 – 100 คน ☐ 4. 101 - 150 คน
☐ 5. 151 – 200 คน ☐ 6. 201 – 250 คน ☐ 7. มากกว่า 250 คน

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

10. จำนวนพนักงานในฝ่ายการตลาด/ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
☐ 1. ไม่เกิน 10 คน ☐ 2. 11 - 20 คน ☐ 3. 21 – 30 คน ☐ 4. 31 - 40 คน
☐ 5. 41 – 50 คน ☐ 6. 51 – 60 คน ☐ 7. มากกว่า 60 คน
11. ระดับการศึกษาของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดที่มีอยู่ภายในบริษัทปัจจุบันเรียงตามลำดับจำนวนพนักงานในแต่ละระดับการศึกษามากที่สุด 3 อันดับแรก
 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี อันดับที่.....
 2) ปริญญาตรี อันดับที่.....
 3) ปริญญาโท อันดับที่.....
 4) ปริญญาเอก อันดับที่.....

12.เกณฑ์สำคัญที่ใช้พิจารณาในการคัดเลือกพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดในปัจจุบัน
 กรุณาเรียงตามลำดับ 10 อันดับแรก โดยใส่เลขอันดับในข้อที่เลือก

เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือก	ระดับของพนักงาน	
	ผู้บริหารการตลาด	พนักงานระดับปฏิบัติการ
1. มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ(เช่นอังกฤษ จีน)		
2. มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ		
3. มีความรู้ทางด้านการตลาด		
4. มีความรู้รอบตัว		
5. มีความสามารถในการวิเคราะห์และนำเสนอ		
6. เป็นผู้วิสัยทัศน์		
7. มีความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง		
8. กล้าแสดงความคิดเห็น		
9. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์		
10. มีมนุษยสัมพันธ์		
11. มีความสามารถในการสื่อสาร		
12. บุคลิกภาพ		
13. ความมีประสบการณ์		
14. มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์		
15. มีความรับผิดชอบ		
16. มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่		
17. มีความขยันอดทนในการทำงาน		
18. มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง		
19. สถาบันการศึกษาที่จบ		
20. วุฒิการศึกษา/สาขาที่จบ		
21. อื่น ๆ (ระบุ).....		

13.ความคิดเห็นที่มีต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

การปฏิบัติงาน	ระดับผลการปฏิบัติงาน				
	ดีมาก 5	ดี 4	ปานกลาง 3	พอใช้ 2	ควรปรับปรุง 1
1. ด้านความรู้ความสามารถ					
1. มีความรู้และทักษะทางการตลาด					
2. มีความรู้และทักษะเกี่ยวกับงานที่ได้รับผิดชอบ					
3. มีความสามารถในการวิเคราะห์หวัจข					
4. มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ					
5. มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ					
6. มีความสามารถในการสื่อสาร					
7. มีความรู้รอบตัวทั่วไป					
8. มีความสามารถในการนำเสนอ					
9. มีประสบการณ์ในการทำงาน					
10. มีวุฒิการศึกษาตรงกับงาน					
2. ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน					
1. มีความสามารถในการทำงานด้วยตนเอง					
2. มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย					
3. มีความขยันอดทนในการทำงาน					
4. มีความสามารถในการบริหารจัดการที่เป็นระบบ					
5. มีความสนใจในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง					
6. มีความสามารถในการแก้ปัญหาและคิดเชิงวิเคราะห์					
7. มีวิสัยทัศน์ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน					
8. มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน					
9. มีการใช้เวลาในการทำงานให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงาน					
10. มีความพร้อมในการปฏิบัติงานนอกสถานที่					
11. คุณภาพของผลงานที่ทำโดยรวม					
3. ด้านบุคลิกภาพ					
1. ความเป็นผู้นำเชื่อมั่นในตนเอง					
2. กล้าแสดงความคิดเห็น					
3. รับฟังความคิดเห็นและให้ความร่วมมือ					
4. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน					
5. มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์					
6. มีความตรงต่อเวลาในการทำงาน					
7. มีระเบียบวินัยในการทำงาน					
8. มีการปรับตัวและมนุษยสัมพันธ์ดี					
9. มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์					
10. ความแข็งแรงและสมบูรณ์ของร่างกาย					
11. มีบุคลิกภาพดี					
12. มีความกตัญญูต่อองค์กร					



มหาวิทยาลัยบูรพาภิรักษ์
DHURAKIJPUNDIT UNIVERSITY

งานสหกิจศึกษา 07

แบบประเมินการปฏิบัติงานนักศึกษาสหกิจศึกษา CO-OP STUDENT PERFORMANCE APPRAISAL

คำชี้แจง

- ผู้ให้ข้อมูลในแบบประเมินนี้ต้องเป็นผู้รับผิดชอบ (job supervisor) ของนักศึกษาสหกิจศึกษา หรือ บุคคลที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่แทน
- แบบประเมินนี้มีทั้งหมด 16 ข้อ โปรดให้ข้อมูลครบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของการประเมินผล
- โปรดให้คะแนนในช่อง ☐ ในแต่ละหัวข้อการประเมิน หากไม่มีข้อมูลให้ใส่เครื่องหมาย - และ โปรดให้ความคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
- เมื่อประเมินผลเรียบร้อยแล้ว โปรดนำเอกสารนี้ใส่ซองประทับตรา "ลับ" และให้นักศึกษานำส่งงานสหกิจศึกษา แผนกแนะแนวและจัดหางาน สำนักกิจการนักศึกษา ชั้นที่ 1 นักศึกษากลับมหาวิทยาลัย

เรียน หัวหน้างานสหกิจศึกษา

ขอแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป / Work Term Information

ชื่อ-นามสกุลนักศึกษา / Student Name.....เลขทะเบียน / I.D. No.....
คณะ / Faculty.....สาขาวิชา / Major.....
ชื่อสถานประกอบการ / Employer Name.....
ชื่อ-นามสกุลผู้ประเมิน / Evaluator Name.....
ตำแหน่ง / Position.....แผนก / Department.....

1. ผลสำเร็จของงาน / Work Achievement 30 คะแนน

หัวข้อประเมิน / Items	
1.1 ปริมาณงาน (Quantity of work) ปริมาณงานที่ปฏิบัติสำเร็จตามหน้าที่หรือตามที่ได้รับมอบหมายภายในระยะเวลาที่กำหนด (ในระดับที่นักศึกษาจะปฏิบัติได้) และเทียบกับนักศึกษาทั่วไป	15 คะแนน
1.2 คุณภาพงาน (Quality of work) ทำงานได้ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ มีความประณีตเรียบร้อย มีความรอบคอบ ไม่เกิดปัญหาติดตามมา งานไม่ค้างคั่ง ทำงานเสร็จทันเวลาหรือก่อนเวลาที่กำหนด	15 คะแนน

2. ความรู้ความสามารถ 30 คะแนน

หัวข้อประเมิน / Items	
2.1 ความรู้ความสามารถทางวิชาการ / (Academic ability) นักศึกษามีความรู้ทางวิชาการเพียงพอ ที่จะทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย (ในระดับที่นักศึกษาจะปฏิบัติได้)	10 คะแนน
2.2 ความสามารถในการเรียนรู้และประยุกต์วิชาการ (Ability to learn and apply knowledge) ความรวดเร็วในการเรียนรู้เข้าใจข้อมูล ข่าวสาร และวิธีการทำงาน ตลอดจนการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้งาน	5 คะแนน

หัวข้อประเมิน / Items	
2.3 วิจารณ์งานและการตัดสินใจ / (Judgement and decision making) ตัดสินใจได้ดี ถูกต้อง รวดเร็ว มีการวิเคราะห์ข้อมูลและปัญหาต่าง ๆ อย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า สามารถไว้วางใจให้ตัดสินใจได้ด้วยตนเอง	5 คะแนน
2.4 การจัดการและวางแผน / (Organization and planning)	5 คะแนน
2.5 ทักษะการสื่อสาร / (Communication skills) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร การพูด การเขียน และการนำเสนอ สามารถสื่อให้เข้าใจได้ง่าย เรียบร้อย ชัดเจน ถูกต้อง รัดกุม มีลำดับขั้นตอนที่ดี ไม่ก่อให้เกิดความสับสนต่อการทำงาน รู้จักสอบถามรู้จักชี้แจงผลการปฏิบัติงาน และข้อขัดข้องให้ทราบ	5 คะแนน

3. ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ 20 คะแนน

หัวข้อประเมิน / Items	
3.1 ความรับผิดชอบและเป็นผู้ที่ไว้วางใจได้ / (Responsibility and dependability) ดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงโดยคำนึงถึงเป้าหมาย และความสำเร็จของงานเป็นหลัก ยอมรับผลที่เกิดจากการทำงานอย่างมีเหตุผล สามารถปล่อยให้งาน (กรณีงานประจำ) ได้โดยไม่ต้องควบคุมมากเกินไป ความจำเป็นในการตรวจสอบขั้นตอนและผลงาน ตลอดเวลาสามารถไว้วางใจให้รับผิดชอบงานที่มากกว่าเวลาประจำ สามารถไว้วางใจ ได้แทบทุกสถานการณ์หรือในสถานการณ์ปกติเท่านั้น	10 คะแนน
3.2 ความสนใจ อุตสาหะในการทำงาน / (Interest in work) ความสนใจและความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความอุตสาหะ ความพยายาม ความตั้งใจที่จะทำงานได้สำเร็จ ความมานะบากบั่น ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและปัญหา	5 คะแนน
3.3 ความสามารถเริ่มต้นทำงานได้ด้วยตนเอง / (Initiative or self starter) เมื่อได้รับคำชี้แนะ สามารถเริ่มทำงานได้เอง โดยไม่ต้องรอคำสั่ง (กรณีงานประจำ) เสนอตัวเข้าช่วยงานแทบทุกอย่าง มาตรฐานงานใหม่ ๆ ไปทำ ไม่ปล่อยเวลาว่างให้ ล่วงเลยไปโดยเปล่าประโยชน์	5 คะแนน

4. ลักษณะส่วนบุคคล / Personality 20 คะแนน

หัวข้อประเมิน / Items	
4.1 บุคลิกและการวางตัว / (Personality) มีบุคลิกภาพและวางตัวได้เหมาะสม เช่น ทักษะคติ ภูติภูต ภาวะ ความอ่อนน้อมถ่อมตน การแต่งกาย กิริยาวาจา การตรงต่อเวลา และอื่น ๆ	5 คะแนน
4.2 มนุษยสัมพันธ์ / (Interpersonal skills) สามารถร่วมงานกับผู้อื่น การทำงานเป็นทีม สร้างมนุษยสัมพันธ์ได้ดี เป็นที่รักใคร่ ชอบพของร่วมงาน เป็นผู้ที่ย่วยก่อให้เกิดความร่วมมือประสานงาน	5 คะแนน

หัวข้อประเมิน / Items	
4.3 ความมีระเบียบวินัย ปฏิบัติตามวัฒนธรรมขององค์กร (Discipline and adaptability to formal organization) ความสนใจเรียนรู้ ศึกษา กฎระเบียบ นโยบาย ต่าง ๆ และปฏิบัติตามโดยเต็มใจ การปฏิบัติตามระเบียบบริหารบุคคล (การเข้างาน) ปฏิบัติตามกฎการรักษาความปลอดภัย ในโรงงาน การควบคุมคุณภาพ 5 ส. และอื่น ๆ	5 คะแนน
4.4 คุณธรรมและจริยธรรม / (Ethics and morality) มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจิตใจสะอาด รู้จักเสียสละ ไม่เห็นแก่ตัว เอื้อเฟื้อช่วยเหลือผู้อื่น	5 คะแนน

5. โปรดให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษา / Please give comments on the student

5.1 จุดเด่นของนักศึกษา	5.2 ข้อควรปรับปรุงของนักศึกษา

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม / Other Comments

.....

.....

.....

.....

.....

รวม = _____ / 100 คะแนน

ลงชื่อ / Evaluator's Signature

(.....)

ตำแหน่ง / Position

วันที่ / Date

รายชื่อบริษัทที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและรับนักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงาน

ของภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ประจำปีภาค 2 /2553

ลำดับที่	บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ	นักศึกษาที่ฝึกปฏิบัติงาน
1	บ.ซูพรีโมจำกัด บ.ซูพรีโมจำกัด	น.ส. ปรียานุช เพิ่มพูน น.ส.บุษรา ปางวงศ์
2	บ.ยูนิซีตี้มาร์เก็ตติ้งจำกัด บ.ยูนิซีตี้มาร์เก็ตติ้งจำกัด	น.ส.นิรชา จันศรี นายธีรวุฒิ เขียวปัญญา
3	บ.ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) บ.ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)	น.ส.ศุภลักษณ์ รัชญวชิร น.ส.ศุภกาญจน์ รักษาพรหมณ์
4	บ. ดีคอนโปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	น.ส.สุภารัตน์ พัดเย็น
5	บ. กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) บ. กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) บ. กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	นายกฤษฎดา ดันทวิทรัพย์สิน น.ส.พิมพิดา สุทวงศ์ น.ส.ศุภกานต์ วีระเนตร
6	บ. ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บ. ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บ. ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	นายชนะ อินตะกัน น.ส.วันฤทัย ยอดธงชัย นายเอกชัย คำตัน
7	ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	น.ส อติทยา ศาลางาม
8	บ. วัฏฏะคลาส สไฟยัคส์ จำกัด บ. วัฏฏะคลาส สไฟยัคส์ จำกัด	น.ส.วรรณิ ชินนอก น.ส.จินตหรา สาวแสง
9	บ. ครีมทิม (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) บ. ครีมทิม (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	นายธีระทัศน์ ยุชนะเจริญสิน น.ส.พัฒนัชชา ภิรมย์กนกรัตน์
10	บ. ทูร วิชั่น คอร์ปอเรชั่น จำกัด	นายพิเชฐ เอี่ยมสุนทรชัย
11	บ. บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด บ. บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด บ. บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด	น.ส.อรวิภา รักษาแก้ว น.ส.กนกพร อินทรจิต นายอุกฤต ทรัพย์บุญมี
12	บ. ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด บ. ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด	น.ส.วาสนี ชาติทอง น.ส.วรินดา แก้วพิจิตร
13	ธนาคารอาคารสงเคราะห์	นายชัยณรงค์ เจื้ออูเช้ง
14	บริษัท เจ เอส แอล จำกัด บริษัท เจ เอส แอล จำกัด	น.ส.ปิยะธิดา สระมณี น.ส.กัญยรัตน์ จำปา
15	บ.โฮมโปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)	น.ส.ภรณ์ทิพย์ พาระหอม
16	บ.สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	น.ส.กาญจนา อุดมทิพย์

รายชื่อบริษัทที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและรับนักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงาน

ของภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ประจำปี 2 /2553

ลำดับที่	บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ	นักศึกษาที่ฝึกปฏิบัติงาน
17	บ. มโนहरา มาเก็ตติ้ง จำกัด	นายสันติ แสนปาง
18	บริษัท โอสดสภา จำกัด	น.ส.ศุภีพรรณ บุษราคัม
19	บริษัท ไชวโชน จำกัด บริษัท ไชวโชน จำกัด	น.ส.อรอนงค์ บุญคง น.ส.พจนีย์ กิจกล้า
20	บ. ซี.เอส.เอ็น.แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด บ. ซี.เอส.เอ็น.แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด บ. ซี.เอส.เอ็น.แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด	นายบัณฑิต สีสัมประสงค์ นายภูมิพัฒน์ ภัคดีชาติ นายวิภพ บุตรสิงห์
21	บริษัท Swen's (Thai) จำกัด	นายอำนาจ ยังศรี

ตารางผลลัพธ์การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติANOVA

สมมติฐาน: ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีคะแนนความพึงพอใจต่อพนักงานด้านการตลาดในด้านทักษะในการปฏิบัติงานเฉลี่ยแตกต่างกัน

เกณฑ์ความพึงพอใจด้าน บุคลิกภาพ	ประเภท ธุรกิจ	จำนวน ผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	ค่า Sig.
1. มีความเป็นผู้นำเชื่อมั่น ในตนเอง	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	3.25 3.77 3.50 3.62	.500 1.013 .577 .865	.573	.574
2. กล้าแสดงความคิดเห็น	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	3.75 3.77 3.75 3.76	.500 1.166 .500 .944	.001	.999
3. รับฟังความคิดเห็นและ ให้ความร่วมมือ	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	4.00 4.08 4.00 4.05	.816 .862 .000 .740	.024	.976
4. มีความกระตือรือร้น ในการทำงาน	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	4.25 3.85 4.50 4.05	.957 1.214 .577 1.071	.634	.542
5. มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	4.25 4.15 3.75 4.10	.500 1.144 .957 .995	.289	.752
6. มีความตรงต่อเวลาในการ ทำงาน	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	4.00 4.00 4.25 4.05	.816 1.225 .957 1.071	.080	.923
7. มีระเบียบวินัยในการทำงาน	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	4.25 4.00 4.25 4.10	.500 1.155 .957 .995	.143	.868
8. มีการปรับตัวและ มนุษยสัมพันธ์ดี	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	4.25 4.23 4.25 4.24	.500 .832 .500 .700	.002	.998
9. มีความสามารถในการ ควบคุมอารมณ์	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	4.00 3.92 4.50 4.05	.816 .862 .577 .805	.777	.475
10. ความแข็งแรงและสมบูรณ์ ของร่างกาย	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	4.25 3.77 4.50 4.00	.500 .725 .577 .707	2.169	.143
11. มีบุคลิกภาพดี	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	3.50 3.92 4.00 3.86	1.000 .954 .816 .910	.366	.698
12. มีความรักดีต่อองค์กร	การผลิต บริการ การค้า รวม	4 13 4 21	4.25 4.00 4.25 4.10	.500 1.000 .500 .831	.206	.815

การแก้ไขตามคำแนะนำในเล่ม 1

1.ความชัดเจนของหัวข้อการวิจัย (การกำหนดปัญหา, วัตถุประสงค์, ขอบเขตและสมมติฐาน)

ตัวแปรต้นในสมมติฐานงานวิจัยควรระบุในกรอบแนวคิดงานวิจัยด้วย

: แก้ไขแล้วในรายงานหน้า 3

2.การศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยไม่ได้อ้างอิงชื่อผู้แต่งในหน้า 21 26 27 28 30 และ 31 ลงในบรรณานุกรม ผู้ประเมินเข้าใจว่าผู้จัดทำรายงานสรุปความหรือคัดลอกมาจากฐานข้อมูลออนไลน์ซึ่งได้ระบุอยู่ในบรรณานุกรม อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะเขียนอ้างอิงให้ถูกต้อง

: แก้ไขแล้วในรายงานส่วนบรรณานุกรม

3.ความเหมาะสมของข้อมูล (ความเหมาะสมของวิธีเก็บข้อมูล/หรือความน่าเชื่อถือของข้อมูล)

ไม่มีประเด็นที่ต้องแก้ไข

4.ความเหมาะสมของวิธีที่ใช้วิเคราะห์ (ขั้นตอนและวิธีวิเคราะห์ การแปรความ, การอภิปรายและการสรุปผล)

4.1 รายงานวิจัยระบุว่าใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) แต่เครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถามซึ่งไม่สอดคล้องกัน เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การสนทนากลุ่ม (Focus group) เป็นต้น ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ควรอยู่ในรูปแบบเชิงสำรวจ (Exploratory research)

: การวิจัยมีทั้งหมด 3 ส่วน การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การศึกษาจากเอกสาร การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามได้เขียนอธิบายชัดเจนแล้วในรายงานบทที่ 3

4.2 เพื่อให้งานวิจัยเป็นไปในทิศทางเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยอาจจะนำข้อมูลอันได้จากการสัมภาษณ์อาจารย์นักศึกษามีบทบาทในการเขียนนักศึกษาศึกษาในสถานประกอบการเข้ามาประกอบในการวิเคราะห์ด้วย

: ไม่ได้อยู่ในขอบเขตของงานวิจัย ไม่มีข้อมูล ไม่สามารถแก้ไขได้

5.การรายงานผลการวิจัย (การเรียบเรียง, ความสอดคล้องของเนื้อหา, การบรรยายหรืออภิปรายการใช้ภาษา)

5.1 ผู้วิจัยความแสดงตารางการประมวลค่าโคสแควร์และ ANOVA จากโปรแกรมที่ใช้ลงในภาคผนวกเพื่อให้สอบทานได้

: แก้ไขแล้วโดยเพิ่มเติมไว้ในรายงานส่วนภาคผนวก ง.

5.2 โปรดตรวจสอบเกณฑ์ที่ใช้ในการทำสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยเขียนไม่สอดคล้องกัน ดังนี้ ในคำอธิบายหน้า 77

ระบุว่ามิเกณฑ์ 21 ประการ แต่ข้อมูลในตารางที่ 4.22 และ 4.24 ในหน้า 79 และ 81 มีเพียง 20 ประการ

: ตรวจสอบแล้วเกณฑ์ที่ 21 คืออื่นๆระบุ ไม่มีผู้ตอบได้แก้ไขคำอธิบายหลังใบรายงานหน้า 69,79,81

และ84

6.ประโยชน์และคุณค่าของวิชาการ (เสนอแนวความคิดใหม่ในการหาความรู้หรือความรู้ใหม่)

ผู้วิจัยนำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 มาสังเคราะห์กับงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อการอภิปรายผล
ค่อนข้างน้อย

: ได้อภิปรายผลแล้วในบทที่ 5

7.ประโยชน์และคุณค่าในการนำผลการวิจัยไปใช้

ดี

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1.ควรตรวจทานตัวสะกดให้ถูกต้อง ตามหน้าที่ 12 14 18 และ 89

: ได้แก้ไขแล้วในหน้า 12, 14, 18 และ 93

2.การจัดตัวอักษรในหน้า 8 ย่อหน้าแรก แตกต่างจากย่อหน้าถัดมา

: ปรับแก้แล้วในหน้า 8

3.ตามหลักวิธีเขียนบรรณานุกรม ตำแหน่งทางวิชาการ เช่น รศ. จะไม่ระบุนำหน้าชื่อผู้แต่ง

: แก้ไขแล้วในส่วนบรรณานุกรม

การแก้ไขตามคำแนะนำในเล่ม2

คำแนะนำสำหรับการแก้ไขเพื่อให้ได้ระดับดี

1.ปรับชื่องานวิจัยให้ระบุประเภทบุคลากรให้ชัดเจนขึ้นเป็น “การพัฒนาบัณฑิตด้านการตลาด” และปรับชื่อ
งานภาษาอังกฤษให้สอดคล้องชื่อภาษาไทย ดังนี้

“The Development of Undergraduate Marketing Students to Serve the Needs of Companies that Participate in
the Cooperation Education Program”

: ได้ปรับแก้ตามที่แนะนำแล้วในหน้าปก และในส่วนรายงาน

2.ปรับความยาวบทคัดย่อให้เหลือไม่เกิน 1-2 หน้า และระบุ sample size ของสถานประกอบการในบทคัดย่อ

: ได้ปรับแก้ตามที่แนะนำแล้ว

3.แก้ไขการเขียนกรอบแนวคิด ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับไม่ควรอยู่ในกรอบแนวคิด

: แก้ไขแล้วในรายงานหน้า 3

4.แก้ไขการเรียงลำดับหัวข้อย่อยให้ชัดเจน เช่น 1.1 ความหมาย 1.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ 1.2.1 S-R Theory และให้เพิ่มวรรณกรรมสำหรับตัวแปรความพึงพอใจเพราะมีการทดสอบตัวแปรนี้ในสมมติฐาน

: แก้ไขเรียงลำดับหัวข้อย่อยแล้วในบทที่ 2 และได้เพิ่มทฤษฎีความพึงพอใจแล้วในบทที่ 2

5.แก้ไขประชากรในส่วนที่ 2 เป็นตัวแทนสถานประกอบการที่มีตำแหน่งงานอะไรบ้าง เช่น ระดับหัวหน้าฝ่ายขึ้นไป

: แก้ไขแล้วในหน้า 46 และ 47

6.เพิ่มคำอธิบายท้ายตารางในการอธิบายผลสมมติฐานเช่นตาราง4.2ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 โดยให้ระบุว่าแต่ละอันดับ1-10แทนเกณฑ์ใด

: แก้ไขแล้วในหน้า 81 และ 84

7.เพิ่มการอภิปรายผลโดยเฉพาะในส่วนที่สมมติฐานทั้ง 2 ข้อไม่ได้รับการยอมรับพร้อมนัยจากผลลัพธ์

: แก้ไขแล้วในหน้า 83 และ 86