

**การศึกษาอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**

**A Study of Identity for International Business Students in Management
Sciences Faculty of Yala Rajabhat University**

อุษณีย์ พรหมศรียา^{1*}, ลาวัญย์ ทิพย์มาศ², अब्दुลเราะห์มาน สาและ³ และ จรินทร์น์ วรวงศ์พิทักษ์⁴
Usanee Promsriya¹, Lawan Tippamas², Abdulroman Sa-laeh³, and
Jarintrat Worravongpitak⁴

^{1, 2, 3, 4} อาจารย์, หลักสูตรบริหารธุรกิจ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

^{1, 2, 3, 4} lecturer, Department of Business Administration, Faculty of Management Sciences,
Yala Rajabhat University.

*Corresponding author, E-mail: usanee.p@yru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม จากภาคีผู้เกี่ยวข้อง รวม 12 คน ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ใช้บัณฑิต อาจารย์ประจำสาขา และนักศึกษาปัจจุบัน ขั้นตอน คือ 1) ชั้นระดมสมองโดยใช้เทคนิคการ์ด 2) ชั้นโหวตเลือก 3) ชั้นแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านรายวิชาเรียน และ 4) ชั้นแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรฯ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล ผลการวิจัยสรุปได้ว่า อัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ได้แก่ เก่งธุรกิจฮาลาล เน้นบริบทท้องถิ่นมลายู เก่งภาษาอาหรับ เน้นการทำงานแบบเครือข่าย สำหรับรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ดังกล่าว แบ่งเป็นดังนี้ 1) ด้านรายวิชาเรียน หลักสูตรมีรายวิชาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ดังกล่าวทั้งในรายวิชาเอกบังคับและเอกเลือก 2) ด้านกิจกรรมควรจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร ในลักษณะรูปแบบของการเชิญวิทยากรพิเศษ การศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ และกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เน้นการเรียนรู้ควบคู่กับการปฏิบัติ

คำสำคัญ: อัตลักษณ์, นักศึกษาธุรกิจระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Abstract

This qualitative research was aimed to study the identities and patterns of identity promotion for International Business Students, faculty of management sciences, Yala Rajabhat University. Data collection was performed via focus group discussion of related parties including experts, graduate users, subject field professors, and current students – a target group of totally 12 subjects. The focus group discussion format was specified in 4 steps: 1) brain storming using card sorting technique, 2) voting, 3) opining about identity promotion in aspect of learning subjects, and 4) opining about identity promotion in aspect of extra-curricular activities. The outcomes were subsequently analyzed, synthesized, compared, and rationally described. Results of the research were summarized that was Identity of International Business students; faculty of management science, Yala Rajabhat University included the attributes of expert at Halal business, Arabic commutation. Focused on Malayu local existing, and working network. Patterns of identity promotion in 2 aspect, 1) The curriculum contain of courses that assists the above requirements. 2) The activity supporting students through conferences inviting professional speakers, study visit both national and international, and learning by doing activity.

Keywords: identities, International Business Students, Yala Rajabhat University

บทนำ

การพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าท่ามกลางยุคกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ฯลฯ กลไกหลักที่สำคัญของการพัฒนา คือ คนที่มีคุณภาพการพัฒนาศักยภาพของคนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะภาคการศึกษาที่เป็นภาคส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาคุณภาพคนของประเทศ ส่งผลให้เกิดการปฏิรูปการเรียนรู้ในหลายๆ ส่วนเพื่อให้ได้คุณลักษณะผู้เรียนที่พึงประสงค์ คือ ผู้เรียนที่เป็นคนดี คนเก่ง และคนมีความสุข

สำหรับการศึกษาระดับอุดมศึกษา พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 กำหนดให้สถานศึกษาทุกแห่งจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพภายใน รวมถึงให้มีสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษาทำหน้าที่ประเมินคุณภาพภายนอก โดยการประเมินผลการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ทั้งนี้ระบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา รอบใหม่ประกอบด้วย การประกันคุณภาพระดับหลักสูตรระดับคณะและระดับสถาบัน โดยจะเริ่มใช้ในปีการศึกษา 2557 ซึ่งระบบการประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตรมีการดำเนินการตั้งแต่

การควบคุมคุณภาพการติดตามตรวจสอบคุณภาพและการพัฒนาคุณภาพการพัฒนาตัวบ่งชี้และเกณฑ์การประเมินฯที่จะมุ่งไปที่ระบบการประกันคุณภาพการศึกษามากกว่าการประเมินคุณภาพเพื่อให้สามารถส่งเสริมสนับสนุนกำกับติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามที่กำหนดสะท้อนการจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพ

อย่างไรก็ตาม จากคู่มือประกันคุณภาพภายใน ระดับอุดมศึกษา ฉบับปี 2557 องค์กรประกอบที่ 3 นักศึกษา ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 การรับนักศึกษา, 3.2 การส่งเสริมและพัฒนา นักศึกษา และตัวบ่งชี้ที่ 3.3 ผลที่เกิดกับนักศึกษา ได้กำหนดให้การดำเนินงานจำเป็นต้องสอดคล้องกับคุณสมบัติของนักศึกษาที่กำหนดในหลักสูตรหรือแตกต่างไปตามแต่ละหลักสูตร (สำนักมาตรฐานและคุณภาพอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2558) ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้หลักสูตรจำเป็นต้องกำหนดอัตลักษณ์นักศึกษาของหลักสูตรที่ชัดเจน อันเป็นผลที่คาดหวังจะเกิดขึ้นกับผู้เรียนตามปรัชญา ปณิธานวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสถานศึกษาที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ สถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัด (สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา, 2556) อีกทั้งตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2548 ได้มีการกำหนดให้ทุกหลักสูตรมีการพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย แสดงการปรับปรุงดัชนีด้านมาตรฐานและคุณภาพการศึกษาเป็นระยะ ๆ อย่างน้อยทุก ๆ 5 ปี และมีการประเมินเพื่อพัฒนาหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสภาพการณ์ปัจจุบัน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีหลักสูตรใหม่เกิดขึ้นหลายหลักสูตร โดยหลักสูตรธุรกิจระหว่างประเทศเป็นหนึ่งในสองหลักสูตรที่เกิดใหม่ในปีการศึกษา 2558 ซึ่งหากสามารถดำเนินการศึกษาและกำหนดอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศที่ชัดเจน เป็นที่ยอมรับจากภาคีผู้มีส่วนร่วมทั้งหลาย ทั้งผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ใช้บัณฑิต อาจารย์ประจำสาขา และนักศึกษาปัจจุบัน เชื่อว่าจะส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพนักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาได้ในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
2. เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

แนวทางการศึกษาอัตลักษณ์นักศึกษาของงานวิจัยนี้ เกี่ยวข้องกับแนวคิด 5 ประเด็นศึกษา ดังนี้

- 1) การประกันคุณภาพภายใน ระดับอุดมศึกษา ฉบับปี 2557 องค์กรประกอบที่ 3 นักศึกษา ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 การรับนักศึกษา, 3.2 การส่งเสริมและพัฒนา นักศึกษา และตัวบ่งชี้ที่ 3.3 ผลที่เกิดกับนักศึกษา ที่

กำหนดให้การดำเนินงานต่าง ๆ จำเป็นต้องสอดคล้องกับคุณสมบัติของนักศึกษาที่กำหนดในหลักสูตรหรือแตกต่างกันไปตามแต่ละหลักสูตร

2) อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ซึ่งกำหนดไว้ดังนี้ “เก่งไอที มีจิตอาสา สู้งาน สื่อสารภาษามลายูกลางได้” จำเป็นที่อัตลักษณ์ของหลักสูตรต้องดำเนินงานไปในทิศทางที่ไม่ขัดแย้งกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

3) มาตรฐานผลการเรียนรู้ของบัณฑิตที่สำคัญสำหรับระดับอุดมศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะเชาวน์ปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นแนวทางในการค้นหาอัตลักษณ์เฉพาะของสาขา

4) ทักษะการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 ที่ประกอบด้วย 4 กลุ่มหลัก อันได้แก่ ด้านความรู้ในวิชาแกน ด้านทักษะชีวิตและการทำงาน ด้านทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม และด้านทักษะสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี ที่บ่งบอกทิศทางการปรับตัวของนักศึกษาเพื่อให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต

5) รูปแบบการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ที่ควรเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และใช้หลากหลายรูปแบบร่วมกัน เพื่อประโยชน์สูงสุดของการพัฒนาผู้เรียน

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดของการศึกษาและกำหนดอัตลักษณ์นักศึกษาสภาวิชาชีพระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับจากภาคีที่เกี่ยวข้องหรือภาคีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งจากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ใช้บัณฑิต อาจารย์ประจำสาขา และนักศึกษาปัจจุบัน รวมถึงศึกษารูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ดังกล่าว ทั้งทางด้านรายวิชาเรียนและกิจกรรมเสริมหลักสูตร ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคีผู้เกี่ยวข้อง ทั้งจากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ใช้บัณฑิต อาจารย์ประจำสาขา และนักศึกษาปัจจุบัน กลุ่มละ 3 คน รวม 4 กลุ่ม ทำให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษารวม 12 คน โดยมีความหลากหลายทั้งด้านเพศ อายุ หน่วยงานที่สังกัด ทำเลที่ตั้ง ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตคุณลักษณะดังนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิ หมายถึง เจ้าของหรือผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญในทักษะวิชาชีพด้านธุรกิจหรือธุรกิจระหว่างประเทศ และ/หรือนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญทางวิชาชีพที่ได้รับการยอมรับและมีประสบการณ์ด้านธุรกิจหรือธุรกิจระหว่างประเทศในจังหวัดชายแดนใต้ มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี

ผู้ใช้บัณฑิต หมายถึง ผู้บริหารสถานประกอบการ/องค์กรทางด้านวิชาชีพทั้งภาครัฐและเอกชน หรือประชาสังคมที่รับบัณฑิตสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เข้าทำงานในจังหวัดชายแดนใต้ มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 3 ปี

อาจารย์ประจำสาขา หมายถึง อาจารย์ผู้สอนรายวิชาแกนหรือวิชาเอกในสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่ไม่ใช่นักวิจัย

นักศึกษาปัจจุบัน หมายถึง นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่มีผลการเรียนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.00 ขึ้นไป

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสนทนากลุ่ม ประกอบด้วยประเด็นคำถามแบบมีโครงสร้าง 2 ส่วน ได้แก่ อัตลักษณ์ของนักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ และรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ ประกอบด้วยด้านรายวิชาเรียน และด้านกิจกรรมที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ของนักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยกำหนดแบบแผนการสนทนากลุ่มแบ่งเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นระดมสมอง ระดมความคิดเห็นโดยใช้เทคนิคการ์ด (Technique Card) ให้ภาคีผู้ที่เกี่ยวข้องระบุถึงคำสำคัญที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะที่คาดหวังให้เกิดขึ้นกับนักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จากนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้จัดกลุ่มความคิดเห็นคำสำคัญรวมกัน รวมถึงเปิดโอกาสให้ภาคีผู้เกี่ยวข้องวิพากษ์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน

2. ขั้นโหวดเลือก ให้ภาคีผู้เกี่ยวข้องโหวดเลือกคำสำคัญที่เหมาะสม คำสำคัญ 4 อันดับที่ได้คะแนนสูงสุด นำมาเป็นอัตลักษณ์หรือคุณลักษณะคุณลักษณะเฉพาะที่คาดหวังให้เกิดขึ้นกับนักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3. ขั้นแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านรายวิชาเรียน เปิดโอกาสให้ภาคร่วมแสดงความคิดเห็นถึงรายวิชาเอกบังคับและเอกเลือก ทั้งในและนอกหลักสูตร ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ที่ผ่านการโหวดเลือก



4. ขึ้นแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร เปิดโอกาสให้ภาคร่วมแสดงความคิดเห็นถึงกิจกรรมเสริมหลักสูตร เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ที่ผ่านการโหวตเลือก

สำหรับการพัฒนาและทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยการศึกษาเอกสาร ตำราเกี่ยวกับอัตลักษณ์และรูปแบบการสร้างอัตลักษณ์นักศึกษา และนำมาออกแบบเครื่องมือวิจัยหรือแบบสนทนากลุ่ม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลด้านการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูล, วัน/เวลา และสถานที่สนทนากลุ่ม 2) ข้อมูลด้านอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วนย่อย ได้แก่ การระดมความคิดเห็นค้นหาอัตลักษณ์โดยใช้เทคนิคการ์ด และการโหวตเลือก 3) ข้อมูลด้านรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ดังกล่าว ซึ่งแบ่งเป็นสองด้านคือด้านรายวิชาเรียน และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร จากนั้นนำแบบสนทนากลุ่มที่ออกแบบให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ร่วมวิพากษ์ถึงประเด็นความสอดคล้อง ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ความเหมาะสมและความสามารถในการสื่อสาร พร้อมนำผลการวิพากษ์ไปปรับปรุงพัฒนาเครื่องมือให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการทดสอบใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา จำนวน 5 คน พร้อมปรับปรุงพัฒนาเครื่องมือวิจัยก่อนที่จะนำไปใช้จริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม จะถูกนำไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม จัดข้อมูลที่มีคุณลักษณะในทิศทางเดียวกันแล้วกำหนดประเด็น ประเภท และหัวข้อที่สามารถนำเสนอข้อค้นพบที่มีความสัมพันธ์อย่างมีความหมายตามวัตถุประสงค์และประเด็นที่ต้องการศึกษา และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของการพรรณนาเป็นหลัก ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำไปพร้อมๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่และนำเสนอในภาพรวม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัย ปรากฏผลดังนี้

1. อัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ได้แก่ เก่งธุรกิจฮาลาล เน้นบริบทท้องถิ่นมลายู เก่งภาษาอาหรับ เน้นการทำงานแบบเครือข่าย โดยได้ผลโหวตอัตลักษณ์ดังกล่าว 4 ลำดับแรกที่ได้คะแนนสูงสุด คิดเป็นคะแนน 7, 6, 5, 4 คะแนนเรียงตามลำดับ

2. รูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จำแนกแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้ 2.1) ด้านรายวิชาเรียน หลักสูตรมีรายวิชาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ดังกล่าวทั้งในรายวิชาเอกบังคับและรายวิชาเอกเลือกครบถ้วนแล้ว 2.2) ด้าน

กิจกรรมเสริมหลักสูตร ควรจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์รูปแบบดังกล่าว ดังนี้ การเชิญวิทยากรพิเศษ การศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เน้นการเรียนรู้ควบคู่กับการปฏิบัติ

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ สามารถอภิปรายผลที่เกิดขึ้นได้ดังนี้

1. อัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประกอบด้วย เก่งธุรกิจฮาลาล เน้นบริบทท้องถิ่นมลายู เก่งภาษาอาหรับ เน้นการทำงานแบบเครือข่าย ที่เป็นเช่นนี้เพราะมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีพื้นที่ติดกับประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และบรูไนดารุสซาลาม ที่ประชากรมุสลิมมี 400 ล้านคน หรือมีมากเป็น 3 อันดับแรกของประเทศอาเซียน (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558) ส่งผลให้งานวิจัยได้ผลอัตลักษณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rarick (2011) ที่พบว่าตลาดฮาลาลแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากจำนวนมุสลิมมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ผู้ที่เข้ารับนับถือศาสนาอิสลามมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และตลาดมุสลิมมีการพัฒนา ด้านกำลังการซื้อเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Soeseilowati (2010) ที่พบว่าศักยภาพของตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีความน่าสนใจ โดยมีมูลค่าตลาดประมาณ 600 พันล้านเหรียญสหรัฐ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 20-30% ต่อปี

2. รูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ผลที่ได้พบว่าควรมีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร ในลักษณะรูปแบบของการเชิญวิทยากรพิเศษ การศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ และกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เน้นการเรียนรู้ควบคู่กับการปฏิบัติ ซึ่งจากรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ดังกล่าวสามารถอภิปรายได้ว่า การสร้างอัตลักษณ์ของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการจัดกระบวนการเรียนรู้และสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ กิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาในลักษณะที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและหลากหลายรูปแบบทั้งในระบบ นอกกระบบ และตามอัธยาศัย จัดเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ให้เกิดขึ้นแก่ผู้เรียน (Nygaard & Brand, 2013) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราลักษณ์ ศรีกันทา (2555) ที่วิจัยเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทย ซึ่งพบว่าโครงการหรือกิจกรรมที่เสริมสร้างอัตลักษณ์นักศึกษา เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์ และกิจกรรมเสริมหลักสูตรจะนำไปสู่การพัฒนาเชิงบวกของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาอัตลักษณ์และรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ควรนำไปใช้หรือประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการศึกษาให้กับนักศึกษาในหลักสูตร ให้มีความโดดเด่น



ชัดเจน แตกต่างจากมหาวิทยาลัยหรือสถาบันอื่นๆ อีกทั้งควรมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานที่แสดงถึงการบรรลุผลซึ่งอัตลักษณ์ที่กำหนดของหลักสูตร เพื่อประโยชน์สูงสุดของการพัฒนาหลักสูตรและพัฒนานักศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (22 กันยายน 2559). *รอบรู้เศรษฐกิจ ตามติดตลาดโลก*. สืบค้นจาก http://www.ditp.go.th/contents_attach/94619/94619.pdf
- วรลักษณ์ ศรีกันทา. (22 มิถุนายน 2559). *การสื่อสารอัตลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทย*. สืบค้นจาก <http://it.nation.ac.th/studentresearchsearch.php?id=151>
- สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา. (12 พฤษภาคม 2559). *คำอธิบายรายมาตรฐานการศึกษาตัวบ่งชี้และเกณฑ์ประเมิน*. สืบค้นเมื่อจาก <http://navedu.navy.mi.th/qedu/pdf/pdfm01m09/m08.pdf>
- สำนักมาตรฐานและคุณภาพอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (12 พฤษภาคม 2559). *คู่มือการประกันคุณภาพภายใน ระดับอุดมศึกษา ฉบับปีการศึกษา 2557*. สืบค้นจาก <http://qa.psu.ac.th/document/>
- Nygaard, C., & Brand, S. (2013). *Student Engagement: Identity, Motivation and Community*. London: Libri Publishing.
- Rarick, C., Falk, G., Braczyk, C. & Feldman, L. (9 September 2016). *Is it Kosher? No, It's Halal: A New Frontier in Niche Marketing*. From http://www.alliedacademies.org/pdfs/proceedings_28/IACS%20Proceedings%20Spring%202011.pdf#page=55
- Soesilowati, E.S. (2010). Business Opportunities for Halal Products in the Global Market: Muslim Consumer Behaviour and Halal Food Consumption. *Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities*, 3, 150-160.