

หัวข้อวิจัย	ความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์สาขาวิชาการตลาดที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผู้ดำเนินการวิจัย	ปัญจมาพร ผลเกิด และคณะ
หน่วยงาน	สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีวิจัยสมบูรณ์	2562
เลขที่สัญญาฯรับทุน	2/2562

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์สาขาวิชาการตลาดที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ซึ่งนักศึกษาจำแนกตามเพศ อายุ และเกรดเฉลี่ยสะสม ส่วนอาจารย์จำแนกเพศ อายุ ประเภทของบุคคลกรสายวิชาการ ตำแหน่งทางวิชาการ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการสอน โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วย นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปีการศึกษา 2561 จำนวน 96 คน และอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จำนวน 5 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมต่อหลักสูตรอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 7 ด้าน สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านอาจารย์ที่ปรึกษา ด้านกระบวนการคัดเลือกนักศึกษา ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านหลักสูตร ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ด้านการวัดผลและประเมินผล และด้านการจัดการเรียนการสอน ในส่วนของอาจารย์พบว่าอาจารย์มีความพึงพอใจโดยรวมต่อหลักสูตรอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 5 ด้าน สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการบริหารและพัฒนาอาจารย์ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านระบบการส่งเสริมอาจารย์ ด้านกระบวนการบริหารหลักสูตร และด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ หลักสูตร การตลาด

**Research Title** Students and Lecturers' Satisfaction Towards Marketing Course in Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University

**Researcher** Miss Panjamaporn Pholkerd, et al.

**Organization** Department of Marketing, Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University.

**Academic Year** 2019

**Contract No.** 2/2562



**ABSTRACT**

The research aims to study satisfaction of students and professors towards the Marketing Course in Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University. The classifications of students are age, gender, accumulative and GPA; whereas, classifications of professors are age, academic personnel, academic position, education level and teaching experiences. The selected group sample are 96 fourth year students from Marketing Course in Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University of the academic year 2018 and 5 professors of Marketing Course. Data collection is done by questionnaires and using statistics analysis of percentage and standard deviation.

Result showed that the overall satisfaction level of students towards the Marketing Course, from 7 aspects, is high. They can be sorted from the descending average as follows: advisory system, students recruitment process, instructor system, course subjects, learning support system, learning management and professors' practices. The overall satisfaction level of professors towards the Marketing Course, from 5 aspects, is at high level. They can be sorted from the descending average as follows: lecturers' promotion and development, teaching system, professors' promotion system, Course management process and learning support system.

**Keywords:** Satisfaction, Curriculum, Marketing