

**รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่า
แห่งแรงบันดาลใจ จากการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ***
**The Causal Relationship Model of Reflection of Inspiration
Values of Business Administration Program in General
Management, Phranakhon Rajabhat University**

ณรงค์ฤทธิ์ ประสานตรี และไพโรจน์ บุตรช้วน

Narongrit Prasantree and Phairoj Butchiwan

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Faculty of Management Science, Phanakhon Rajabhat University

Corresponding Author, Email: phairoj@pnru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย 1) เพื่อสร้างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจของนักศึกษา จากการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และ 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ กับข้อมูลเชิงประจักษ์กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทั่วไป ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย จำนวน 403 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.986 สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าความเบ้ ค่าความโด่ง การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์องค์ประกอบและ

* ได้รับความเห็นชอบ: 23 กันยายน 2563; แก้ไขบทความ: 31 ธันวาคม 2563; ตีพิมพ์: 7 มกราคม 2564



การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจประกอบด้วยปัจจัยที่ส่งผลต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ กิจกรรมเสริมหลักสูตร กิจกรรมหลักของหลักสูตร คุณลักษณะอาจารย์บัณฑิตใจ และคุณค่าของหลักสูตร ซึ่งปัจจัยแต่ละตัวส่งผลต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจของนักศึกษาจากการบริหารหลักสูตรฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ: การสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ; การบริหารหลักสูตร; การสร้างแบรนด์หลักสูตร

Abstract

This research is conducted with the aims 1) to construct a theoretical causal relationship model of the student's inspirational value Reflection of Business Administration Program in General Management, Pranakhon Rajabhat University by using the empirical data, and 2) to examine the consistency between the model of casual relationship of the student's inspirational value Reflection of Business Administration Program in General Management, Pranakhon Rajabhat University and the empirical data. The sample group is 403 students of Business Administration program in General Management selected by simple random sampling technique. Data was collected by an online questionnaires with approval reliability of .986. Statistics based on percentage, mean, skewness, kurtosis, analysis of the correlation coefficient Pearson, factor analysis, and Path Analysis to determine the causal relationship with structural equation modeling. By using the Social Science program.

The results showed that: there were four factors that affect the reflection of an inspirational value: the supporting activities, the primary activities, an inspirational teacher and the program values. Each factor has affected the student's inspirational value Reflection with statistical significantly at the .001 level.



Keywords: reflection of inspiration values; program management; program branding

1. บทนำ

สาขาวิชาการจัดการทั่วไป เป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันเป็นหลักสูตรฯ ปรับปรุง พ.ศ. 2561 ที่มีเป้าหมายสำคัญเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีดิจิทัลในยุคปัจจุบันอย่างรู้เท่าทัน ซึ่งการแสดงออกถึงการสร้างคุณค่าและความรับผิดชอบต่าง ๆ ของสาขาวิชาการจัดการทั่วไปได้แสดงอยู่ในรูปของการบริหารจัดการหลักสูตร เพื่อให้เป้าหมายของการพัฒนาหลักสูตรฯ ที่ผ่านมานั้น บรรลุผลตามเจตนารมณ์ และสอดคล้องกับความต้องการที่จะผลักดันให้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป ร่วมสร้างคุณค่าแก่สังคม ท้องถิ่นและประเทศชาติอย่างยั่งยืนต่อไป

การสะท้อนคุณค่าของหลักสูตรเป็นสิ่งที่ท้าทายอย่างยิ่งต่อการบริหารหลักสูตรในสถานการณ์ปัจจุบัน เพราะจะต้องทำให้นักศึกษารู้ได้ถึงคุณค่าต่าง ๆ ที่จะสร้างสรรค์อนาคตที่ดีให้แก่การศึกษา เป็นแรงบันดาลใจที่สำคัญ ซึ่งจะทำให้เกิดแรงขับเคลื่อน (Imbriale, 2018; นิชชา โชคพิทักษ์กุล, 2557) จนทำให้เกิดการสนับสนุน บอกต่อและแนะนำหลักสูตร และทำให้นักศึกษาเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองจนสำเร็จการศึกษาได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป จะสะท้อนคุณค่าดังกล่าวนี้ได้ นั้น ต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ ที่สร้างให้เกิดประสบการณ์ที่ดี (ไข่มุกด์ วิกัยศักดิ์ และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2562; Aikaterinin, et.al., 2018; เสริมพงษ์ พรหมลี, 2559) ที่เป็นผลมาจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในระดับสาขาวิชา ระดับคณะและระดับมหาวิทยาลัยทั้งในรูปของการจัดกิจกรรมหลักของหลักสูตร กิจกรรมเสริมหลักสูตร อาจารย์ผู้สอนที่จะสร้างเสริมวิธีการเรียนรู้ (คณะกรรมการพัฒนาการประกันคุณภาพ การศึกษาภายใน ระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2562; มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2561; เสริมพงษ์ พรหมลี, 2559; วิจารณ์ พานิช, 2558) ที่จะช่วยให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อการบริหารหลักสูตรเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ (ปิยชาติ อิศรางกูร, 2561; วิทยา จารุพงศ์โสภณ, 2556; ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ, 2549) พบว่า แนวคิด



ดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ในรูปแบบของการสร้างแบรนด์สาขาวิชา (Program Branding) ซึ่งถือว่าเป็นนวัตกรรมการบริหารจัดการหลักสูตรอีกแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจโดย

นำแนวคิดกระบวนการสร้างและสื่อสารแบรนด์ภายในองค์การกับพฤติกรรมการณ์สนับสนุนแบรนด์ (หิสรพร ทองแดง และคณะ, 2561) มาผสมผสานกับแนวคิดการบริหารประสบการณ์ลูกค้า คุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้า (พิรพงศ์ แทนวิทยานนท์, เกศรา สุขเพชร และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล, 2562) ซึ่งในที่นี้หมายถึงการบริหารประสบการณ์ให้นักศึกษาโดยผ่านจุดสัมผัสต่าง ๆ (ไข่มุกด์ วิกรัยศักดิ์ และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2562; ปิยชาติ อิศรภักดี, 2561) ได้แก่ กิจกรรมหลักของหลักสูตร กิจกรรมเสริมหลักสูตร รวมถึงอาจารย์ประจำหลักสูตร ที่จะนำไปสู่การสะท้อนคุณค่าของหลักสูตร รวมถึงสะท้อนศักยภาพของสาขาวิชาในการสร้างการมีส่วนร่วมไปจนถึงความสามารถในการเป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนสังคมต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อการสร้างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจของนักศึกษาจากการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ผลการวิจัยจะทำให้ทราบถึงองค์ประกอบและอิทธิพลสำคัญจากแต่ละปัจจัยและระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีความสัมพันธ์ต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจของนักศึกษาจากการบริหารหลักสูตรฯ ซึ่งทำให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรมการบริหารจัดการหลักสูตรและการสร้างแบรนด์หลักสูตร เพื่อช่วยให้สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ และมหาวิทยาลัย สามารถตรวจสอบ ติดตาม และได้รับข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริหารจัดการหลักสูตรฯ และการจัดประสบการณ์เรียนรู้ไปพร้อมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและช่วยให้คณะกรรมการบริหารหลักสูตรชุดปัจจุบันสามารถตรวจสอบและติดตาม รวมทั้งได้ข้อเสนอแนะที่จะใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนพัฒนาปรับปรุงการบริหารจัดการหลักสูตรและการจัดประสบการณ์เรียนรู้ได้สอดคล้องกับนโยบายของคณะและมหาวิทยาลัย และยังช่วยให้การบริหารหลักสูตรฯ สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น



2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อสร้างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจของนักศึกษาจากการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

2.2 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ กับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร คือ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทั่วไปภาคปกติ จำนวน 554 คน (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2563) ซึ่งเป็นประชากรทราบจำนวนที่แน่นอน (finite population)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทั่วไปภาคปกติ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Maximum Likelihoods ตามแนวคิดของ Hair, et.al., 2010 (อรพรรณ คงมาลัย และอัญญิฐา ดิษฐานนท์, 2561) ที่คำนวณจาก 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ 33 ตัวแปร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมจึงไม่ควรน้อยกว่า 330 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) โดยการวิจัยในครั้งนี้รวบรวมและ คัดกรองได้ 403 ตัวอย่าง หรือคิดเป็น 12.21 เท่าของตัวแปรสังเกตได้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามจากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนักวิชาการต่าง ๆ (ดังตารางที่ 1) ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตามแนวคิดของ ชูศรี วงศ์รัตน์ (2560) เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ ได้ข้อคำถาม 33 คำถาม

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้ 1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการพิจารณาด้านเนื้อหา ความหมาย และการใช้ภาษาจากผู้ทรงคุณวุฒิ รวม 3 ท่าน ซึ่งข้อคำถาม 33 ข้อ มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งไม่น้อยกว่า 0.50 ถือว่าเป็นค่าความเที่ยงตรงที่เหมาะสมสามารถนำมาใช้ได้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2560) หลังจากนั้น ผู้วิจัยจึงนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วจึงนำไปทดสอบในขั้นตอนถัดไป



2) วิเคราะห์เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกทั้งหมดของข้อคำถาม โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.487-0.931 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าข้อคำถามมีอำนาจจำแนกและคุณภาพสูง (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2560) 3) วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.986 และในส่วนรายข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.985-0.987 ซึ่งถือว่ามีความน่าเชื่อถือ เพราะมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (อรพรรณ คงมาลัย และอัญญา ดิษฐานนท์, 2561) และ 4) ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยวิธีสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าทั้ง 5 ปัจจัยเป็นโครงสร้างที่สอดคล้องกันและกลมกลืนกันดี

5. ขั้นตอนเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้ 1) ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้ Google Form Application (วุฒิ สุขเจริญ, 2561) โดยผู้วิจัยได้ใช้คำถามคัดกรอง (เพื่อคัดกรองและกระจายกลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นปี) หากเลือกตอบข้ออื่นที่ไม่ตรงกับที่ได้กำหนดเงื่อนไขไว้ระบบจะทำการคัดกรองและจบการตอบแบบสอบถามทันที 2) ผลการตอบกลับคืน ได้ทั้งสิ้น 450 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง 403 คน หรือคิดเป็น 89.56 % ซึ่งเป็นจำนวนที่มากพอ สามารถนำมาใช้เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรขนาดกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว คิดเป็น 12.21 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม

6. วิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 403 ตัวอย่าง โดยดำเนินการดังนี้ 1) วิเคราะห์เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกทั้งหมดของข้อคำถาม โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.587-0.799 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าข้อคำถามมีอำนาจจำแนกและคุณภาพสูง (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2560) 2) วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.973 และในส่วนรายข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.972-0.973 จึงถือว่ามีความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ดีมาก 3) การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละปัจจัย โดยวิเคราะห์ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) พบว่ามีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -0.792 ถึง 0.140 และมีค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -0.978 ถึง 0.197 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ค่าคะแนนของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 33 ตัวแปร มีการกระจายของข้อมูลที่มีลักษณะของการแจกแจงปกติ เนื่องจากอยู่ในช่วง ± 1.96 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (วุฒิ สุขเจริญ, 2561) 4) ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ โดยใช้ค่าดัชนี Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy มีค่าเท่ากับ 0.972 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่า ข้อมูลที่มีอยู่มีความ



เหมาะสมเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (ยุทธ ไกยวรรณ, 2556) และ 5) ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยวิธีสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า มีค่าดัชนีต่าง ๆ เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดแสดงว่าโครงสร้างมีความสอดคล้องและกลมกลืนดี (สุกมาส อังสุโชติ, 2557; ยุทธ ไกยวรรณ, 2556)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง และสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อพัฒนาและยกร่างองค์ประกอบของปัจจัยในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อเป็นการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์และในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติอนุมาน ผู้วิจัยกำหนดการนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ และขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ กับข้อมูลเชิงประจักษ์

4. สรุปผลการวิจัย

1. ผลการสร้างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ โดยผู้วิจัยได้พัฒนาและยกร่างรูปแบบฯ โดยสังเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามขั้นตอนการสร้างรูปแบบฯ ที่เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม (ชีรวัดน์ นิจนตร, 2560) ผลวิจัยพบว่า

1.1 ผลการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องฯสามารถสรุปได้ดังนี้ (ดังตารางที่ 1)



ตารางที่ 1 การสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อคำถาม	การสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยฯ										รวม
	การบริหารหลักสูตร					การสร้างแบรนด์					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	
1. การประกอบอาชีพอิสระ สร้างงาน สร้างอาชีพในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้	✓	✓	✓				✓			✓	5
2. การคิดเป็นระบบ สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาต่อยอดความคิดใหม่ได้	✓	✓	✓		✓		✓			✓	6
3. ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในหลักสูตรสามารถนำไปใช้สร้างประโยชน์แก่สังคมได้	✓	✓	✓		✓		✓			✓	6
4. การประกอบอาชีพและเป็นผู้บริหารในองค์กรได้	✓	✓	✓				✓			✓	5
5. การประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจได้	✓	✓	✓				✓			✓	5
6. ความรู้ ความสามารถ เจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานในองค์กรรูปแบบต่าง ๆ ได้	✓	✓	✓				✓			✓	5
7. การสร้างเสริมคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนานตนเองและพัฒนางานอย่างต่อเนื่องได้	✓	✓	✓		✓		✓			✓	6
8. การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในธุรกิจสมัยใหม่ ธุรกิจดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้	✓	✓	✓				✓			✓	5
9. รายวิชาที่หลากหลาย น่าสนใจ และทันสมัย	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6
10. กำหนดจำนวนหน่วยกิต ตลอดหลักสูตรเหมาะสม	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6
11. กำหนดระยะเวลาที่ใช้ศึกษาตลอดหลักสูตรได้อย่างเหมาะสม	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6
12. สื่อและเทคโนโลยีภายในห้องเรียนที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน และพร้อมใช้งาน	✓	✓	✓	✓		✓	✓				6
13. การศึกษาดูงานนอกสถานที่ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ได้	✓	✓	✓	✓		✓	✓				6
14. การฝึกงาน/ฝึกประสบการณ์วิชาชีพอย่างเหมาะสม (450 ชั่วโมง)	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6



ข้อคำถาม	การสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยฯ										รวม
	การบริหารหลักสูตร					การสร้างแบรนด์					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	
15. โครงการงาน และการฝึกปฏิบัติการทำงาน เป็นทีมอย่างเป็นระบบและมีคุณภาพ	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6
16. การฝึกทักษะการเขียน การพูด และการ นำเสนอผลงานต่อสาธารณะชนได้	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6
17. กิจกรรมการสร้างรายได้แก่นักศึกษา ระหว่างเรียน	✓	✓	✓	✓		✓	✓				6
18. กระบวนการเรียนการสอนที่หล่อหลอมให้ นักศึกษาเป็นคนดี พร้อมรับใช้สังคม	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6
19. กิจกรรมเชิงวิชาการเสริมหลักสูตรที่เป็น ประโยชน์ต่อนักศึกษา	✓	✓	✓	✓		✓	✓				6
20. เครือข่ายการจัดการเรียนรู้ร่วมกับปราชญ์ ชุมชนวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานรัฐและเอกชน	✓	✓	✓	✓		✓	✓				6
21. กระบวนการเรียนการสอน การเรียนรู้ ศาสตร์พระราชาและเศรษฐกิจพอเพียงที่ สามารถหล่อหลอมให้นักศึกษาดำเนินชีวิต อย่างเหมาะสม	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6
22. ระบบการแจ้งผลการศึกษา และบริการ การศึกษาที่หลากหลายช่องทาง	✓	✓		✓		✓	✓				6
23. กฎระเบียบที่เหมาะสม สำหรับการดูแล นักศึกษา	✓	✓	✓	✓		✓	✓				6
24. ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาในการให้ คำปรึกษาแก่นักศึกษา	✓	✓	✓	✓		✓	✓				6
25. ระบบการช่วยเหลือนักศึกษาในด้าน วิชาการและด้านอื่นๆ ได้	✓	✓	✓	✓		✓	✓				6
26. การเตรียมความพร้อมของนักศึกษา ก่อน เข้าเรียนในหลักสูตรการศึกษา	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6
27. การเตรียมความพร้อมของนักศึกษา ก่อน จบหลักสูตรการศึกษา	✓	✓	✓	✓		✓		✓			6
28. ระบบสนับสนุนและช่วยเหลือในการขอ กู้ยืมเงิน ก.ย.ศ. หรือ ก.ร.อ.	✓	✓		✓		✓	✓				5
29. ผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ และความ เชี่ยวชาญในวิชาที่สอน	✓	✓			✓	✓	✓				6



ข้อคำถาม	การสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยฯ										รวม
	การบริหารหลักสูตร					การสร้างแบรนด์					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	
30. ผู้สอนเปิดโอกาสและกระตุ้นให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นในวิชาที่เรียนได้	✓	✓			✓	✓	✓				5
31. ผู้สอนมีความสามารถในการนำศาสตร์พระราชและเศรษฐกิจพอเพียงมาจัดการเรียนรู้ให้นักศึกษาได้	✓	✓			✓	✓	✓				5
32. ผู้เรียนเต็มใจจะบอกต่อและแนะนำให้รุ่นน้องและคนรู้จักมาศึกษาต่อ	✓	✓				✓	✓		✓	✓	6
33. ผู้เรียนเกิดความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะทำให้ตนเองเรียนจบภายในระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนดไว้ได้	✓	✓				✓	✓		✓	✓	6

หมายเหตุ 1) = คณะกรรมการพัฒนาการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ(2562), 2) = มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (2561), 3) = ลูกขวัญ อินทร์คล้าย, ผ่องลักษณ์ จิตต์การุญ และวิราพร พงศ์อาจารย์ (2560), 4) = เสริมพงษ์ พรหมลี (2559), 5) = วิจารย์พานิช (2558), 6) = ไชยมุขต์ วิกรัยศักดิ์ และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2562), 7) = หัสพร ทองแดง และคณะ (2561), 8) = ไชยมุขต์ วิกรัยศักดิ์ และพิทักษ์ สิริวงศ์ (2559), 9) = Imbriale (2018), 10) = ปิยชาติ อีสรรักดี (2561)

1.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อสกัดปัจจัยหลักและพิจารณาจัดกลุ่มตัวแปร โดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component of Analysis: PCA) ใช้วิธีการหมุนแกนองค์ประกอบแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีการเวรีแมกซ์ (Varimax Method) ผู้วิจัยได้ตั้งชื่อองค์ประกอบด้วยความหมายและเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมทุกตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน (ยุทธ ไกยวรรณ, 2556) พบว่า สามารถสกัดองค์ประกอบได้ 5 ปัจจัยหลัก และสามารถจัดกลุ่มตัวแปร ได้ดังนี้

1.2.1 คุณค่าของหลักสูตร (PV) ประกอบด้วย 8 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) อยู่ระหว่าง 0.751-0.834 มีค่าไอเกน เท่ากับ 6.443 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 80.537 ได้แก่ การประกอบอาชีพและเป็นผู้บริหารงานในองค์กร (PV1), ประกอบอาชีพอิสระสร้างงานสร้างอาชีพในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (PV2), ประยุกต์ใช้องค์



ความรู้ในธุรกิจสมัยใหม่ ธุรกิจดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (PV3), ความรู้ ความสามารถ เจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานในองค์กรรูปแบบต่าง ๆ (PV4), คุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาตนเองและการพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง (PV5), ความรู้ที่ได้จากการศึกษาสามารถสร้างประโยชน์แก่สังคมได้ (PV6), ประกอบอาชีพพนักงาน รัฐวิสาหกิจ (PV7) และ การคิดเป็นระบบ สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาต่อยอดความคิดใหม่ (PV8)

1.2.2 คุณลักษณะอาจารย์บัณฑิตใจ (IT) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ภายใน จำนวน 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) อยู่ระหว่าง 0.759-0.791 มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.318 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 77.267 ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในวิชาที่สอน (IT1), ความสามารถในการนำศาสตร์พระราช และเศรษฐกิจพอเพียงมาจัดการเรียนรู้ให้นักศึกษา (IT2) และ เปิดโอกาสและกระตุ้นให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น ในวิชาที่เรียน (IT3)

1.2.3 การสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ (IV) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ภายใน จำนวน 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) เท่ากับ 0.772 มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.544 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 77.190 ได้แก่ การบอกต่อและแนะนำให้รุ่นน้องและคนรู้จักมาศึกษาต่อ (IV1) และ ความมุ่งมั่นและตั้งใจเพื่อ ทำให้ตนเองเรียนจบภายในเวลาที่กำหนดได้ (IV2)

1.2.4 กิจกรรมเสริมหลักสูตร (SA) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ภายใน จำนวน 10 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) อยู่ระหว่าง 0.518-0.750 มีค่าไอเกน เท่ากับ 6.352 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 63.517 ได้แก่ กฎและระเบียบที่เหมาะสมสำหรับการดูแลนักศึกษา (SA1), เครือข่ายการจัดการเรียนรู้ร่วมกับปราชญ์ชุมชน วิสาหกิจชุมชน หน่วยงานรัฐ และเอกชน (SA2), กิจกรรมเชิงวิชาการเสริมหลักสูตรที่เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษา (SA3), ระบบสนับสนุนและช่วยเหลือในการขอกู้ยืมเงิน ก.ย.ศ. หรือ ก.ร.อ. (SA4), ระบบการแจ้งผลการศึกษาและ บริการการศึกษาที่หลากหลายช่องทาง (SA5), กิจกรรมสร้างรายได้แก่นักศึกษาระหว่างเรียน (SA6), สื่อและเทคโนโลยีภายในห้องเรียนที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน และพร้อมใช้งาน (SA7), ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาในการให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา (SA8), การศึกษาดูงานนอกสถานที่ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกับหน่วยงานอื่น (SA9) และ ระบบการช่วยเหลือนักศึกษาในด้านวิชาการและด้านอื่นๆ (SA10)

1.2.5 กิจกรรมหลักของหลักสูตร (PA) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ภายใน จำนวน 10 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) อยู่ระหว่าง 0.585-0.674 มีค่าไอเกน เท่ากับ

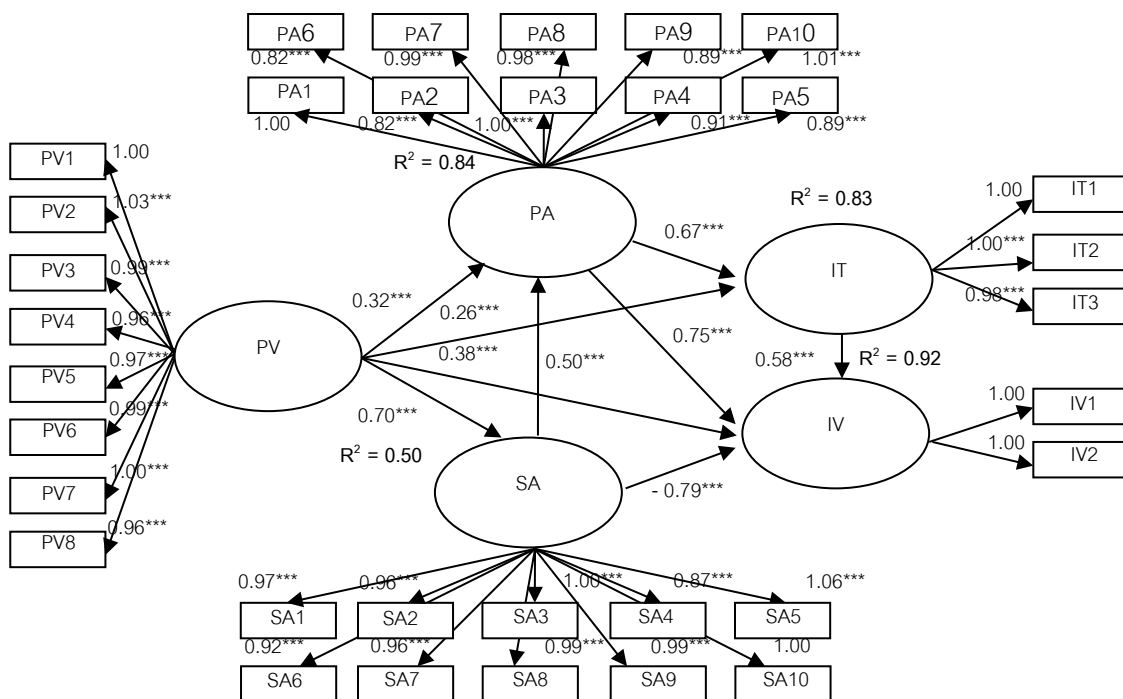


6.307 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 63.072 ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ศึกษาตลอดหลักสูตร (PA1), จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร (PA2), กระบวนการเรียนการสอนการเรียนรู้ศาสตร์ พระราชาและเศรษฐกิจพอเพียงที่หล่อหลอมให้นักศึกษาดำเนินชีวิตอย่างเหมาะสม (PA3), โครงการ และการฝึกปฏิบัติการทำงานเป็นทีมอย่างเป็นระบบและมีคุณภาพ (PA4), การฝึกทักษะการเขียน การพูด และการนำเสนอผลงานต่อสาธารณชน (PA5), รายวิชาที่หลากหลาย น่าสนใจ และทันสมัย (PA6), การเตรียมความพร้อมของนักศึกษา ก่อนจบหลักสูตรการศึกษา (PA7), การเตรียมความพร้อมของ นักศึกษาก่อนเข้าเรียนในหลักสูตรการศึกษา (PA8), การฝึกงาน/ฝึกประสบการณ์วิชาชีพอย่าง เหมาะสม (450 ชั่วโมง) (PA9) และ กระบวนการเรียนการสอนที่หล่อหลอมให้นักศึกษาเป็นคนดีพร้อม รับผิดชอบต่อสังคม (PA10)

1.3 ผลการสร้างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจาก การบริหารหลักสูตรฯ (ดังแผนภาพที่ 1) สามารถจำแนกเป็นตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 1 ตัวแปร (คือ คุณค่าของหลักสูตร) และเป็นตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 4 ตัวแปร (คือ กิจกรรมหลักของหลักสูตร , กิจกรรมเสริมหลักสูตร, คุณลักษณะอาจารย์บัณฑิตใจ และ การสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ)

2. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2.1 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า มีความสอดคล้อง และกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าไค-สแควร์ลดต่ำลงเป็น 430.43 ที่องศาอิสระเท่ากับ 395 และค่า $p = 0.106$ และผู้วิจัยจึงได้พิจารณาดัชนีรากที่สองของกำลังสองเฉลี่ยของเศษในรูป คะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR) มีค่าเท่ากับ 0.02 ดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.02 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์โดยค่า SRMR และค่า RMSEA ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 และในส่วนของค่าดัชนี GFI, AGFI, CFI และ Hoelter ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่าเท่ากับ 0.94, 0.92, 0.99 และ 414 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ โดยค่า GFI, AGFI, CFI ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.90-1.00 จึงเป็นรูปแบบที่เหมาะสมและกลมกลืนดี และค่า Hoelter ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ต้องมีค่าที่สูงกว่าหรือเท่ากับ 200 ซึ่งบ่งชี้ได้ว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (สุกมาส อังศุโชติ, 2557; ยุทธ ไกยวรรณ, 2556) สามารถแสดงค่าสถิติจากรูปแบบที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแผนภาพที่ 1



Chi-square (χ^2) = 430.43, df = 395, p = 0.106, CMIN/df = 1.09

SRMR = 0.02, RMSEA = 0.02, GFI = 0.94, AGFI = 0.92, CFI = 0.99, Hoelter = 414, ***p < .001

แผนภาพที่ 1 แสดงค่าสถิติจากรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ (รูปแบบที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์)

2.2 ผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์แยกค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างตัวแปรแฝง ของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจซึ่งปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ เรียงลำดับตามค่าอิทธิพลจากมากไปหาน้อย สามารถสรุปได้ดังนี้ (ดังตารางที่ 2)



ตารางที่ 2 ค่าอิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ระหว่างตัวแปรแฝง ในรูปแบบ

ตัวแปรเหตุ	PV			SA			PA			IT		
ตัวแปรผล	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
SA	0.70 ***	-	0.70 ***	-	-	-	-	-	-			
PA	0.66	0.34	0.32 ***	0.50 ***	-	0.50 ***	-	-	-			
IT	0.70	0.44	0.26 ***	0.33	0.33	-	0.67 ***	-	0.67 ***			
IV	0.74	0.36	0.38 ***	-0.23	0.56	-0.79 ***	1.14	0.39	0.75 ***	0.58 ***	-	0.58 ***

TE = Total Effect (อิทธิพลรวม), IE = Indirect Effect (อิทธิพลทางอ้อม), DE = Direct Effect (อิทธิพลทางตรง)***p < 0.001

จากตารางที่ 2 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลทางตรงต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ เรียงตามลำดับค่าอิทธิพลจากมากไปหาน้อย พบว่า 1) ปัจจัยกิจกรรมเสริมหลักสูตร (-79) มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แต่ปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ ผ่านปัจจัยกิจกรรมหลักของหลักสูตร จึงแสดงให้เห็นว่า หากพิจารณาถึงปัจจัยกิจกรรมเสริมหลักสูตร (โดยไม่พิจารณาปัจจัยอื่น) นั้น จะทำให้ปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ ลดลงซึ่งในทางตรงกันข้าม หากพิจารณาร่วมกับปัจจัยกิจกรรมหลักของหลักสูตร จะทำให้ปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ เพิ่มขึ้นได้ 2) ปัจจัยกิจกรรมหลักของหลักสูตร (0.75) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3) ปัจจัยคุณลักษณะอาจารย์บัณฑิตใจ (0.58) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 4) ปัจจัยคุณค่าของหลักสูตร (0.38) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตร ได้ร้อยละ 92



5. อภิปรายผลการวิจัย

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยปัจจัยแต่ละตัวส่งผลต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ปัจจัยคุณค่าของหลักสูตรซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรง ส่งผลทางอ้อม และส่งผลรวมต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (2561) ที่กล่าวว่า คุณค่าของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คือ การผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถ เจตคติที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง มีทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ สามารถนำไปประยุกต์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรมได้ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในองค์การรูปแบบต่าง ๆ ได้ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของฉิชา โชคพิทักษ์กุล (2557) ที่พบว่า คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของแต่ละตราสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยการตอบสนองของผู้บริโภคทั้ง 3 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ ความชื่นชอบตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า และการแนะนำบอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ปิยชาติ อิศรภักดี (2561) ที่กล่าวว่า ผลลัพธ์จากความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งก็คือคุณค่าเฉพาะของแบรนด์ เกี่ยวข้องโดยตรงกับผลประโยชน์การ ยอดขาย และกำไร (ให้ความสำคัญไปที่ธุรกิจ สินค้า และบริการ) ในขณะที่สมรรถนะของแบรนด์ หมายถึง สมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ, การเชื่อมโยงและสร้างสายสัมพันธ์กับผู้บริโภค ซึ่งหมายถึง การทำให้แบรนด์เป็นคนที่มีความค่าและได้รับการยอมรับ

2. ปัจจัยกิจกรรมเสริมหลักสูตร ซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรง ส่งผลทางอ้อม และส่งผลรวมต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (2561) ที่กล่าวว่า การประกันคุณภาพหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป ด้านที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสนับสนุน หรือสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ฯลฯ ที่หลักสูตรต้องบริหารจัดการให้เป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพระดับอุดมศึกษาเพื่อนำมาใช้ในการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของเสริมพงษ์ พรหมลี (2559) ที่พบว่ากิจกรรม



เสริมหลักสูตรควรมีลักษณะที่เน้นการพัฒนาตนเอง การเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ กีฬา การเสริมสร้างสมรรถนะทางกาย การพัฒนาทักษะทางปัญญา กีฬาที่ก่อให้เกิดความสุขต่อการใช้ชีวิตของนักศึกษา และควรพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เหมาะสมกับสถานการณ์ ที่มีความสอดคล้องกับหลักสูตรการเรียนการสอนที่บูรณาการการเรียนการสอนที่เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม มีวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตเพื่อการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นได้อย่างเป็นสุข รวมทั้งกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย/ภูมิปัญญาท้องถิ่น และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ไช่มุกด์ วิรยศักดิ์ และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2562) ที่กล่าวว่าวิธีการสำหรับองค์การในการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจในชีวิตของลูกค้า โดยต้องอาศัยความพร้อมขององค์การในด้านต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การออกแบบประสบการณ์ที่น่าจดจำผ่านการจัดการณ จุดสัมผัสบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาปฏิสัมพันธ์กับองค์การ จนเกิดอารมณ์ความรู้สึกจนกลายเป็นวินาทีแห่งความประทับใจและกลายเป็นประสบการณ์ร่วมที่ลูกค้าจะเก็บไว้ในความทรงจำต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่าปัจจัยกิจกรรมเสริมหลักสูตรส่งอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ นั้น อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยกิจกรรมเสริมหลักสูตรนี้ ทำให้คณะกรรมการบริหารหลักสูตรต้องให้ความสำคัญต่อกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพิ่มมากขึ้น หากยังมีการบริหารหลักสูตรอย่างไม่ระมัดระวัง หรือคณะกรรมการบริหารหลักสูตรมีความขัดแย้งกันเอง หรือมีรูปแบบหรือโครงสร้างในการทำงานที่ไม่มีคุณภาพนั้น ก็จะส่งผลกระทบในทางตรงกันข้ามได้ กล่าวคือ การสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ ก็จะลดลงตามไปด้วยนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพิรพงศ์ แทนวิทยานนท์, เกศรา สุกเพชร และโชคชัยสุเวชวัฒนกุล (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจนั้น หากเป็นไปในทิศทางบวกก็จะส่งผลดีและทำให้เกิดความภักดีแก่ลูกค้า แต่ถ้าเป็นไปในทิศทางลบจะส่งผลเสียและทำให้เกิดข้อร้องเรียนของลูกค้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพและบริการ และความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อสินค้าและบริการด้วย

3. ปัจจัยกิจกรรมหลักของหลักสูตร ซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรง ส่งผลทางอ้อม และส่งผลรวมต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ สอดคล้องกับแนวคิดของ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (2561) ที่กล่าวว่า การประกันคุณภาพหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป ด้านที่เกี่ยวข้องกับการผลิตบัณฑิต ด้านหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน สาระรายวิชาในหลักสูตร การฝึกปฏิบัติ ฯลฯ เพื่อประโยชน์ต่อการผลิตบัณฑิตและสอดคล้องต่อความต้องการของตลาดแรงงานและยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ



ลูกขวัญ อินทร์คล้าย, ผ่องลักษณ์ จิตต์การุญ และวิราพร พงศ์อาจารย์ (2560) ที่พบว่าการบริหารจัดการหลักสูตร และหน่วยงานในมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง ควรมีการฝึกอบรม ให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีกลไกการกำกับติดตาม จัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอและเหมาะสม และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ไช่มุกด์ วิกรัยศักดิ์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2559) ที่กล่าวว่า กระบวนการจัดการภายในองค์กร/ธุรกิจ ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสนับสนุนให้เกิดการมอบประสบการณ์ที่ประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งได้แก่ ภาวะผู้นำในองค์กร/ธุรกิจ นโยบายและการกำหนดทิศทางที่สำคัญในการมุ่งเน้นลูกค้าให้เป็นส่วนสำคัญที่สุด บรรยากาศในการทำงานที่มีความสุข และประสบการณ์การทำงานที่เชี่ยวชาญของพนักงาน

4. ปัจจัยคุณลักษณะอาจารย์บัณฑิตใจ ซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรง และส่งผลรวมต่อการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรสอดคล้องกับแนวคิดของ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (2561) ที่กล่าวว่า อาจารย์ผู้สอน การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน ต้องดำเนินการให้เป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพระดับอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เพิ่มพูนทักษะและการดูแลนักศึกษา และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของลูกขวัญ อินทร์คล้าย, ผ่องลักษณ์ จิตต์การุญ และวิราพร พงศ์อาจารย์ (2560) ที่พบว่าอาจารย์ประจำหลักสูตรควรได้รับการฝึกอบรม และกำหนดให้มีคู่มือที่ชัดเจนในการกำกับดูแลนักศึกษาเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการหลักสูตรและการพัฒนาหลักสูตร ซึ่งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ วิจารย์ พานิช (2558) ที่กล่าวว่า อาจารย์ต้องไม่ใช่แค่มีใจ เอาใจใส่ผู้เรียนเท่านั้น ต้องมีทักษะในการจุดไฟในใจผู้เรียน ให้รักการเรียนรู้ และกระตุ้นให้อยากเรียนรู้ตลอดไปตลอดชีวิต ต้องคอยช่วยแนะนำ ช่วยออกแบบกิจกรรมให้ผู้เรียนแต่ละคนประเมินความก้าวหน้าของการเรียนรู้ของตนเองได้

5. ปัจจัยการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นฯ รวมถึงผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ จะพบว่าปัจจัยดังกล่าว มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของหัสพร ทองแดง และคณะ (2561) ที่พบว่า การสนับสนุนแบรนด์องค์กรของพนักงานภายในองค์กรจะสะท้อนออกมาใน 2 มิติด้วยกัน คือ มิติที่ 1 ด้านเจตคติ ซึ่งมี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้ที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่เปรียบองค์กรเป็นเสมือนครอบครัว ความมุ่งมั่นผูกพันกับแบรนด์ที่จะส่งมอบคุณค่าแบรนด์หรือคุณค่าองค์กรไปสู่ลูกค้า และความจงรักภักดีต่อแบรนด์ พนักงานจะบอกเพื่อนหรือคนรู้จักว่าทำงานอยู่ในองค์กรที่ดีมาก และเป็นองค์กรที่ดีที่สุด ส่วนมิติที่ 2 ด้านพฤติกรรมของพนักงาน ที่แสดงออกในการปฏิบัติงาน



และการส่งมอบคุณค่า พันธสัญญาของแบรนด์ไปสู่ลูกค้าหรือบุคคลภายนอกองค์กรและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ปิยชาติ อิศรภักดี (2561) ที่กล่าวว่า ความสำเร็จในการสร้างแรงบันดาลใจ คือ การที่แบรนด์สามารถนำส่งคุณค่าร่วมให้กลายเป็นคุณค่าเฉพาะ มากกว่าที่จะเป็นเพียงแค่สินค้าหรือบริการ ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถเชื่อมโยงเข้ากับแบรนด์และการมีชีวิตของแบรนด์ที่แท้จริง แรงบันดาลใจที่ยอดเยียมจะเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคสื่อสารเรื่องราวและประสบการณ์ที่มีต่อแบรนด์ออกไปสู่คนรอบข้าง การแสดงออกซึ่งความชอบ การซื้อสินค้า ได้อีกด้วย

6. องค์ความรู้จากการวิจัย

การสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตร เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าของหลักสูตร คุณลักษณะอาจารย์ผู้สร้างแรงบันดาลใจ กิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมของหลักสูตร ที่สอดคล้องกับการบรรลุเป้าหมายสูงสุดของผู้เรียน ซึ่งจะกลายเป็นจุดเริ่มต้นและแรงบันดาลใจที่ยอดเยียมและสำคัญ ที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความมุ่งมั่น ตั้งใจ และสามารถเรียนจบได้ตามระยะเวลาที่กำหนด รวมทั้งบอกต่อ และแนะนำเรื่องราว ประสบการณ์ที่ดี แก่ผู้คนที่ตนรู้จักด้วยความเต็มใจต่อไป

7. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยข้างต้นชี้ให้เห็นเชิงประจักษ์ว่าการสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจจากการบริหารหลักสูตรฯ ได้นั้นหลักสูตรฯ สามารถนำข้อค้นพบมาประยุกต์ใช้ได้ โดยการมุ่งเน้นในเรื่องต่อไปนี้

1. คุณค่าของหลักสูตร ควรมุ่งพัฒนาหลักสูตรฯ ให้ผู้เรียนหลังจากจบหลักสูตรสามารถประกอบอาชีพอิสระ สร้างงานสร้างอาชีพในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ สามารถประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ สามารถประยุกต์ใช้ในธุรกิจสมัยใหม่ ธุรกิจดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและนวัตกรรมต่าง ๆ สามารถสร้างประโยชน์แก่สังคม ทำให้ผู้เรียนมีคุณธรรมจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดการพัฒนาตนเองและงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถและเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานในองค์กรรูปแบบต่าง ๆ ได้ ทำให้ผู้เรียนเกิดการคิดอย่างเป็นระบบสามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาต่อยอดความคิดใหม่ ๆ ได้ และผู้เรียนสามารถประกอบอาชีพและเป็นผู้บริหารงานในองค์กรได้ ตามลำดับ



2. กิจกรรมเสริมหลักสูตร ควรมุ่งพัฒนาในเรื่องระบบการแจ้งผลการศึกษา และบริการทางการศึกษาที่หลากหลายช่องทาง มีกิจกรรมเชิงวิชาการเสริมหลักสูตรที่เป็นประโยชน์ พัฒนาระบบอาจารย์ที่ปรึกษาในการให้คำปรึกษา มีการศึกษาดูงานนอกสถานที่และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ ปรับปรุงกฎและระเบียบที่เหมาะสมสำหรับการดูแลนักศึกษา มีเครือข่ายการจัดการเรียนรู้ร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานรัฐและเอกชน พัฒนาสื่อและเทคโนโลยีภายในห้องเรียนที่ทันสมัยได้มาตรฐานและพร้อมใช้งาน มีกิจกรรมสร้างรายได้แก่นักศึกษาระหว่างเรียน มีระบบสนับสนุนและช่วยเหลือในการกู้ยืมเงิน ก.ย.ศ.หรือ ก.ร.อ. และพัฒนาระบบการช่วยเหลือนักศึกษาในด้านวิชาการและด้านอื่น ๆ ตามลำดับ

3. กิจกรรมหลักของหลักสูตร ควรมุ่งพัฒนาในเรื่องกระบวนการเรียนการสอนที่หล่อหลอมให้นักศึกษาเป็นคนดีพร้อมรับใช้สังคม กระบวนการสอนการเรียนรู้ศาสตร์พระราชา และเศรษฐกิจพอเพียงที่หล่อหลอมให้นักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเหมาะสม เช่น การจัดการเรียนรู้ที่เน้นบูรณาการกับศาสตร์พระราชาและเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ เป็นคนดี พร้อมรับใช้สังคม และมีแนวทางการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น เตรียมความพร้อมก่อนจบหลักสูตร เตรียมความพร้อมก่อนเข้าเรียน พัฒนาโครงงานและการฝึกปฏิบัติ การทำงานเป็นทีมที่เป็นระบบและมีคุณภาพ ฝึกทักษะการเขียน พูดและนำเสนอผลงานต่อสาธารณะ การฝึกงานอย่างเหมาะสม (450 ชั่วโมง) มีจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตรอย่างเหมาะสม มีรายวิชาที่หลากหลายน่าสนใจและทันสมัย และกำหนดระยะเวลาที่ใช้ศึกษาตลอดหลักสูตรอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

4. คุณลักษณะอาจารย์ที่สร้างแรงบันดาลใจ ควรมุ่งพัฒนาอาจารย์ ให้สามารถสร้างแรงบันดาลใจ โดยเฉพาะในเรื่องความสามารถในการนำศาสตร์พระราชาและเศรษฐกิจพอเพียงมาจัดการเรียนรู้ให้นักศึกษา เช่น การบริหารหลักสูตรฯ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ของหลักสูตรฯ ได้พัฒนารูปแบบการจัดประสบการณ์เรียนรู้จากการศึกษาแนวคิดและแนวทางการประยุกต์ใช้ศาสตร์พระราชาและเศรษฐกิจพอเพียงที่ประสบความสำเร็จ มาจัดการเรียนรู้แก่ผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ และเน้นให้ผู้เรียนนำไปใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต เป็นต้น รวมทั้งอาจารย์ต้องเปิดโอกาสและกระตุ้นให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นในวิชาที่เรียนได้ และอาจารย์บัณฑิตใจควรมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในวิชาที่สอนด้วย

5. การสะท้อนคุณค่าแห่งแรงบันดาลใจ มุ่งสร้างให้ผู้เรียนเกิดแรงบันดาลใจ และสะท้อนคุณค่าออกมาโดยผู้เรียนเต็มใจจะบอกต่อ แนะนำให้รุ่นน้องและคนรู้จักมาศึกษาต่อ เช่น



การบริหารหลักสูตรฯ ที่มุ่งสร้างให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ และได้ประสบการณ์ที่ดี เพื่อทำให้ผู้เรียนได้พิสูจน์และค้นพบว่าหลักสูตรฯ สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการอย่างแท้จริง ผู้เรียนก็จะสะท้อนประสบการณ์ที่ดีที่มีต่อหลักสูตรฯ ไปยังรุ่นน้อง และคนที่รู้จักให้มาศึกษาต่อ เป็นต้น และโดยทำให้ผู้เรียนเกิดความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะทำให้อาชีพของตนเองเรียนจบภายในระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนดไว้ได้ เช่น การบริหารหลักสูตรฯ ที่ทำให้ผู้เรียนเห็นถึงคุณค่าของหลักสูตรฯ และเห็นคุณค่าในความสำเร็จของผู้เรียนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จะทำให้ผู้เรียนเกิดแรงบันดาลใจ และเป็นแรงผลักดันที่จะทำให้เกิดความมุ่งมั่นตั้งใจ สามารถเรียนจบได้ ภายในระยะเวลาที่หลักสูตรฯ กำหนด เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ไข่มุกด์ วิกรัยศักดิ์ตา และ เณลิ้มชัย กิตติศักดิ์ดิโนวิน. (2562). ความสำคัญของประสบการณ์ลูกค้าในธุรกิจบริการ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาดในโลกอนาคต. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 12(2), 537-554.
- ไข่มุกด์ วิกรัยศักดิ์ตา และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2559). แนวปฏิบัติที่ดีสู่การบริการเชิงสร้างสรรค์ ของโรงแรมระดับ 5 ดาว กรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(3), 131-150.
- คณะกรรมการพัฒนาการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ. (2562). *คู่มือประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2562*. กรุงเทพฯ: เค.พี.จันทร์เกษม.
- ชีรวัดณ์ นิจนตร. (2560). การวิจัยพัฒนารูปแบบทางสังคมศาสตร์และการศึกษา. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 4(2), 71-102.
- ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. (2549). *กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้า*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ยูเรก้า.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2560). *เทคนิคการสร้างเครื่องมือวิจัย: แนวทางการนำไปใช้อย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ณิชา โชคพิทักษ์กุล. (2557). *การวัดคุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.



ปิยชาติ อีสรรักดี. (2561). *Branding 4.0*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ฮาวทู อมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

พิรพงศ์ แทนวิทยานนท์, เกศรา สุขเพชร และ โชคชัย สุเวชวัฒนกุล. (2562). การบริหารประสบการณ์ลูกค้า คุณค่า และความพึงพอใจลูกค้าในธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ: ความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(1), 107-122

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. (2563). *หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป*. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2563, จาก <https://manage.pnru.ac.th/uploadfiles/uploadfile/12/2e1cd848a99031a2cb416a8d2e9cf60e.pdf>

ยุทธ ไกยวรรณ. (2556). *การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลูกขวัญ อินทร์คล้าย, ผ่องลักษณ์ จิตต์การุญ และ วิราพร พงศ์อาจารย์. (2560). *แนวทางการพัฒนากระบวนการพัฒนาหลักสูตรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2558*. ใน การประชุมสัมมนาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 17 (น. 305-316). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

วิทยา จารุพงศ์โสภณ. (2556). *กลยุทธ์การบริหารแบรนด์*. กรุงเทพฯ: แพลนพรินต์.

วิจารณ์ พานิช. (2558). *วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ ในศตวรรษที่ 21*. *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 1(2), 3-14.

วุฒิ สุขเจริญ. (2561). *วิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุกมาส อังศุโชติ. (2557). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม Lisrel*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: เจริญมั่นคงการพิมพ์.

เสริมพงษ์ พรหมลี. (2559). *กิจกรรมเสริมหลักสูตรที่พึงจะเป็น*. *วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 10(2), 156-164.

สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. (2563). *รายงานการคงอยู่ของนักศึกษา ปี 2562*. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2563, จาก <http://etcserv.pnru.ac.th/Offi/acade/statisticjeab/62/month/11/2.pdf>



หัสพร ทองแดง, ยุทธนา ไชยจุลกุล, วิชุดา กิจธรรม และ พัทธี เที่ยจรรยา. (2561). กระบวนการสร้างและการสื่อสารแบรนด์ภายในองค์กรกับพฤติกรรมการสนับสนุนแบรนด์ของพนักงานองค์กรเอกชนภูเก็ตลาดอาเชียน. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 4(1), 274-290.

อรพรรณ คงมัลย์ และ อัญญา ดิษฐานนท์. (2561). *เทคนิคการวิจัยด้านการบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Aikaterinin M., et.al. (2018). The Impact of brand authenticity on building brand love: An investigation of impression in memory and Lifestyle-congruence. *International Journal of Hospitality Management*, 8(8), 38-47.

Imbriale, R. (2018). *Motivational Marketing: How to Effectively Motivate Your Prospects to Buy Now, Buy More, and Tell Their Friends Too!*. 8th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.