



หลักสูตรประกาศนียบัตรการเป็นผู้ประกอบการ  
หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2566

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยทักษิณ

## สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2	ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	7
หมวดที่ 3	ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	12
หมวดที่ 4	หลักเกณฑ์ในการประเมินผลผู้เรียน	17
หมวดที่ 5	การประเมินและปรับปรุงกระบวนการดำเนินการของหลักสูตร	18
<b>ภาคผนวก</b>		
ภาคผนวก ก	คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร	21
ภาคผนวก ข	ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร	23
ภาคผนวก ค	ประกาศมหาวิทยาลัยทักษิณ ว่าด้วย ระบบการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต พ.ศ. 2564	29
ภาคผนวก ง	ข้อบังคับมหาวิทยาลัยทักษิณ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559	33

หลักสูตรประกาศนียบัตรการเป็นผู้ประกอบการ  
หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2566

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา วิทยาเขตสงขลา คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรประกาศนียบัตรการเป็นผู้ประกอบการ

ภาษาอังกฤษ : Certificate of Entrepreneurship

2. รหัสหลักสูตรประกาศนียบัตร M070101

3. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวน 18 หน่วยกิต

จำนวนชั่วโมงในการจัดการศึกษา 330 ชั่วโมง

ทฤษฎี 210 ชั่วโมง ปฏิบัติ 120 ชั่วโมง

4. ประเภทของหลักสูตร

หลักสูตรประกาศนียบัตร แบบชุดวิชา

4.1 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

4.2 กลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับการศึกษ

หลักสูตรกำหนดรายละเอียดคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถของผู้เรียน

4.2.1 บุคคลทั่วไป

- ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า
- ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือระดับ ปวส.
- นิสิต/นักศึกษา
- ผู้ที่ทำงานแล้วและต้องการเพิ่มพูนสมรรถนะ
- อื่น ๆ ตามข้อกำหนดของหลักสูตร

4.2.2 กลุ่มผู้เรียนตามข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับหน่วยงานภายนอก

ไม่มี

**5. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร**

5.1 หลักสูตรประกาศนียบัตรการเป็นผู้ประกอบการ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2566 ผ่านสมรรถนะหลักของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 โดยผ่านสภามหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 11/2564 เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2564 มีมติอนุมัติหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565

5.2 คณะกรรมการประจำคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 10/2565 เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2565

5.3 คณะกรรมการตรวจสอบหลักสูตร ครั้งที่ 7/2565 เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2565

5.4 เปิดสอนภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 เป็นต้นไป

5. ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิของอาจารย์ประจำหลักสูตรประกาศนียบัตรแบบชุดวิชา (Non-degree)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สถาบัน	ปี พ.ศ.
1*	นางสาวนิจกานต์ หนูอุไร	อาจารย์	ปร.ด.	การจัดการ	ม.สงขลานครินทร์	2560
			บธ.ม.	การตลาด	ม.ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร	2550
			บธ.บ.	การตลาด	ม.ทักษิณ	2547
2	นางสาวอรศิริ ลีลายุทธชัย	อาจารย์	บธ.ม.	การตลาด	ม.เกษตรศาสตร์	2545
			บธ.บ.	การตลาด	ม.สงขลานครินทร์	2543
3	นายอรรถพงศ์ เขียวแกร	อาจารย์	บธ.ม.	การตลาด	ม.เกษตรศาสตร์	2545
			บธ.บ.	การตลาด	ม.สงขลานครินทร์	2543
4	นางสาวจิราพร คงรอด	อาจารย์	M.B.I.T.	International Trade	Victoria University, Australia	2543
			บธ.บ.	การตลาด	ม.เชียงใหม่	2541
5	นางสาวจารุมาศ เสน่หา	อาจารย์	บธ.ม.	การตลาด	ม.รามคำแหง	2545
			บธ.บ.	การตลาด	ม.รามคำแหง	2542

\* ระบุอาจารย์ผู้ประสานหลักสูตรแบบชุดวิชา

6. แนวทางการพัฒนาอาจารย์เพื่อส่งเสริมการบรรลุสมรรถนะของผู้เรียน (AUN 6)

1. การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- หลักสูตรสนับสนุนงบประมาณในการส่งเสริมให้อาจารย์เพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนการวิจัยอย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

- การเพิ่มพูนและพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัย
- การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ อภิปรายปัญหาและแนวทางการแก้ไข ระหว่าง

อาจารย์ในสาขาวิชา

- พัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา
- การส่งเสริมให้อาจารย์สามารถจัดการเรียนการสอนโดยบูรณาการกับการวิจัยและ

การบริการวิชาการ

2. การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

- หลักสูตรมีแนวทางให้อาจารย์จัดทำแผนการพัฒนาดตนเอง เพื่อส่งเสริมการบรรลุสมรรถนะของหลักสูตร

- หลักสูตรส่งเสริมให้อาจารย์มีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม

- หลักสูตรส่งเสริมและสนับสนุนอาจารย์ให้ทำผลงานทางวิชาการทางด้านการตลาดหรือศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ

- หลักสูตรส่งเสริมการดำเนินการวิจัยทางด้านการตลาดหรือศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจที่สามารถนำมาบูรณาการกับการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับสมรรถนะของหลักสูตร

- หลักสูตรส่งเสริมให้คณาจารย์พัฒนาสมรรถนะตนเองด้านการจัดการเรียนการสอนและการวิจัยให้สอดคล้องกับสมรรถนะของหลักสูตร

7. สถานที่จัดการเรียนการสอน

7.1 ภายในมหาวิทยาลัย

- มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
- มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

7.2 ภายนอกมหาวิทยาลัย

- สถานประกอบการ/หน่วยงานภายนอก (โปรดระบุ).....

8. จุดเน้นของหลักสูตร

8.1 S-Curve, New S-Curve + 2 อุตสาหกรรมเป้าหมาย

นโยบายของประเทศ
<b>S-Curve</b>
<input type="checkbox"/> 1. อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่
<input type="checkbox"/> 2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ
<input type="checkbox"/> 3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
<input type="checkbox"/> 4. อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
<input type="checkbox"/> 5. อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร
<b>New S-Curve</b>
<input type="checkbox"/> 1. อุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม
<input type="checkbox"/> 2. อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร
<input type="checkbox"/> 3. อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์
<input type="checkbox"/> 4. อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ
<input checked="" type="checkbox"/> 5. อุตสาหกรรมดิจิทัล
<b>อุตสาหกรรมเป้าหมาย</b>
<input type="checkbox"/> 1. อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ
<input checked="" type="checkbox"/> 2. อุตสาหกรรมพัฒนาคนและการศึกษา

หลักสูตรฯ มีการพัฒนาการศึกษาของชาติจึงเป็นภารกิจหลักในการพัฒนาคน อันเป็นรากฐาน ของการพัฒนาประเทศในทุกุระบบ โดยมีกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564 เป็นกรอบในการดำเนินการ เพื่อให้การพัฒนาประเทศในทุกุระบบ มีความสอดคล้องกัน และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาประเทศให้ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ผ่านการสร้างเชื่อมั่นในกลุ่มประเทศอาเซียนและประชาคมโลกที่มีต่อประเทศไทย 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาคนเพื่อยกระดับผลิตภาพและการใช้นวัตกรรมในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 3) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนของชาติ เพื่อพัฒนาคนและสังคมไทยให้เป็นรากฐานที่แข็งแกร่งของประเทศ 4) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาส ความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันทางสังคม เพื่อเร่งกระจายโอกาสการพัฒนาให้ทั่วถึง ลดความเหลื่อมล้ำไปสู่สังคมที่เสมอภาคและเป็นธรรม 5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบ

บริหารจัดการภาครัฐ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสม มีสมรรถนะสูง มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล กระจายบทบาทภารกิจไปสู่ท้องถิ่นอย่างเหมาะสม และมีธรรมาภิบาล

## 8.2 นโยบายของมหาวิทยาลัยทักษิณ

หลักสูตรมุ่งผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับพันธกิจและตอบนโยบายกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งพันธกิจด้านจัดการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตและพัฒนากำลังคนคุณภาพ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงมุ่งพัฒนาหลักสูตรที่มีมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของสังคม โดยการผลิตบัณฑิตสู่การเป็นนักตลาดเพื่อการประกอบการที่มีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ทางการตลาดและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ สามารถบูรณาการความรู้และทักษะทางการตลาดสู่การปฏิบัติจริงผ่านการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดสมัยใหม่สำหรับการคิดวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การสร้างสรรค์ผลงานวิจัยและบริการวิชาการที่ตรงกับความต้องการของสังคมและชุมชน การคิดสร้างสรรค์ทางการตลาดที่สอดคล้องและเหมาะสมกับสังคมในยุคดิจิทัล รวมถึงการพัฒนานิสิตตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และมีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21



## หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

### 1. การออกแบบหลักสูตร

#### 1.1 ระบุที่มาของการกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง แนวคิด เหตุผล และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ที่มาของการกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง แนวคิด เหตุผล

จากการพัฒนาการศึกษาของชาติจึงเป็นภารกิจหลักในการพัฒนาคน อันเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศในทุกระบบ โดยมีกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เป็นกรอบในการดำเนินการ เพื่อให้การพัฒนาประเทศในทุกระบบมีความสอดคล้องกัน และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาประเทศให้ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ผ่านการสร้างเชื่อมั่นในกลุ่มประเทศอาเซียนและประชาคมโลกที่มีต่อประเทศไทย พร้อมกับความต้องการของตลาดแรงงานที่ต้องการยกระดับความรู้ของพนักงาน ลูกจ้าง ให้มีความรู้ด้านการประกอบธุรกิจที่ทันสมัยทำให้หลักสูตรได้เห็นถึงความสำคัญในการยกระดับความรู้ของผู้ที่มีความต้องเรียนทักษะด้านผู้ประกอบการให้มากยิ่งขึ้น

#### วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านธุรกิจเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ

#### 1.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ดังนี้

- (1) อธิบายความรู้ด้านธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
- (2) ประยุกต์ใช้ความรู้ด้านธุรกิจเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ

1.3 การพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLOs

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร Program Learning Outcomes (PLOs)	ความเชื่อมโยงระหว่าง รายวิชากับ KSA	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวน หน่วยกิต X(X-X-X)
PLO 1 อธิบายความรู้ด้านธุรกิจ สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	K1+S1+S2+S3+A1+A2	0701111	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
	K2+S1+S2+S3+A1+A2	0701112	การบัญชีสำหรับผู้บริหารและผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
	K3+S1+S2+S3+A1+A2	0701113	หลักการตลาด	3(2-2-5)
	K4+S1+S2+S3+A1+A2	0701114	โมเดลธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
	K5+S2+S3+A1+A2	0701115	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	3(3-0-6)
	K6+S1+S2+S3+A1+A2	0701116	ภาษาอังกฤษธุรกิจสำหรับนักการตลาด	3(2-2-5)
PLO 2 ประยุกต์ใช้ความรู้ด้าน ธุรกิจเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ	K1+S4+S5+S6+S7+A1+A2	0701111	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
	K2+S4+S5+S6+S7+A1+A2	0701112	การบัญชีสำหรับผู้บริหารและผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
	K3+S4+S5+S6+S7+A1+A2	0701113	หลักการตลาด	3(2-2-5)
	K4+S4+S5+S6+S7+A1+A2+A3	0701114	โมเดลธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
	K5+S5+S6+S7+A1+A2	0701115	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	3(3-0-6)
	K6+S4+S5+S6+A1	0701116	ภาษาอังกฤษธุรกิจสำหรับนักการตลาด	3(2-2-5)

1.4 ระบุเนื้อหาที่ผู้เรียนต้อง "รู้ (Know)" และ "เข้าใจ (Understanding)" ทักษะ (Skills) ที่ผู้เรียนต้องฝึก และเจตคติ (Attitude) ที่ผู้เข้าเรียนต้องมีเพื่อให้  
เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่ระบุในข้อ 1.3 ข้างต้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLOs	เนื้อหาที่ผู้เรียนต้อง "รู้" และ "เข้าใจ" (Know)	ทักษะ (Skills)	เจตคติ (Attitude)
PLO 1 อธิบายความรู้ด้านธุรกิจสำหรับ การเป็นผู้ประกอบการ	K1 ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ K2 ความรู้ด้านการบัญชี K3 ความรู้ด้านการตลาด K4 ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ K5 ความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจและภาษี อากร K6 ความรู้ด้านภาษาอังกฤษธุรกิจสำหรับ นักการตลาด	S1 การปฏิบัติการศาสตร์ทางการตลาด และ ศาสตร์ทางบริหารธุรกิจ S2 การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทาง การตลาด S3 การรู้เท่าทันสื่อ การติดตามความเคลื่อนไหว ทางการตลาด	A1 ความกระตือรือร้น และการเรียนรู้ ตลอดชีวิต A2 เจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ความเป็นผู้นำ ทำงานเป็นทีม
PLO 2 ประยุกต์ใช้ความรู้ด้านธุรกิจเพื่อ การเป็นผู้ประกอบการ	K1 ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ K2 ความรู้ด้านการบัญชี K3 ความรู้ด้านการตลาด K4 ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ K5 ความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจและภาษี อากร K6 ความรู้ด้านภาษาอังกฤษธุรกิจสำหรับ นักการตลาด	S4 การวางแผน และออกแบบกลยุทธ์ S5 การคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดเชิงบวก และ การบูรณาการศาสตร์ทางการตลาดขั้นสูงสู่การ ปฏิบัติจริง S6 การวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล S7 การแก้ปัญหาทางการตลาดหรือทางธุรกิจบน พื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรมในการ ประกอบการ	A1 ความกระตือรือร้น และการเรียนรู้ ตลอดชีวิต A2 เจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ความเป็นผู้นำ ทำงานเป็นทีม A3 ความท้าทาย และกรอบความคิด แบบเติบโต (Growth Mindset)

1.5 ระบุวิธีการวัด (Assessment) ความสามารถ และหรือ ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดในข้อ 1.4 ข้างต้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLOs	สถานการณ์หรือภาระงานที่สะท้อนสมรรถนะของผู้เรียน	เกณฑ์การบรรลุสมรรถนะ
PLO 1 อธิบายความรู้ด้านธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	1. การบรรยาย (Lecture) 2. การลงมือปฏิบัติจริง (Active Based Learning)	1. การทดสอบย่อย สอบกลางภาคและสอบปลายภาค 2. การจัดทำชิ้นงานหรือรายงานทางวิชาการ 3. การนำเสนอผลงาน
PLO 2 ประยุกต์ใช้ความรู้ด้านธุรกิจเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ	1. การบรรยาย (Lecture) 2. การลงมือปฏิบัติจริง (Active Based Learning) 3. การใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activities Based Learning) 4. การฝึกปฏิบัติ (Practice / Apprenticeship) 5. การใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning)	1. การทดสอบย่อย สอบกลางภาคและสอบปลายภาค 2. การจัดทำชิ้นงานหรือรายงานทางวิชาการ 3. การนำเสนอผลงาน

1.6 แผนการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร SPOs ที่กำหนดในหัวข้อ 1.3 - 1.5 ข้างต้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้หลักสูตร PLOs	วิธีการจัดการเรียนการสอน Learning Pedagogy	การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ Learning Activities
PLO 1 อธิบายความรู้ด้านธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	การจัดการเรียนการสอนแบบ - การบรรยาย (Lecture) - การลงมือปฏิบัติจริง (Active Based Learning)	1. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง กรณีศึกษา การศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง 2. การมอบหมายหัวข้อหรือชิ้นงาน การค้นคว้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และรูปแบบอื่น ๆ การจัดทำชิ้นงาน การอภิปราย และการนำเสนอ 3. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยการมอบหมายการทำงาน โดย การคิดวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และการระดมสมอง เพื่อให้ได้แผนการตลาด 4. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยการใช้บทบาทสมมติ (Role Playing)
PLO 2 ประยุกต์ใช้ความรู้ด้านธุรกิจเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ	การจัดการเรียนการสอนแบบ - การบรรยาย (Lecture) - การลงมือปฏิบัติจริง (Active Based Learning) - การใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activities Based Learning) - การใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) - การฝึกปฏิบัติ (Practice / Apprenticeship)	1. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง กรณีศึกษา การศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง 2. การมอบหมายหัวข้อหรือชิ้นงาน การค้นคว้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และรูปแบบอื่นๆ การจัดทำชิ้นงาน การอภิปราย และการนำเสนอ 3. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยการมอบหมายการทำงาน โดย การคิดวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และการระดมสมอง เพื่อให้ได้แผนการตลาด

ผลลัพธ์การเรียนรู้หลักสูตร PLOs	วิธีการเรียนการสอน Learning Pedagogy	การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ Learning Activities
		4. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้บทบาทสมมติ (Role Playing)

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยทักษิณ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559 ในหมวดที่ 1 ข้อ 8 ระบบการศึกษา และในหมวดที่ 4 ข้อ 15 การจัดการศึกษา

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ให้เป็นไปตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา หลักสูตรสามารถกำหนดเพิ่มเติมได้

ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยทักษิณ ว่าด้วย ระบบการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต พ.ศ. 2564 ข้อ 8 (ภาคผนวก ค) และข้อบังคับมหาวิทยาลัยทักษิณ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559 หมวดที่ 3 ข้อที่ 12 (ภาคผนวก ง)

2.3 แผนการรับผู้เรียนในระยะ 5 ปี

ปีการศึกษา/ภาคเรียน	จำนวนผู้เรียนในแต่ละภาคเรียน			
	ภาคเรียนที่ 1	ภาคเรียนที่ 2	ภาคเรียนฤดูร้อน	รวม
2566	40	-	-	40
2567	40	-	-	40
2568	40	-	-	40
2569	40	-	-	40
รวม	160	-	-	160
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา ในชุดวิชา	160	-	-	160

2.4 งบประมาณตามแผน

ใช้งบประมาณเงินรายรับและรายจ่ายของมหาวิทยาลัยทักษิณ ตามรายละเอียดดังนี้

2.4.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

รายรับ	ภาคเรียนที่ 1	ภาคเรียนที่ 2	ภาคเรียนฤดูร้อน	รวมรายรับ
ค่าธรรมเนียม ปี 2566	360,000	-	-	360,000
ค่าธรรมเนียม ปี 2567	360,000	-	-	360,000
ค่าธรรมเนียม ปี 2568	360,000	-	-	360,000
ค่าธรรมเนียม ปี 2569	360,000	-	-	360,000
<b>รวมรายรับ</b>	<b>1,440,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1,440,000</b>

อัตราค่าธรรมเนียม รายวิชาละ 1,500 บาท ชุดวิชาละ 9,000 บาท

2.4.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

รายจ่าย	ปีการศึกษา			
	2566	2567	2568	2569
1. ค่าธรรมเนียมการจัดการหลักสูตร หักให้มหาวิทยาลัย 30%	108,000	108,000	108,000	108,000
2. ค่าจัดการหลักสูตร 70%	252,000	252,000	252,000	252,000
2.1 ค่าตอบแทนบุคลากรไม่เกิน 10%	25,200	25,200	25,200	25,200
2.2 ค่าตอบแทนการสอนไม่เกิน 50%	126,000	126,000	126,000	126,000
3. ค่าวัสดุ อุปกรณ์	25,000	25,000	25,000	25,000
4. ค่าใช้สอย	25,000	25,000	25,000	25,000
5. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	38,200	38,200	38,200	38,200
6. เงินสำรองจ่าย 5%	12,600	12,600	12,600	12,600
<b>รวมรายจ่าย</b>	<b>360,000</b>	<b>360,000</b>	<b>360,000</b>	<b>360,000</b>

หมายเหตุ : ขอล้างเฉลี่ยทุกรายการ

2.5 ระบบการศึกษา

- แบบชั้นเรียนปกติ (on-site)
- แบบออนไลน์ (online)
- แบบผสมชั้นเรียนและออนไลน์ (Hybrid)
- แบบทางไกลทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก (E-learning)
- แบบอื่นตามที่หลักสูตรกำหนด โปรดระบุ.....



### 3. หลักสูตร

3.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต

#### 3.2 โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา

N0701111	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)
N0701112	การบัญชีสำหรับผู้บริหารและผู้ประกอบการ Accounting for Executives and Entrepreneurs	3(2-2-5)
N0701113	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(2-2-5)
N0701114	โมเดลธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ Business Model for Entrepreneurs	3(2-2-5)
N0701115	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร Business Laws and Taxation	3(3-0-6)
N0701116	ภาษาอังกฤษธุรกิจสำหรับนักการตลาด Business English for Marketers	3(2-2-5)

#### 3.3 คำอธิบายรายวิชา

N0701111 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(3-0-6)

##### Principles of Economics

หลักการและแนวคิดพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ ระบบเศรษฐกิจ แนวคิดเศรษฐศาสตร์จุลภาคในเรื่องทฤษฎีราคา การผลิต การบริโภค โครงสร้างตลาด และการกระจายรายได้ แนวคิดเศรษฐศาสตร์มหภาคในเรื่องรายได้ประชาชาติ อุปสงค์รวม อุปทานรวม นโยบายการเงิน การคลัง การค้าชายแดนและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

Principles and basic concepts of economics; economic system; microeconomic theoretical concepts of price, production, consumption, market structure, and income distribution; macroeconomic concepts of national income, aggregate demand, aggregate supply, monetary, fiscal policies, border trade and international economics

N0701112 การบัญชีสำหรับผู้บริหารและผู้ประกอบการ 3(2-2-5)

##### Accounting for Executives and Entrepreneurs

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบัญชี รูปแบบรายงานทางการเงิน การจัดการต้นทุน การตัดสินใจการลงทุน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร และการวิเคราะห์การเงิน

Fundamental concepts of accounting, financial statement; cost management; capital investment decision - making; analysis of cost - volume - profit relationships and financial statement analysis

**N0701113 หลักการตลาด**

**3(2-2-5)**

**Principles of Marketing**

ความหมาย หลักการ และความสำคัญของการตลาด บทบาท หน้าที่ และผลกระทบที่สำคัญของการตลาดต่อเศรษฐกิจและสังคม สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และจริยธรรมของนักการตลาด การฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและส่วนประสมทางการตลาด

Meanings, principles, and significance of marketing; roles, functions, and major impacts of marketing on economy and society; environment influencing marketing decisions, consumer behavior, market segmentation, marketing mix, and ethics of marketers; analytical practice on environment and marketing mix

**N0701114 โมเดลธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ**

**3(2-2-5)**

**Business Model for Entrepreneurs**

ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ ทฤษฎีการจัดการ แนวคิดการประกอบธุรกิจ การเตรียมความพร้อมและการพัฒนาศักยภาพและทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ การฝึกปฏิบัติการสร้างโมเดลธุรกิจ

Fundamentals of business, management theories, concepts of entrepreneurship, preparation and development of potential and skills required for entrepreneurship; components of a business model; practice on creating a business model

**N0701115 กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร**

**3(3-0-6)**

**Business Laws and Taxation**

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่มีบทบาทและความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน ระบบและวิธีการจัดเก็บภาษีอากรในประเทศไทย การกำหนดนโยบายและการวางแผนภาษีเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ปัญหาทางภาษีอากรที่มีต่อธุรกิจ

Laws related to business operations playing significant roles in current business operation, systems, and methods of taxation in Thailand; policy formulation and taxation planning for business decisions; taxation problems in business

**N0701116 ภาษาอังกฤษธุรกิจสำหรับนักการตลาด**

**3(2-2-5)**

**Business English for Marketers**

ฝึกทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอังกฤษที่เกี่ยวกับการตลาด เน้นการเรียนรู้ศัพท์พื้นฐานที่สำคัญทางการตลาด การนำความรู้เกี่ยวกับศัพท์ สำนวน และโครงสร้างไปประยุกต์ใช้ในการนำเสนอและการติดต่อสื่อสารทางการตลาด

Practice on listening, speaking, reading, and writing English related to marketing focusing on learning essential marketing terminology; application of vocabulary, idioms, and structure in marketing presentation and communication

**3.4 แผนการศึกษา**

หลักสูตรประกาศนียบัตรพื้นฐานทางด้านธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต		
ภาคเรียนที่ 1		หน่วยกิต
N0701111	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
N0701112	การบัญชีสำหรับผู้บริหารและผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
N0701113	หลักการตลาด	3(2-2-5)
<b>รวมหน่วยกิต</b>		<b>9</b>
ภาคเรียนที่ 2		หน่วยกิต
N0701114	โมเดลธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
N0701115	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	3(3-0-6)
N0701116	ภาษาอังกฤษธุรกิจสำหรับนักการตลาด	3(2-2-5)
<b>รวมหน่วยกิต</b>		<b>9</b>

**ความหมายของรหัสวิชา**

**รหัสประจำรายวิชาที่ใช้ในหลักสูตร ประกอบด้วยรหัส 8 หลัก มีความหมายดังนี้**

รหัสหลักแรกกำหนดเป็น อักษร N	หมายถึง	รายวิชาในหลักสูตรประกาศนียบัตร
รหัสหลักที่สองและสาม	หมายถึง	เลขรหัสคณะ
รหัสหลักที่สี่และห้า	หมายถึง	เลขรหัสสาขาวิชา
รหัสหลักที่หกและเจ็ด	หมายถึง	ลำดับชุดวิชาในสาขาวิชาของคณะนั้น ๆ
รหัสหลักสุดท้าย	หมายถึง	ลำดับรายวิชาในแต่ละชุดวิชา

#### 4. การคิดหน่วยกิต

4.1 รายวิชาภาคทฤษฎี ที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิตระบบทวิภาค

4.2 รายวิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติให้มีค่า เท่ากับ 1 หน่วยกิตระบบทวิภาค

4.3 การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนามที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติให้มี ค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิตระบบทวิภาค

4.4 การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนรู้อื่นใด ตามที่ได้รับมอบหมาย ที่ใช้เวลาทำโครงการหรือ กิจกรรมนั้นไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคเรียนภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิตระบบทวิภาค

#### หมวดที่ 4 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลผู้เรียน

##### 1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

ผู้เรียนจะต้องมีเวลาเรียนในรายวิชาหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนทั้งหมดของรายวิชานั้น จึงจะได้รับผลการเรียนในรายวิชานั้น ระบบการประเมินผลการเรียนของแต่ละรายวิชาเป็นแบบระดับขั้น โดยเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยทักษิณ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559 หมวดที่ 5 (ภาคผนวก ง)

##### 2. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ผู้เรียนต้องลงทะเบียนรายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตร สอบผ่านและมีผลการประเมินโดยสมบูรณ์ทุกรายวิชาที่ลงทะเบียน ทั้งนี้ ต้องมีค่าเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 2.00

## หมวดที่ 5 การประเมินและปรับปรุงกระบวนการดำเนินการของหลักสูตร

### 1. การประเมินผลหรือวิธีการวัด (Assessment) ความสามารถ และหรือผลการเรียนรู้ในเชิงคุณภาพ อย่างชัดเจน

- 1.1 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง กรณีศึกษา การศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง
- 1.2 การมอบหมายหัวข้อหรือชิ้นงาน การค้นคว้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และรูปแบบอื่น ๆ การจัดทำชิ้นงาน การอภิปราย และการนำเสนอ
- 1.3 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยการมอบหมายการทำงาน โดยการคิดวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และการระดมสมอง เพื่อให้ได้แผนการตลาด
- 1.4 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้บทบาทสมมติ (Role Playing)

### 2. แนวทางการประเมินและปรับปรุงกระบวนการดำเนินการของหลักสูตร

#### 2.1 แนวทางการปรับปรุงกระบวนการในระหว่างการจัดการเรียนการสอน

- 2.1.1.1 นิสิตประเมินผ่านระบบการประเมินการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย
- 2.1.1.2 ประเมินผลการเรียนรู้ระหว่างเรียนของผู้เรียนจากการทำกิจกรรม การแสดงออก และประเมินผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนตามผลการเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs) โดยการทำแบบประเมินภายหลังเสร็จสิ้นการเรียนการสอนในแต่ละภาคเรียน ของการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ และทำการสอบถามจากผู้เรียนเพิ่มเติม และมีผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 มาพัฒนาหรือปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้
- 2.1.1.3 หลักสูตรนำผลการประเมินเป็นข้อมูลย้อนกลับให้แก่ผู้รับผิดชอบรายวิชาในการปรับปรุงกลยุทธ์การสอนเพื่อให้บรรลุผลการเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)

#### 2.2 แผนการพัฒนาคุณภาพการจัดการหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

รวบรวมข้อเสนอแนะจากอาจารย์ผู้สอน ผู้เรียน ผู้ใช้บัณฑิต ผู้ทรงคุณวุฒิ สถานประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เพื่อนำมาประเด็นที่จำเป็นมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานในแต่ละปีของหลักสูตร และใช้ในการวางแผนปรับปรุงหลักสูตรในรอบต่อไป

ภาคผนวก ก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร



คำสั่งคณะกรรมการเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

ที่ ...ค.น.ร./๒๕๖๕

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรการเป็นผู้ประกอบการ

เพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรพื้นฐานทางด้านธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๗ มาตรา ๓๑ และ ๓๗ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยทักษิณ พ.ศ. ๒๕๕๑ ประกอบกับคำสั่งมหาวิทยาลัยทักษิณ ที่ ๑๖๔๒/๒๕๖๑ ลงวันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๖๑ เรื่อง มอบภาระหน้าที่และมอบอำนาจให้คณบดี ปฏิบัติหน้าที่แทนอธิการบดี จึงแต่งตั้งบุคคลเป็นคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรการเป็นผู้ประกอบการ ดังรายชื่อต่อไปนี้

- |   |                     |
|---|---------------------|
| ๑. คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ         | ที่ปรึกษา           |
| ๒. รองคณบดีฝ่ายวิชาการ วิจัย และพัฒนานวัตกรรม | ที่ปรึกษา           |
| ๓. อาจารย์ ดร.นิจกานต์ หนูอุไร                | ประธานกรรมการ       |
| ๔. อาจารย์อรศิริ ลีลายุทธชัย                  | กรรมการ             |
| ๕. อาจารย์อรรถพงษ์ เขียวแกร                   | กรรมการ             |
| ๖. อาจารย์จิราพร คงรอด                        | กรรมการ             |
| ๗. อาจารย์จารุมาศ เสน่หา                      | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่

๑. ประชุม สัมมนาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรประชุม สัมมนาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรการเป็นผู้ประกอบการ
๒. ดำเนินการออกแบบและจัดทำร่างหลักสูตรประกาศนียบัตรการเป็นผู้ประกอบการ
๓. นำข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายในเพื่อวิพากษ์หลักสูตรในประเด็นที่หลักสูตร กำหนดและประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรอย่างเหมาะสม
๔. นำเสนอร่างหลักสูตรที่สมบูรณ์ต่อคณะกรรมการประจำส่วนงานและเสนอมหาวิทยาลัยพิจารณาตามลำดับ

สั่ง ณ วันที่ ๑๕ เดือน ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

(อาจารย์ ดร.พินิจ ดวงจินดา)

คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

ปฏิบัติหน้าที่แทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยทักษิณ



ภาคผนวก ข  
ประวัติและผลงานทางวิชาการของ  
อาจารย์ประจำหลักสูตร

**ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรประกาศนียบัตร**

**แบบชุดวิชา (Non-degree) การเป็นผู้ประกอบการ**

**1. อาจารย์ ดร.นิจกานต์ หนูอุไร**

**ประวัติการศึกษา**

ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2560

บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2550

บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2547

**ผลงานทางวิชาการ**

**วารสารระดับชาติ (National Journal)**

นิจกานต์ หนูอุไร. (2562). “การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชุมชนลุ่มน้ำคลองป่าพะยอม-คลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง,” วารสารเทคโนโลยีภาคใต้. 12(2), 53 – 65.

**บทความในที่ประชุมระดับชาติ (National Conference)**

ศตวรรษ ศรีสุข, วริยา แก้วเหล็ก, อรทัย แต้มทอง และนิจกานต์ หนูอุไร. (2562). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบวิถีหาดิตยานครเมืองเก่าสงขลา,” ใน งานประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เครือข่ายนวัตกรรมและสร้างสรรค์ 2562. (หน้า 59 - 72). วันที่ 16 - 18 มิถุนายน 2562 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์. นราธิวาส : มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.

ชนกสุดา จงศักดิ์, ธีระวัฒน์ ไชยเพชร, ปัญญธร ขำพิทักษ์ และนิจกานต์ หนูอุไร. (2562). “การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดผ่านแอปพลิเคชันไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการซื้อสินค้าร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา,” ใน งานประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เครือข่ายนวัตกรรมและสร้างสรรค์ 2562. (หน้า 174 - 185). วันที่ 16 - 18 มิถุนายน 2562 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์. นราธิวาส : มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.

กนกวรรณ หลงละเลิง, กาญจนพร แสงใส, ชนกันต์ สายศิลป์ และนิจกานต์ หนูอุไร. (2562). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือของกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดสงขลา,” ใน งานประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เครือข่ายนวัตกรรมและสร้างสรรค์ 2562. (หน้า 186 - 200). วันที่ 16 - 18 มิถุนายน 2562 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์. นราธิวาส : มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.

นันทกา ต้นชนวงษ์, อาทิตยา ปานนุกูล และนิจกานต์ หนูอุไร. (2561). “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่

28 ประจำปี 2561. (หน้า 1870- 1877). วันที่ 8 - 9 พฤษภาคม 2561 ณ โรงแรม บีพี สมิหลา. มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ศศิธร โกศัยกานนท์, กนิษฐา ไบเด็น และนิจกานต์ หนูอุไร. (2561). “การศึกษาส่วนประสมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารคื่นของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 28 ประจำปี 2561. (หน้า 1885 - 1892). วันที่ 8 - 9 พฤษภาคม 2561 ณ โรงแรม บีพี สมิหลา. มหาวิทยาลัยทักษิณ.

## 2. อาจารย์อรศิริ ลีลายุทธชัย

### ประวัติการศึกษา

บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545

บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2543

### ผลงานทางวิชาการ

#### บทความในที่ประชุมระดับชาติ (National Conference)

อรศิริ ลีลายุทธชัย และอรรถพงศ์ เขียวแกร. (2564). “ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมป้องกันยาเสพติดของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ปีการศึกษา 2563. (หน้า 205 - 211). วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2564 ณ อาคารอเนกประสงค์ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้. นครศรีธรรมราช : วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.

กฤษณะ ปานนิล, ขนิษฐา ยิ่งขำ, อภิสรา บัวคีรี และอรศิริ ลีลายุทธชัย. (2564). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ปีการศึกษา 2563. (หน้า 41 - 46). วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2564 ณ อาคารอเนกประสงค์ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้. นครศรีธรรมราช : วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.

กชวรรณ พรหมชัย, ดิณณภพ ไชยวรรณ, ทรงพร คำศรี และอรศิริ ลีลายุทธชัย. (2564). “การส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ปีการศึกษา 2563. (หน้า 47 - 52). วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2564 ณ อาคารอเนกประสงค์ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้. นครศรีธรรมราช : วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.

## 3. อาจารย์อรรถพงศ์ เขียวแกร

### ประวัติการศึกษา

บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545

บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2543

#### ผลงานทางวิชาการ

##### บทความในที่ประชุมระดับชาติ (National Conference)

- อรศิริ ลีลายุทธชัย และอรรถพงษ์ เขียวแกร. (2564). “ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมป้องกันยาเสพติดของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ปีการศึกษา 2563. (หน้า 205 - 211). วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2564 ณ อาคารอเนกประสงค์ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้. นครศรีธรรมราช : วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.
- ทิฆัมพร ก้วพานิช, สมิตา เสนาทิพย์, สุดารัตน์ สาเลื้อ และอรรถพงษ์ เขียวแกร. (2564). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟย่านเมืองเก่าสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ครั้งที่ 5. วันที่ 29 - 30 เมษายน 2564 ณ อาคารเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

#### 4. อาจารย์จิราพร คงรอด

##### ประวัติการศึกษา

M.B.I.T. (International Trade) Victoria University, Australia, 2543

บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541

##### ผลงานทางวิชาการ

##### วารสารระดับชาติ (National Journal)

- วาสนา สุวรรณวิจิตร, นิจกานต์ หนูอุไร, พิณิจ ดวงจินดา, จิราพร คงรอด, รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ และ วินัส ศรีศักดิ์ดา. (2564). “การพัฒนาผลิตภัณฑ์แก๊สสัมปักษ์ใต้ปลา 3 น้ำพร้อมรับประทาน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา,” วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ. 13(2), 17 - 34.

- จิราพร คงรอด. (2563). “ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชุมชนลุ่มน้ำคลองป่าพะยอม – คลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง,” วารสารปารีชาต, 33(2), 100 - 116.

##### บทความในที่ประชุมระดับชาติ (National Conference)

- ตรงกมล นवलสกุล, กัลยรัตน์ ศรีมะหันโต, สุภาพร พูลขาว และจิราพร คงรอด. (2563). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ผ่านการไลฟ์สดในช่องทางเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษาผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ เทคโนโลยีภาคใต้ วิจัย ครั้งที่ 10 ประจำปีการศึกษา 2562. (หน้า 131 - 139). วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้. นครศรีธรรมราช : วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.

- โสริยา แป้นนวล, นิตชา พูลภิรมย์, มยุริญ คำนวล และจิราพร คงรอด. (2563). “การรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ เทคโนโลยีภาคใต้วิจัย ครั้งที่ 10 ประจำปี การศึกษา 2562. (หน้า 31 - 36). วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้. นครศรีธรรมราช : วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.
- เจนจิรา นิยมเดชา, ธนัชชา วัดจิ่ง, อาทิตติยา คงยืน และจิราพร คงรอด. (2563). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพุทธอุทยานเขาเล่ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ เทคโนโลยีภาคใต้วิจัย ครั้งที่ 10 ประจำปีการศึกษา 2562. (หน้า 148 - 154). วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้. นครศรีธรรมราช : วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.
- พนิดา เกื้อชาติ, สิริมา ฝืนผา และจิราพร คงรอด. (2562). “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาท่องเที่ยว กลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำ กรณีศึกษาบ้านโคกเมือง ตำบลบางเหรียง อำเภอกวนเนียง จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 29 ประจำปี 2562. (หน้า 2104 - 2111). วันที่ 9 - 10 พฤษภาคม 2562 ณ โรงแรมสยามออเรียนทัล. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- วิมุตติ แซ่ตั้ง, เอกรินทร์ แก้วมณี, อารีรัตน์ วรรณมี และจิราพร คงรอด. (2562). “พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการ SCB Easy Pay ของประชาชนในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 29 ประจำปี 2562. (หน้า 2120 - 2125). วันที่ 9 - 10 พฤษภาคม 2562 ณ โรงแรมสยามออเรียนทัล. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- นิชาภา มณีแจ่มใส, เหมวดี สงค์นี่, อารียา เหมสนิท และจิราพร คงรอด. (2561). “พฤติกรรมการเลือกซื้อและการรับรู้อัตลักษณ์ของสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 28 ประจำปี 2561. (หน้า 1952 - 1958). วันที่ 8 - 9 พฤษภาคม 2561 ณ โรงแรม บีพี สมิหลา บีช. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อรอนงค์ บุญธรรม, อัมรินทร์ อิศสระ, ชนากานต์ เขียดแก้ว, และจิราพร คงรอด. (2561). “ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 28 ประจำปี 2561. (หน้า 1935 - 1941). วันที่ 8 - 9 พฤษภาคม 2561 ณ โรงแรม บีพี สมิหลา บีช. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ.

## 5. อาจารย์จารุมาศ เสน่หา

### ประวัติการศึกษา

บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545

บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542

### ผลงานทางวิชาการ

#### บทความในที่ประชุมระดับชาติ (National Conference)

ขวัญชนก ใจกล้า, วสันต์ วังนิคม และจารุมาศ เสน่หา. (2563). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส ในเขตอำเภอเมือง สงขลา จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มอ.ตรัง วิจัย ครั้งที่ 9 ประจำปี 2563. (หน้า 275 - 284). วันที่ 20 มีนาคม 2563 ณ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ. ตรัง : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.

ณัฐทวิกา เชื้อมใจ, ปิยวรรณ ยอดแก้ว, ศรีรินทร์ ภูโน และจารุมาศ เสน่หา. (2563). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ PUBG Mobile ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มอ.ตรัง วิจัย ครั้งที่ 9 ประจำปี 2563. (หน้า 285 - 293). วันที่ 20 มีนาคม 2563 ณ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ. ตรัง : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.

เทพรักษา กังแฮ, นราภรณ์ เกื้อสุข, ปิยวรรณ ขนอม และจารุมาศ เสน่หา. (2563). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาซื้อสินค้าที่ตลาดกิมหยง จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มอ.ตรัง วิจัย ครั้งที่ 9 ประจำปี 2563. (หน้า 295 - 304). วันที่ 20 มีนาคม 2563 ณ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ. ตรัง : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.

จุฑารัตน์ จันนุรัตน์, ชุติมา กาแก้ว, นันธิดา ดวงจิตร และจารุมาศ เสน่หา. (2563). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมืองสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มอ.ตรัง วิจัย ครั้งที่ 9 ประจำปี 2563. (หน้า 51 - 61). วันที่ 20 มีนาคม 2563 ณ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ. ตรัง : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.

อาทิตยา สุระกำแพง, ดวงฤทัย บารพิกุล, นิตา บูละ และจารุมาศ เสน่หา. (2563). “สื่อที่ส่งผลต่อการรับรู้อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มอ.ตรัง วิจัย ครั้งที่ 9 ประจำปี 2563. (หน้า 63 - 73). วันที่ 20 มีนาคม 2563 ณ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ. ตรัง : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.

จารุมาศ เสน่หา. (2563). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางกล้า จังหวัดสงขลา,” ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11. (หน้า 490 - 499). วันที่ 27 มีนาคม 2563 ณ บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.



**ภาคผนวก ค**

**ประกาศมหาวิทยาลัยทักษิณ ว่าด้วย  
ระบบการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต พ.ศ. 2564**



ภาคผนวก ง  
ข้อบังคับมหาวิทยาลัยทักษิณ  
ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559