

หัวข้อวิจัย	อัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
ชื่อผู้วิจัย	อัปสร อีซอ ปวีณา เจาะอารง สุธิดา วัฒนยืนยง ภูตรา อาแล สิรินธร ศานติประเสริฐ
คณะ	วิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
งบประมาณ	2559

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม จากภาคีผู้เกี่ยวข้อง ทั้งกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า อาจารย์ประจำสาขา และนักศึกษาปัจจุบัน กลุ่มละ 3 คน รวม 5 กลุ่ม ทำให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษารวม 15 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแบบแผนวิธีการสนทนากลุ่ม 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) ชั้นระดมสมองโดยใช้เทคนิคการ์ด 2) ชั้นโหวตเลือก 3) ชั้นแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านรายวิชาเรียน 4) ชั้นแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม จะถูกนำไปเรียบเรียง จัดหมวดหมู่ จำแนกประเด็น แต่ละด้านตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด จากนั้นจึงนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล ทั้งนี้ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. อัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ได้แก่ เก่งสื่อสาร เก่งไอที มีความคิดสร้างสรรค์ และกล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก
2. รูปแบบการส่งเสริมอัตลักษณ์นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
 - 2.1 ด้านรายวิชาเรียน หมวดวิชาเอกบังคับ ควรเพิ่มรายวิชาโครงงาน 1 และ 2 และรายวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการประยุกต์ใช้งานด้านการตลาด ส่วนวิชาเอกเลือก ควรตัดรายวิชาวิชาการสร้างแบรนด์ และวิชาจรรยาบรรณธุรกิจและการตลาด โดยให้นำไปสอดแทรกรวมกับรายวิชาเอกอื่นที่เกี่ยวข้อง

2.2 ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร ควรจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์
รูปแบบ ดังนี้ การจัดกิจกรรมประกวด การฝึกพัฒนาทักษะด้านการตลาด และการอบรมเชิญวิทยากร
พิเศษ

Research Title: Identity for Marketing Students in Management Sciences Faculty of Yala Rajabhat University.

Researchers: Apsorn E-sor
Paweena Jeharrong
Sutida Wattanayuenyong
Putra Alare
Sirinthon Santiprasert

Faculty: Management Sciences

University: Yala Rajabhat University

Year: 2016

Abstract

This qualitative research was aimed to study the identities and patterns of identity promotion for marketing students, faculty of management science, Yala Rajabhat University. Data collection was performed via focus group discussion of related parties including experts, graduate students, alumni, subject field professors, and current students – a target group of totally 15 subjects was derived by each group of 3 for the 5 parties. 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. Information derived from group discussion was compiled, categorized, and topically classified according to separate aspects of specified purposes. The outcomes were subsequently analyzed, synthesized, compared, and rationally described. Results of the research were summarized as follows.

1. Identity of marketing students, faculty of management science, Yala Rajabhat University included the attributes of being good at communications, being smart in IT, creative thinking, and self-confidence & assertiveness.

2. Patterns of identity promotion for marketing students, faculty of management science, Yala Rajabhat University were:

- 2.1 Aspect of learning subjects: section of compulsory major subjects should be supplemented with subjects of project 1 and 2 and subjects of package

software applicable in marketing; as for section of selective major subjects, brand creating and business & marketing ethics subjects should be unlisted and incorporated in other related major subjects.

2.2 Aspect of extra-curricular activities: the extra-curricular activities for identity promotion should be provided, in the patterns of contests, workshops for marketing skill development, and training by invited special lecturers.