

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบทดสอบสมรรถภาพเชิงวิชาชีพการตลาดของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 มโนทัศน์เกี่ยวกับสมรรถภาพและสมรรถภาพเชิงวิชาชีพ
- ตอนที่ 2 มโนทัศน์เกี่ยวกับการพัฒนา Profile สมรรถภาพแบบ CPD
- ตอนที่ 3 มโนทัศน์เกี่ยวกับการตลาด
- ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ตอนที่ 1 มโนทัศน์เกี่ยวกับสมรรถภาพและสมรรถภาพเชิงวิชาชีพ

##### ความหมายของสมรรถภาพและสมรรถภาพเชิงวิชาชีพ

สมรรถภาพ (Competence) หมายถึง ลักษณะที่แสดงออกของบุคคลซึ่งรวมถึงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการกระทำ (Ledford, 1995 cited in Heneman and Ledford, 1998) นอกจากนี้ยังมีลักษณะอื่น ๆ ที่ประกอบเป็นสมรรถภาพ ได้แก่ แรงจูงใจ ทัศนคติ ค่านิยม และการตระหนักรู้ในตนเอง (Spencer และ Spencer, 1993)

Schein (1972 อ้างถึงใน เพ็ญพิมล ลีโนทัย, 2542) กล่าวว่า สมรรถภาพรวมถึงความสามารถในการเรียนรู้ว่าจะทำอย่างไร ดังนั้นบุคคลจึงต้องพัฒนาการฝึกปฏิบัติด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง ภายใต้สถานการณ์จริง

Scott (1996) ได้กล่าวถึงสมรรถภาพไว้ว่าเป็นองค์รวมของความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ที่มีอิทธิพลต่อส่วนสำคัญของงานใด ๆ (บทบาทหรือความรับผิดชอบ) ซึ่งเชื่อมโยงกับการปฏิบัติงาน สมรรถภาพสามารถวัดและเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ตั้งไว้ได้ นอกจากนี้สมรรถภาพยังสามารถพัฒนาได้โดยการฝึกอบรมและการพัฒนา

ตำราในทางจิตวิทยาที่กล่าวถึงการเรียนรู้ในเรื่อง พุทธิพิสัย (Cognitive) จิตพิสัย (Affective) และทักษะพิสัย (Psychomotor) ทั้งสามส่วนล้วนแล้วแต่ทำงานร่วมกัน ดังนั้นสมรรถภาพจึงเป็นความสามารถของบุคคลในการปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

Kirschner และคณะ (1997) ยังได้กล่าวว่า สมรรถภาพ (C) แปรผันตาม ความรู้ (K) ทักษะ (Sk) และสถานการณ์ (S)

Wiemann และ Backlund (1980 อ้างถึงใน เพ็ญพิมล ลีโนทัย, 2542) ได้กล่าวว่า สมรรถภาพ หมายถึงความสามารถในการเลือกปฏิบัติพฤติกรรมที่เหมาะสม เพื่อทำให้เป้าหมายที่วางไว้ประสบความสำเร็จได้ภายใต้ข้อจำกัดของสถานการณ์นั้น ๆ

โดยสรุปแล้วสมรรถภาพจึงหมายถึง ความสามารถของบุคคลที่แสดงออกใน สถานการณ์ต่าง ๆ ภายใต้ข้อจำกัดของสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสมและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยเป็นองค์รวมของความรู้ ทักษะ และทัศนคติ และจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล นอกจากนี้ ยังเป็นสิ่งที่สามารถวัด เปรียบเทียบและพัฒนาได้

ส่วนสมรรถภาพเชิงวิชาชีพนั้น (Professional Competence) หมายถึง คุณลักษณะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้มาตรฐานที่เหมาะสมโดยคุณลักษณะที่สอดคล้อง กับสมรรถภาพเชิงวิชาชีพมี 4 ประการ ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ (Gonczi และคณะ, 1990 cited in Marsh, 1996)

Woods และ Then (1979 cited in Michaelsen, 1983) ให้ความหมายของ สมรรถภาพเชิงวิชาชีพไว้ว่าเป็นคุณลักษณะที่ประกอบด้วยความรู้เชิงมโนทัศน์และความจริง เกี่ยวกับปัญหานั้น ๆ รวมทั้งการมีความสามารถที่จะเชื่อมโยงมโนทัศน์และข้อความจริงใน ภาพรวมและต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาด้วย

Rolls (1997) ให้ความหมายของสมรรถภาพเชิงวิชาชีพว่าเป็นความสามารถ ในการประยุกต์ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ

Evan และคณะ (1994 cited in Rolls, 1997) ได้ให้ความหมายของ สมรรถภาพเชิงวิชาชีพไว้ว่าเป็นความสามารถในการทำงานที่สลับซับซ้อน การใช้ทักษะสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความสามารถในการตัดสินใจ ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น รวมทั้งใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำ

นอกจากนี้ Butler (1990 อ้างถึงใน เพ็ญพิมล ลีโนทัย, 2542) ยังได้เสนอว่า สมรรถภาพเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะซึ่งควรหมายถึง ความรู้เฉพาะทาง ความสามารถทางสติปัญญา ทักษะด้านเทคนิค ทักษะระหว่างบุคคล บุคลิกลักษณะเดิมและทัศนคติของบุคคลนั้น โดยกล่าวว่า สิ่งสำคัญก็คือ ต้องทดสอบว่าคุณลักษณะที่เชื่อว่าอยู่ภายใต้สมรรถภาพนั้นมีอยู่จริง และคุณลักษณะนั้นอยู่ในระดับที่เหมาะสมในตัวบุคคล การทดสอบสมรรถภาพสามารถวัดได้จากการปฏิบัติ หมายถึง การปฏิบัติในงานและการปฏิบัติตามบทบาทโดยที่สาขาวิชาชีพที่แตกต่างกันย่อมมีงานทางวิชาชีพที่แตกต่างกัน

โดยสรุปแล้ว สมรรถภาพเชิงวิชาชีพจึงหมายถึง ความสามารถในการทำงาน โดยการนำทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงในการปฏิบัติงานเฉพาะในสาขาวิชาชีพ โดยประกอบด้วยคุณลักษณะด้านความรู้ ความสามารถ และคุณลักษณะด้านจิตใจ เช่น ทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม และการมีปฏิสัมพันธ์ เป็นต้น

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาสมรรถภาพเชิงวิชาชีพ

สมรรถภาพเชิงวิชาชีพ เป็นลักษณะที่เป็นผลจากการเรียนรู้ในสาขาวิชาชีพ ซึ่งได้มีผู้สนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลักษณะที่เป็นผลจากการเรียนรู้ไว้ต่าง ๆ กัน ซึ่งพอจะสรุปเป็นปัจจัยสาเหตุที่มีผลต่อการพัฒนาสมรรถภาพเชิงวิชาชีพ ในทางบริหารธุรกิจได้เป็น 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านบุคลิกส่วนตัว ปัจจัยด้านบริบทของสถาบัน และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกสถาบัน (เพ็ญพิมล ลีโนทัย, 2542) โดยที่ปัจจัยด้านบุคลิกส่วนตัวหมายถึง ลักษณะภูมิหลังของนิสิตนักศึกษา ปัจจัยด้านบริบทของสถาบันหมายถึงองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ หลักสูตรโปรแกรมการเรียน ประสบการณ์ในชั้นเรียน และประสบการณ์นอกชั้นเรียน และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกสถาบันหมายถึง กลุ่มอ้างอิงนอกสถาบัน ได้แก่กลุ่มเพื่อน

นอกสถาบัน และสังคม / ตลาดแรงงาน (นายจ้าง) ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาสมรรถภาพเชิงวิชาชีพทั้งสิ้น

### องค์ประกอบของสมรรถภาพเชิงวิชาชีพ

งานวิจัยของ Austriaco (1995) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับสมรรถภาพ ของทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่ (The Competence of the New Human Resources) โดยนำเสนอในที่ประชุมสัมมนานานาชาติของ UNESCO เมื่อปี 1995 ว่า ในสังคมปัจจุบัน ทรัพยากรมนุษย์ของทุกประเทศในอาเซียน ควรมีสมรรถภาพ ดังนี้

- 1) มีความเชื่อมั่นและความสามารถที่จะรับผิดชอบต่อตนเองและพัฒนาการด้านวิชาชีพของตนเอง เพื่อให้มั่นใจว่ามีทักษะทางด้านเทคนิคและการจัดการที่จำเป็นในปัจจุบันและในอนาคตอันใกล้
- 2) มีความเชื่อมั่น และมีความสามารถแสดงออกซึ่งการกระทำที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่ออธิบายเกี่ยวกับตนเองและคงความรู้จากประสบการณ์ได้อย่างต่อเนื่อง
- 3) เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและทันต่อการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ กล่าวคือ เป็นบุคคลที่มองไกลไปข้างหน้า เพื่อค้นหาสิ่งใหม่ ๆ ที่จะนำมาปรับปรุงผลงานให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
- 4) ปรับตัวได้และเป็นบุคคลที่กล้าเสี่ยง รู้จักพิจารณาโอกาส และกล้าที่จะเรียนรู้จากประสบการณ์จริง
- 5) รู้จักทำงานเป็นทีม
- 6) มีทักษะหลากหลายโดยเฉพาะทักษะวิชาชีพซึ่งเกี่ยวข้องกับลักษณะความเป็นผู้นำ การจัดการ เทคนิคแบบผู้ชำนาญการ การมีปฏิสัมพันธ์กันในวัฒนธรรมที่หลากหลาย การเรียนรู้ด้วยตนเอง และทักษะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ต่อมา Elson (1997 อ้างถึงใน เพ็ญพิมล ลีโนทัย, 2542) ได้เสนอแนวคิด เกี่ยวกับสมรรถภาพเชิงวิชาชีพซึ่งปรับปรุงจากมโนทัศน์ของ Stark และคณะ (1986 อ้างถึงใน เพ็ญพิมล ลีโนทัย, 2542) ว่าสมรรถภาพเชิงวิชาชีพที่สำคัญซึ่งนิสิตนักศึกษาควรมีในยุคสังคมสารสนเทศปัจจุบันนี้ รวม 6 ด้าน คือ

1) สมรรถภาพด้านมโนทัศน์ (Conceptual Competence) ได้แก่ การรู้หลัก ทฤษฎีของนักวิชาชีพ เข้าใจความรู้ที่เพิ่มพูนฐานของวิชาชีพ และพยายามสร้างเสริมให้มีมากขึ้น อย่างสม่ำเสมอ

2) สมรรถภาพด้านเทคนิค (Technical Competence) ได้แก่ ความสามารถที่จะปฏิบัติทักษะพื้นฐานที่จำเป็นในวิชาชีพ สมรรถภาพด้านเทคนิคมักมีความสัมพันธ์เชื่อมโยง อย่างใกล้ชิดกับสมรรถภาพด้านมโนทัศน์ และมักหมายถึงการเสริมสร้างความรู้ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรม

3) สมรรถภาพด้านบริบท (Contextual Competence) ได้แก่ ความเข้าใจ ในสังคม เศรษฐกิจและการเมืองที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ โดยเข้าใจทั้งสภาพแวดล้อมปัจจุบันและ เข้าใจสภาพแวดล้อมของโลกภายนอกจากมุมมองที่หลากหลายเช่น ทางด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจและสังคม

4) สมรรถภาพด้านการติดต่อสื่อสาร (Interpersonal Communication Competence) ได้แก่ ความสามารถที่จะติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพผ่านสื่อ และ วิธีการต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาปฏิสัมพันธ์ด้านบทบาทผ่านสถานการณ์จำลอง การใช้สื่อ – วิดีโอเทป และการวิเคราะห์ตนเอง

5) สมรรถภาพด้านบูรณาการ (Integrative Competence) ได้แก่ ความสามารถในการหลอมรวมมโนทัศน์ บริบท เทคนิค และสมรรถภาพด้านการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้ได้กลยุทธ์ที่เหมาะสมทางวิชาชีพ

6) สมรรถภาพด้านการปรับตัว (Adaptive Competence) ได้แก่ ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง และปรับตัวให้เข้ากับองค์ประกอบของการปฏิบัติงานทาง วิชาชีพให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม

องค์ประกอบของสมรรถภาพเชิงวิชาชีพในความเห็นของ Rolls (1997) เป็นรูปแบบ สมรรถภาพของงาน (The Job Competence Model) ซึ่งประกอบด้วย การจัดการงาน (Task Management) เช่น ทักษะที่จำเป็นในการประสานงาน และจัดการตามบทบาทหน้าที่ของงาน ทักษะในการทำงาน (Task Skill) การ จัดการสำรอง (Contingency Management) เช่น ความสามารถจัดการกับความเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment Management) เช่น การตระหนักว่างานนั้นมีผลกระทบกับสภาพแวดล้อมอย่างไร

งานวิจัยของ Graydon (1996) ได้เสนอคุณลักษณะของบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจที่พึงประสงค์ : กรณีศึกษาจาก Auckland Institute of Technology ประเทศ นิวซีแลนด์ไว้ 4 ประการคือ

- 1) เข้าใจ และมีความรู้แหวดวงของธุรกิจใภภาพรวม ตลอดจนเข้าใจสภาพแวดล้อมสากลโลกที่ซึ่งบัณฑิตจะเข้าไปปฏิบัติงาน
- 2) พัฒนาคุคลิกภาพ ความสามารถด้านวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นว่า สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ใหม่ได้
- 4) มีความรู้และทักษะพิเศษเฉพาะทาง

นอกจากนี้ ยังได้สรุปสมรรถภาพเบื้องต้น 2 ประการที่จำเป็นต่อบัณฑิตที่กำลัง เข้าสู่วิชาชีพ ดังนี้

- 1) ความสามารถด้านสติปัญญา ความสามารถด้านวิชาชีพ และความสัมพันธระหว่างบุคคล ซึ่งรวมถึงความสามารถในการแก้ปัญหาในบริบทที่แตกต่างกัน มีความเป็นเลิศด้านการติดต่อสื่อสารทั้งการพูดและการเขียน การทำงานเป็นทีมและทักษะระหว่างบุคคล และความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณ
- 2) ความเข้าใจในเศรษฐกิจของประเทศและสากลโลก ปัญหาด้านการเมือง การปกครองและสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

ส่วน Heneman และ Ledford (1998) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการจ่ายเงินเดือนตามสมรรถภาพให้กับนักวิชาชีพและผู้บริหารของวงการธุรกิจ โดย กล่าวว่า สมรรถภาพสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ สมรรถภาพทั่วไป (General Competencies) และสมรรถภาพเฉพาะ (Specific Competencies) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ การประเมินสมรรถภาพควรวัดจากความรู้ที่แสดงออก (Declarative Knowledge) ที่เป็นข้อเท็จจริง กฎ หรือเป้าหมาย และความรู้ในวิธีการ (Procedural Knowledge) มากกว่าความรู้ที่แสดงออกทัว ๆ ไป พร้อมทั้งเน้นว่าธุรกิจที่ใช้ระบบสมรรถภาพ มักได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

นอกจากการนำสมรรถภาพไปใช้ในการกำหนดอัตราค่าจ้างแรงงานแล้วในแวดวงการศึกษา ก็มีการกล่าวถึงการนำสมรรถภาพเชิงวิชาชีพที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานมาใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดหลักสูตร ทั้งนี้เนื่องจากสาเหตุที่ว่าหลักสูตรการเรียนการสอนในปัจจุบันส่วนมากเป็นหลักสูตรที่จัดทำโดยสถาบันการศึกษาฝ่ายเดียวซึ่งทำให้นักศึกษาที่จบการศึกษาในบางครั้งไม่สามารถทำงานตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการได้ จึงมีการพัฒนา Profile สมรรถภาพเชิงวิชาชีพขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตรให้นักศึกษาได้มีความสามารถตรงตามความต้องการของสถานประกอบการโดยเรียกชื่อว่าการพัฒนา Profile สมรรถภาพแบบ CPD (Competency Profile Development) ซึ่งเป็นการพัฒนาร่วมกันของครู อาจารย์ทุกคน ตัวแทนนายจ้างและผู้บริหารสถานศึกษา (อาภรณ์ บางเจริญพรพงศ์, 2540)

## ตอนที่ 2 มโนทัศน์เกี่ยวกับการพัฒนา Profile สมรรถภาพแบบ CPD

กระบวนการในการพัฒนา Profile สมรรถภาพแบบ CPD (Competency Profile Development) เป็นกระบวนการในการพัฒนาโดยเน้นที่ความสามารถในการปฏิบัติงานให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในสาขาวิชาชีพ ซึ่งเน้นสมรรถภาพเชิงวิชาชีพที่เป็นที่ต้องการเป็นหลัก

หลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบันส่วนมากจัดทำโดยสถาบันการศึกษาฝ่ายเดียว ซึ่งทำให้นักศึกษาที่จบการศึกษาออกไปบางครั้งไม่สามารถทำงานตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการได้ (อาภรณ์ บางเจริญพรพงศ์, 2540) การพัฒนา Profile สมรรถภาพแบบ CPD เป็นกระบวนการพัฒนาสมรรถภาพและหลักสูตรใหม่ที่สามารถผลิตผู้สำเร็จการศึกษาได้ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ เนื่องจากกระบวนการในการพัฒนาเกิดจากการพัฒนาร่วมกันของครู อาจารย์และตัวแทนนายจ้าง

กระบวนการในการพัฒนา Profile สมรรถภาพแบบ CPD มีขั้นตอนและวิธีการซึ่งแบ่งออกเป็น ระยะ ๆ ทั้งหมด 6 ระยะ (Kennedy และ Ally, 1994 อ้างถึงใน อาภรณ์ บางเจริญพรพงศ์, 2540) ดังนี้คือ

- ระยะที่ 1 การวางแผนโครงการและเริ่มศึกษา
- ระยะที่ 2 การประชุมคณะทำงานครั้งที่ 1 (การเตรียมงานและจัดเตรียมความพร้อม)
- ระยะที่ 3 การประชุมปฏิบัติการ (การเตรียมงานและลงมือปฏิบัติ)
- ระยะที่ 4 การปรับปรุงโครงสร้าง / โปรแกรมการเรียน
- ระยะที่ 5 การนำหลักสูตรไปใช้
- ระยะที่ 6 การประเมินและการกลั่นกรองผลงาน

ในแต่ละระยะมีกระบวนการดำเนินงานพอสรุปได้ดังนี้

#### ระยะที่ 1 การวางแผนโครงการและเริ่มศึกษา

คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและผู้บริหารตกลงร่วมกันเกี่ยวกับความจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตรโดยคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร เสนอข้อมูลเกี่ยวกับความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน

#### ระยะที่ 2 การประชุมคณะทำงานครั้งที่ 1 (การเตรียมงานและจัดเตรียมความพร้อม)

โดยการปฐมนิเทศครู และจัดการประชุมในเรื่องการเขียนสมรรถภาพของหลักสูตรที่ใช้อยู่ โดยให้ครูผู้สอนในหลักสูตรนั้นทุกคน ตลอดจนผู้บริหารที่เกี่ยวข้องชี้แจงเกี่ยวกับรูปแบบ วิธีการ ขั้นตอนในการพัฒนาหลักสูตรแบบ CPD รวมทั้งชี้แจงบทบาทหน้าที่ของครูที่ต้องมีในการพัฒนาหลักสูตร ผู้ดำเนินการประชุมต้องอธิบายถึงวิธีการเขียนสมรรถภาพที่นิสิตนักศึกษาจะได้รับจากการเรียนในแต่ละรายวิชา และนำสมรรถภาพนั้นมาจัดกลุ่มเป็นสมรรถภาพหลัก หลังจากทีครูส่งรายการสมรรถภาพของทุกรายวิชาในหลักสูตรแล้วคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรร่วมกันตรวจสอบข้อความและปรับปรุงแก้ไขพร้อมทั้งจัดกลุ่มสมรรถภาพย่อย ๆ หลายสมรรถภาพรวมกันเป็นหนึ่งสมรรถภาพหลักแล้วจัดทำแบบสอบถาม

#### ระยะที่ 3 การประชุมปฏิบัติการ (การเตรียมงานและลงมือปฏิบัติ)

การประเมินสมรรถภาพของหลักสูตรโดยตัวแทนนายจ้าง การคัดเลือกตัวแทนนายจ้างต้องเลือกจากคนที่ทำงานในตำแหน่งที่รับผู้สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรนั้นเข้า



ทำงานจากสถานประกอบการประเภทต่าง ๆ ประมาณ 20 คน เพื่อประเมินความสำคัญของสมรรถภาพของหลักสูตร

### วิธีการประเมินสมรรถภาพ สามารถทำได้ดังนี้

1. ให้ตัวแทนนายจ้างพิจารณาทุกรายการสมรรถภาพในแง่ภาษา ความหมาย รวมทั้งรายการสมรรถภาพเดิมที่ครูเป็นผู้เขียนและการเพิ่มสมรรถภาพใหม่ตามความต้องการของนายจ้าง
2. ให้ตัวแทนนายจ้างประเมินความสำคัญของรายการสมรรถภาพแต่ละรายการ
3. จัดลำดับความสำคัญของรายการสมรรถภาพ

เมื่อนายจ้างประเมินรายการสมรรถภาพแล้วคณะกรรมการพิจารณาแล้ว มีความไม่แน่ใจหรือสงสัยในผลที่ได้ก็อาจทำการตรวจสอบหรือประเมินสมรรถภาพนั้นอีกครั้ง โดยการส่งแบบสอบถามที่ประกอบด้วยรายการสมรรถภาพที่ได้จากความคิดเห็นของนายจ้างไปให้นายจ้างคนอื่นที่ไม่ได้รับเชิญมาประเมินสมรรถภาพในครั้งแรกเป็นผู้ประเมิน จากนั้นรวบรวมแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์หาค่าความสำคัญของแต่ละสมรรถภาพ แล้วนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับการพิจารณาในครั้งแรกเพื่อเลือกสมรรถภาพที่ควรจะเป็นหลักสูตร

### ระยะที่ 4 การปรับปรุงโครงสร้าง / โปรแกรมการเรียน

โดยการนำสมรรถภาพที่ได้รับการประเมินจากตัวแทนนายจ้างมากำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกสมรรถภาพเพื่อบรรจุลงรายวิชาในหลักสูตร โดยอาจกำหนดจากค่าเฉลี่ยหรืออาจกำหนดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่จะตัดสมรรถภาพที่มีความสำคัญในลำดับท้าย ๆ ออกจากนั้นนำสมรรถภาพที่เหลือมาจัดกลุ่มเป็นรายวิชา พร้อมทั้งกำหนดจำนวนชั่วโมงที่จะใช้สอนในแต่ละรายวิชาและขออนุมัติใช้หลักสูตรที่ได้รับการปรับปรุง

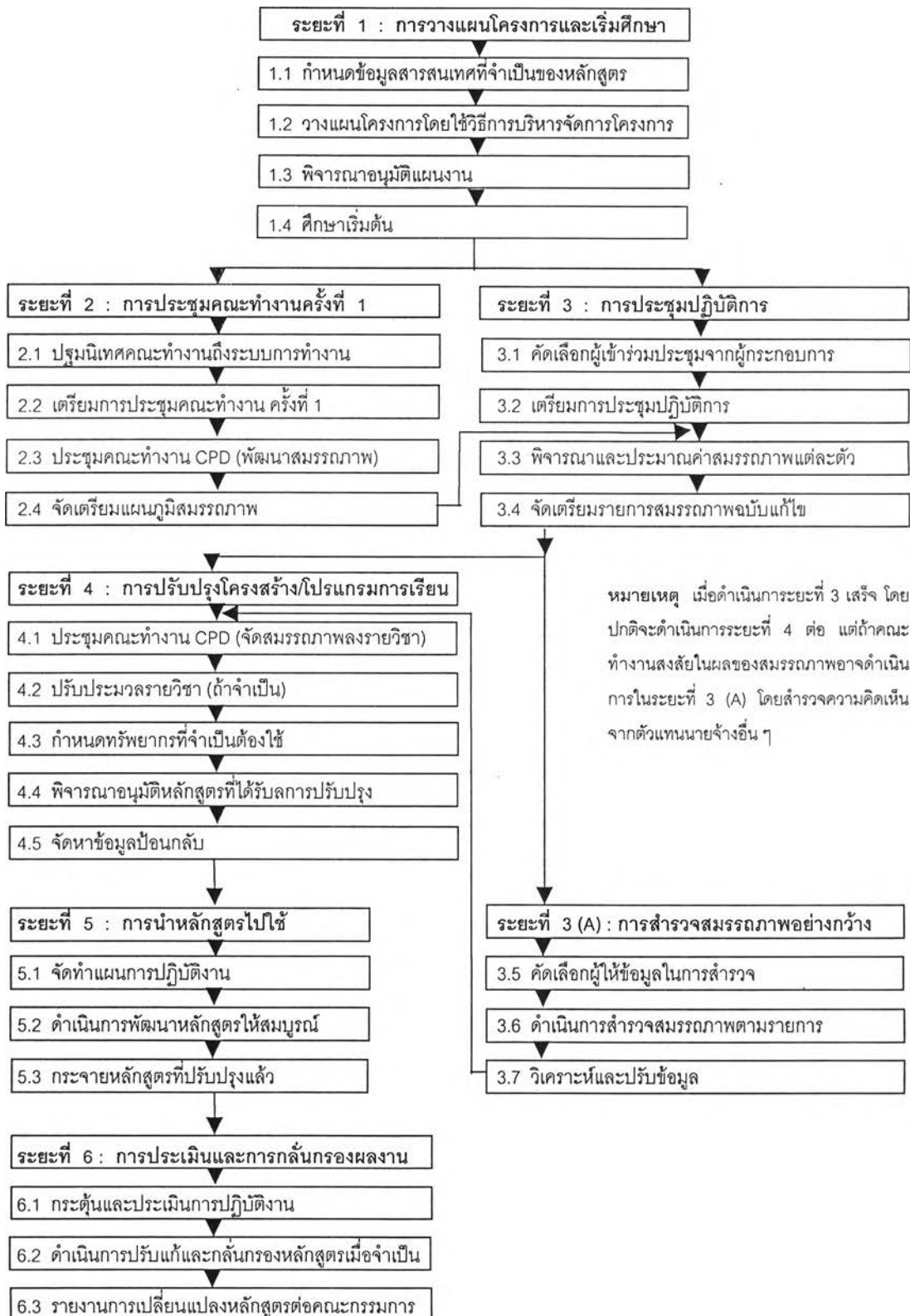
### ระยะที่ 5 การนำหลักสูตรไปใช้

ต้องมีการจัดเตรียมโครงสร้างรายวิชา สื่อการสอน และแหล่งทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการนำหลักสูตรไปใช้ เช่น การฝึกอบรมครู การจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ เป็นต้น เพื่อให้เกิดความพร้อมในการนำหลักสูตรไปใช้

### ระยะที่ 6 การประเมิน และการกลั่นกรองผลงาน

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งจาก นักเรียน ครูผู้สอน และบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุง แก้ไขหลักสูตรให้มีประสิทธิผล และประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อสนองความต้องการของตลาดแรงงาน

รูปแบบการจัดดำเนินการพัฒนา Profile สมรรถภาพแบบ CPD สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กระบวนการพัฒนา Profile สมรรถภาพแบบ CPD

### ตอนที่ 3 มโนทัศน์เกี่ยวกับการตลาด

การดำเนินงานทางการตลาด ตามการนิยามของสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา AMA (American Marketing Association) ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่สามารถนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ได้

คำว่า การตลาด (Marketing) คนส่วนมากมักจะเข้าใจผิดไปว่า หมายถึงงานด้านการขาย (Selling) หรือการส่งเสริมการขาย (Promotion) หรือถ้าจะต่างออกไป จากนี้ก็ยังคงเข้าใจผิดต่อไปอีกว่า หมายถึง งานด้านการโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) จะมีก็เป็นส่วนน้อยที่กล่าวถึงการตลาดได้ถูกต้อง ในความหมายว่าเป็นเรื่องของงานที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบความต้องการ การวิจัยตลาด การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา และการจัดจำหน่ายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ถ้าหากได้เข้าใจจะทราบว่า การขายและการส่งเสริมการขายเป็นเพียงส่วนหนึ่งของงานการตลาดที่มีงานหลาย ๆ อย่างผสมกันอยู่หรือที่เรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) ที่ประกอบด้วยชุดของเครื่องมือทำงานทางการตลาดต่าง ๆ ที่จะถูกจัดเตรียม และพิจารณาประกอบขึ้นมาให้สามารถใช้ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับผลสำเร็จสูงสุด

คำจำกัดความของ การตลาด มีแตกต่างกันออกไปหลายประการ สำหรับที่ได้กำหนดเป็นทางการโดย “สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา” คือ “การตลาด” หมายถึงการปฏิบัติงานหรือการดำเนินงานที่เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่มีผลทำให้มีการนำสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้สินค้าและบริการ

Armstrong และ Kotler (2000) ได้ให้คำจำกัดความของ “การตลาด” ไว้ว่า การตลาดเป็นกระบวนการทางสังคมและการจัดการ ซึ่งบุคคลหรือกลุ่มบุคคลสามารถได้รับการตอบสนองในความต้องการจำเป็นและความอยากได้โดยการสร้างและแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีค่าระหว่างกัน

นอกจากนี้ McCarthy (อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงษ์, 2525) ได้ให้คำจำกัดความของการตลาดว่า หมายถึงผลงานที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทั้งหลาย ที่เกี่ยวข้องกับการพยายามให้องค์การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ โดยวิธีการคาดหมาย ถึงความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า

รวมถึงการกำกับให้สินค้าและบริการผ่านจากผู้ผลิตไปยังลูกค้า เพื่อตอบสนองความพอใจต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า”

รากฐานของการตลาดมาจาก ความต้องการจำเป็น (Needs) ที่มีอยู่ในมนุษย์ทุกคน ที่ต้องการจะได้รับการตอบสนอง ซึ่งจะมีอยู่มากมายโดยไม่จำกัด เช่น เมื่อมนุษย์เกิดความจำเป็นที่จะต้องหายใจ ต้องการอาหารและน้ำเพื่อให้ชีวิตอยู่รอด ต้องการเสื้อผ้าสวมใส่ เป็นต้น เพื่อสนองความต้องการและความพอใจ สิ่งเหล่านี้ยังไม่ใช่การตลาด การที่จะมีการตลาดจะต้องมีการแลกเปลี่ยนเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย โอกาสที่มนุษย์จะได้สินค้าที่จะตอบสนองความต้องการ อาจแบ่งได้เป็น 4 ทางคือ

1. การผลิตด้วยตนเอง เช่น เมื่อมนุษย์เกิดความต้องการอาหาร ก็จะหาทางคลายความหิวของตนเองโดยการเก็บผลไม้มารับประทานเอง ตกปลา ล่าสัตว์ เป็นต้น โดยไม่ไปเกี่ยวข้องกับใคร มนุษย์ดำเนินการผลิตด้วยตนเองเพื่อบริโภคเอง
2. การชู้บชู้คั่ม มนุษย์อาจใช้วิธีการชู้บชู้คั่มเอาสิ่งของที่ต้องการจากผู้อื่น
3. การร้องขอ อ้อนวอน โดยมนุษย์อาจขอความเห็นใจ และความกรุณาจากผู้อื่นให้การสงเคราะห์ หรือบริจาคให้
4. การแลกเปลี่ยน โดยการที่มนุษย์พยายามติดต่อกับบุคคลรอบข้างในสังคม หรือระหว่างสังคมเพื่อยื่นข้อเสนอบางอย่างเป็นการตอบแทนกับการได้สิ่งที่ต้องการ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของเงิน สินค้า บริการ หรือสิ่งของมีค่าอื่น ๆ เป็นการแลกเปลี่ยนเพื่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย

แต่ด้วยข้อเท็จจริงที่ทุกคนต้องจำกัดความปรารถนาของตนให้อยู่ในขอบเขตและกำลังทรัพย์เท่าที่จะมีพอซื้อได้หรือที่ตนพอใจจะซื้อเพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้น จำนวนที่อยู่ในความปรารถนาที่ต้องการ หรือเต็มใจซื้อนี้เองที่เรียกว่า อุปสงค์ (Demand)

จากความต้องการของมนุษย์นี้เองที่ได้กลายเป็นมูลเหตุที่สำคัญที่ทำให้ต้องมีผลิตภัณฑ์ (Product) เกิดขึ้นตามมา เพราะผลิตภัณฑ์ก็คือ สิ่งของอะไรก็ได้ที่สามารถนำมาใช้ตอบสนองความต้องการ หรือความปรารถนาต่าง ๆ ได้ ซึ่งทั้งนี้ย่อมหมายถึงสิ่งที่มีใช้วัตถุ แต่เป็นบริการซึ่งสามารถใช้ตอบสนองความต้องการได้เช่นกัน

การตอบสนองความต้องการจะทำได้ก็ต้องมีการแลกเปลี่ยน (Exchange) เกิดขึ้นซึ่งก็คือการกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับจัดหาให้ได้สิ่งใดสิ่งหนึ่งมา ทั้งนี้โดยวิธีเสนอให้บางสิ่งตอบแทนกลับไป

การแลกเปลี่ยนจะทำให้เกิดรายการทางการค้า (Transaction) ขึ้นมา รายการทางการค้าจะหมายถึง การค้าขายสิ่งที่มีมูลค่าระหว่างสองฝ่ายที่มีสาระสำคัญที่การโอนเปลี่ยนมือกัน และด้วยรายการทางการค้า หรือการค้าขายระหว่างกันนี้เองที่ทำให้เกิดตลาด (Market) ขึ้นมา ซึ่งหมายถึง ความสนใจในสินค้าของผู้ซื้อ และความเต็มใจในการแลกเปลี่ยนเพื่อสินค้านั้น

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับตลาดและเป็นความพยายามที่จะให้เกิดมีการแลกเปลี่ยนต่าง ๆ เพื่อการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ผู้ขายจะต้องค้นหาว่าผู้ซื้ออยู่ที่ไหนมีใครบ้าง ต้องดูว่าความต้องการเป็นอย่างไร ต้องการอะไร จากนั้นก็ต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ส่งเสริมให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์รวมทั้งการนำออกจำหน่าย การขนส่ง และ อื่น ๆ กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การค้นหาลูกค้า การสื่อความ การจัดจำหน่าย การกำหนดราคา และการให้บริการ ล้วนแต่เป็นงานสำคัญที่เป็นงานหลักของการตลาดทั้งสิ้น (ธงชัย สันติวงษ์ 2525)

การตลาดถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งนี้เพราะ

1. การตลาดเป็นต้นเหตุและปลายเหตุของความ เป็นไปขององค์การ นั่นคือ องค์การทุกแห่งจะอยู่รอดหรือเจริญเติบโตได้ย่อมต้องมีผู้สนับสนุนหรืออุปถัมภ์ต่อองค์การนั้น ซึ่งการจะมีผู้อุดหนุนสนับสนุนดังกล่าวย่อมขึ้นอยู่กับว่า องค์การนั้น ๆ มีความสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง และได้ตอบสนองความต้องการนั้นสม่ำเสมอมากพอหรือไม่ ถ้าสามารถตอบสนองความต้องการได้ องค์การย่อมจะมีโอกาสบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ การตลาดจึงมีลักษณะเป็นตัวชี้หรือกำหนดเป้าหมายของบริษัทโดยตรง

ขณะเดียวกันการตลาดยังมีลักษณะเป็นต้นเหตุหรือจุดเริ่มขององค์การด้วย ทั้งนี้เพราะการตลาดเป็นเครื่องมือก่อให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์การ โดยเฉพาะการผลิตต่าง ๆ เหตุผลสำคัญก็เพราะการที่องค์การจะผลิตสินค้าหรือบริการอะไรออกไปขายนั้น สินค้าหรือบริการที่ขายจะต้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภค หรือลูกค้าที่มีอยู่จริงจึงจะขายได้ ด้วยเหตุนี้การตลาดที่เป็นเรื่องเริ่มต้นแรกสุดตั้งแต่การพิจารณาความต้องการของลูกค้า จึงนับว่าเป็นจุดแรกเริ่มหรือเป็นต้นเหตุโดยตรง เพราะเป็นกิจกรรมที่ต้องสัมพันธ์และมุ่งถึงผู้บริโภค (Consumer Orientation) ตลอดเวลา

2. การตลาดเป็นหน้าที่หลักซึ่งเป็นตัวกำกับหรือสร้างงานให้กับหน้าที่อื่น โดยที่หน้าที่ของการตลาดเกี่ยวข้องอยู่กับการพิจารณาความต้องการของผู้บริโภค และการตอบสนองความพอใจให้ผู้บริโภค ดังนั้น การตลาดจึงเท่ากับเป็นกิจกรรมหรือหน้าที่ที่คอยกำกับหน้าที่อย่างอื่น ๆ ตลอดเวลา โดยเหตุที่การตลาดทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจึงเท่ากับว่าการตลาดได้เป็นตัวทำหน้าที่คอยให้แนวทางต่อกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ซึ่งจะกำกับปริมาณ และชนิดของงาน รวมทั้งประสานกิจกรรมเหล่านั้นให้ดำเนินไปเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่ การตลาดจึงเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญที่สุดของธุรกิจเสมอ

3. การตลาดเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบภายนอก และเป็นตัวเริ่มต้นของกิจกรรมภายใน ถ้าพิจารณาจะเห็นได้ทันทีว่า การตลาดเป็นระบบย่อยภายในองค์การทุกแห่งที่มีความใกล้ชิดหรือสัมผัสโดยตรงกับระบบงานภายนอก และมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราว ทั้งภายในและภายนอกทั้ง 2 ด้าน ซึ่งต่างกับงานการผลิต ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานหรือกิจกรรมภายในเพียงด้านเดียว

ลักษณะดังกล่าวข้างต้นนี้ ย่อมชี้ถึงความสำคัญของการตลาดว่าเป็นหน้าที่งานที่ต้องเผชิญอยู่กับสิ่งที่ควบคุมไม่ได้เป็นส่วนใหญ่ เช่น สภาวะเศรษฐกิจ สังคม และยังเป็นส่วนที่อ่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา เช่น ความต้องการของลูกค้า เป็นต้น นอกจากนี้การตลาดยังมีลักษณะเป็นกลไกที่สำคัญยิ่งที่จะมีผลต่อกิจกรรมภายใน คือ สภาพของกิจกรรมการตลาดจะมีโรงงานที่อยู่กับที่ แต่จะต้องตื่นตัวและก้าวหน้าในเชิงรุกออกไปข้างนอก เพื่อหาโอกาสต่าง ๆ เข้ามา นั่นคือ การสร้างความต้องการด้วยการริเริ่ม ซึ่งเท่ากับเป็นเครื่องมือที่จะต้องทำหน้าที่จุดชนวนให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจตลอดเวลาโดยไม่หยุดนิ่ง

4. การตลาดช่วยตอบสนองความพอใจให้กับมนุษย์ และเอื้ออำนวยให้ระบบเศรษฐกิจ ดำเนินไปด้วยดี

จากความสำคัญของการตลาดดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้นทำให้ทราบได้ว่าบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในตำแหน่งนักการตลาดขององค์การใด ๆ ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถ และมีสมรรถภาพเชิงวิชาชีพ ฉะนั้น กระบวนการสำคัญคือการค้นหาว่าบุคคลใดที่มีสมรรถภาพเชิงวิชาชีพสูง ก็ย่อมน่าจะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จสูงเช่นกัน และยังเป็นที่ต้องการขององค์กรธุรกิจทั้งหลายด้วย

#### ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสมรรถภาพพบว่า การศึกษาใช้คำว่าสมรรถนะแทนสมรรถภาพ โดยยังคงความหมายเหมือนคำว่าสมรรถภาพการศึกษา และงานวิจัยเหล่านั้นมีเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไปแต่ยึดกรอบแนวการศึกษาในเรื่องความสามารถในการปฏิบัติงานซึ่งต่างกันไปตามสาขาอาชีพ พอสรุปได้ดังนี้

งานวิจัยของ ธานี คงเพชร (2541) ศึกษาเรื่องสมรรถนะของบัณฑิตบริหารธุรกิจ วิชาเอกบัญชี สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบทักษะของผู้บังคับบัญชาของบัณฑิตกับบัณฑิตที่มีต่อระดับสมรรถนะของบัณฑิตบริหารธุรกิจ วิชาเอกการบัญชี (กลุ่มบัญชีต้นทุน) ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ด้านบุคลิกภาพ และด้านมนุษยสัมพันธ์ โดยเก็บข้อมูลกับผู้บังคับบัญชาของบัณฑิต จำนวน 120 คน และบัณฑิตบริหารธุรกิจ วิชาเอกการบัญชี (กลุ่มบัญชีต้นทุน) ของสถาบัน จำนวน 120 คน โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตราประมาณค่าห้าระดับ พบว่า ผู้บังคับบัญชาของบัณฑิต และบัณฑิตมีทักษะต่อสมรรถนะของบัณฑิตบริหารธุรกิจวิชาเอกการบัญชี (กลุ่มบัญชีต้นทุน) ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร อยู่ในเกณฑ์ดี ทักษะของผู้บังคับบัญชาของบัณฑิตกับบัณฑิตต่อสมรรถนะของบัณฑิตบริหารธุรกิจ วิชาเอกการบัญชี (กลุ่มบัญชีต้นทุน) ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร ในแต่ละด้าน และโดยรวมห้าด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

วัฒนา อิศรางกูร ณ อยุธยา และคณะ (2530) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษา ตลาดแรงงานของบัณฑิตในเชิงพฤติกรรม เพื่อสำรวจพฤติกรรมต่าง ๆ ในตลาดแรงงานและนำข้อมูลไปใช้ในการเสนอแนะ และวางแผนอุดมศึกษาระยะยาว ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างความต้องการแรงงานในภาคเอกชนสำหรับบัณฑิตสายสังคมศาสตร์ ตลาดแรงงานภาคเอกชนมีความต้องการเพียงบางสาขาวิชาเท่านั้น เช่น แขนงวิชาทางด้านบริหารธุรกิจ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี เศรษฐศาสตร์ คอมพิวเตอร์ ประชาสัมพันธ์ การตลาด เป็นต้น โดยนายจ้างภาคเอกชนส่วนใหญ่จะพิจารณาคุณสมบัติของบัณฑิตด้านความรู้ทางวิชาการควบคู่ไปกับการเป็นผู้มีแนวโน้มที่จะทำงานได้ดี อันได้แก่ ความสามารถที่จะพัฒนาตนเองอยู่เสมอ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้กับการปฏิบัติงานได้ดี มีจริยธรรม คุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย มีความรับผิดชอบ ทั้งต่องานในหน้าที่ ต่อองค์กรและสังคม นอกจากนี้บัณฑิตควรมีความรู้พิเศษต่าง ๆ



ที่จำเป็นต่อการทำงาน คือความรู้ภาษาต่างประเทศ การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ พิมพ์ดีด และ อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน รวมทั้งบัณฑิตต้องเป็นผู้มีความคิดริเริ่ม มีโลกทัศน์ที่กว้างและสามารถแสดงความคิดเห็นทั้งพูดและเขียนรายงานได้อย่างชัดเจนเป็นระบบ

รายงานการวิจัยของทบวงมหาวิทยาลัย (2530) เกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตที่ นายจ้างต้องการพบว่า นายจ้างภาครัฐบาลต้องการผู้ที่มีความสามารถในการวิเคราะห์ แก้ปัญหา สามารถประยุกต์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ เข้าใจกฎหมายและระเบียบแบบแผน มีความสามารถในการวิจัย มีความรับผิดชอบ ส่วนนายจ้างภาคเอกชนต้องการผู้ที่มีความสามารถในการประยุกต์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ สามารถเรียนรู้เร็ว รู้เรื่องการบริหาร ชยัน อดทนและมีความรับผิดชอบ

อารีรัตน์ อุสาหวิริยกุล (2528) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของบัณฑิตทางด้านบริหาร ธุรกิจที่ตลาดต้องการว่า ประกอบด้วยคุณสมบัติ 3 ประการ คือ ประการแรก มีความรู้ดี หมายถึงการมีความรู้เกี่ยวกับวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจ ประกอบด้วยความรู้พื้นฐานด้านการจัดการ ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ ความรู้เกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การตลาด การบริหารบุคคล และความรู้ทางสถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ประการที่สอง มีความชำนาญ เน้นความสามารถที่จะนำความรู้มาใช้ในงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่นความสามารถในการวางแผนวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ด้านการเงิน การบัญชี รู้จักนำความรู้ทางสถิติ หรือตัวเลขไปใช้ให้เป็นประโยชน์ มีความรู้ที่จะวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางแก้ไข มีความสามารถที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำงานประสานกันด้วยดี และประการสุดท้ายมีบุคลิกภาพดี

มัลลิกา บุนนาค และคณะ (2532) ได้นำเสนอความสามารถที่จำเป็นต่อการทำงานของบัณฑิตทางด้านบริหารธุรกิจ ซึ่งผู้ใช้บัณฑิตเป็นผู้ประเมินเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้คือ ความรับผิดชอบในงาน ความรอบคอบ ประสิทธิภาพในงาน ความรู้ความสามารถในงานและมนุษยสัมพันธ์ในงาน

Drew (1998) ได้รวบรวมคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์และจำเป็นต่อการทำงานอาชีพในอนาคต จากมุมมองของนายจ้างและนักศึกษาไว้ดังนี้

1. บริษัทพรอคเตอร์และแกมเบิล (Proctor and Gamble) มีความเห็นว่าบัณฑิตที่พึงประสงค์ควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1) สามารถตั้งวัตถุประสงค์ที่พึงประสงค์
- 2) สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น
- 3) แก้ปัญหาได้ และกำหนดปัญหาล่วงหน้าได้
- 4) มีภาวะผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น
- 5) แสดงแนวคิดใหม่ที่ดีกว่าได้

2. วิทยาลัยเอลเวอร์โน (Alverno College) สหรัฐอเมริกา มีความเห็นว่าบัณฑิตควรมีความสามารถในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

- 1) การติดต่อสื่อสาร
- 2) การวิเคราะห์
- 3) การแก้ปัญหา
- 4) การแสดงคุณค่า
- 5) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 6) รับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมของโลก
- 7) เป็นพลเมืองที่มีประสิทธิผล

3. จากงานวิจัยของมหาวิทยาลัยเซฟฟิลด์ (University of Sheffield) แห่งสหราชอาณาจักร พบว่า สิ่งสำคัญที่บัณฑิตควรมี คือ

- 1) ทักษะสังคม
- 2) ความฉลาด
- 3) ความสามารถในการจัดการตนเอง
- 4) ความสามารถทางการใช้ภาษา และการติดต่อสื่อสาร
- 5) ความสามารถเชิงเทคนิค
- 6) การปรับตัว
- 7) ความคิดสร้างสรรค์
- 8) ความรู้ทั่วไป

4. ทักษะสำคัญและจำเป็นของบัณฑิตตามมุมมองของ QCA (Qualifications and curriculum Authority's) ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น NCVQ (National Council for Vocational Qualification) ในปี 1997 มีดังนี้

- 1) ทักษะการติดต่อสื่อสาร
- 2) เทคโนโลยีสารสนเทศ
- 3) การประยุกต์จำนวนตัวเลข
- 4) ทักษะบุคคล เช่น การทำงานร่วมกับบุคคลอื่น
- 5) ทักษะบุคคล เช่น การปรับปรุงการเรียนรู้ของตน
- 6) การแก้ปัญหา

5. คุณลักษณะของบัณฑิตในแนวคิดของ BTEC (Business and Technical Education Council) แห่งสหราชอาณาจักร มี 7 ประการ

- 1) การจัดการตนเองและการพัฒนาตนเอง
- 2) การทำงานสัมพันธ์กับผู้อื่น
- 3) ทักษะการติดต่อสื่อสาร
- 4) การจัดการกับงานและการแก้ปัญหา
- 5) การประยุกต์จำนวนตัวเลข
- 6) การประยุกต์เทคโนโลยี
- 7) การประยุกต์รูปแบบและการแก้ปัญหา

สมรรถภาพของคนทำงานตามมุมมองของบริษัทโฟล์คสวาเกน (Volkswagen) มีดังนี้

(<http://www.ed.gov/databases/ERIC.Digests/ed339749.html>)

- 1) การคิดในระบบเครือข่าย
- 2) ความสามารถในการทำงานในสถานการณ์ธุรกิจที่ซับซ้อน
- 3) ความสามารถในการแก้ปัญหา
- 4) ความยืดหยุ่นและความคิดสร้างสรรค์
- 5) ความเป็นอิสระ และความรับผิดชอบ
- 6) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และความร่วมมือกัน

สมรรถภาพตามมุมมองของนายจ้าง (<http://www.bgsu.edu/offices/careers/resume/comp.html>)

- 1) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร
- 2) ความยืดหยุ่น
- 3) สติปัญญา
- 4) ทักษะระหว่างบุคคล
- 5) ความรับผิดชอบ
- 6) ความรู้จักตนเอง
- 7) ความริเริ่มสร้างสรรค์
- 8) ความสามารถในการขจัดความขัดแย้ง
- 9) ภาวะผู้นำ
- 10) การแข่งขัน
- 11) ผลสัมฤทธิ์ในเป้าหมาย
- 12) ทักษะอาชีพ

อานันท์ บันยารชุน (2539 อ้างถึงใน เพ็ญพิมล ลีโนทัย, 2542) ได้แสดงทัศนคติเกี่ยวกับบัณฑิตโดยที่พึงประสงค์ในมุมมองของภาคเอกชนปัจจุบันในสยามโพสต์ว่าบัณฑิตไทยควรมีทักษะอย่างน้อย 3 ประการ ได้แก่ ฟังเป็น พูดเป็น และคิดเป็น นอกจากนี้ยังต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีทักษะทางภาษา สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ และต้องมีความซื่อสัตย์ต่อองค์กรและหน้าที่การงาน ขยันอดทนและรับผิดชอบต่องานที่ทำ

Levenburg (1996) ได้ทำการศึกษาทักษะการจัดการทั่วไปที่นักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจพึงมีในมุมมองของอาจารย์และผู้ปฏิบัติงานในสายบริหารธุรกิจว่า มีความแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการจัดหลักสูตร โดยทำการวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม คือ กลุ่มอาจารย์และกลุ่มคนทำงานสายบริหารธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามมีสมมติฐานการวิจัยว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนความสามารถและทักษะการจัดการที่นักศึกษาพึงมีจากมุมมองของอาจารย์และผู้ปฏิบัติงานสายบริหารธุรกิจไม่แตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติทดสอบที (t - test) นอกจากนี้ยังจัดลำดับทักษะทั้ง 18 ชนิด โดยวิธีของสเปียร์แมน จากนั้นจึงวิเคราะห์

องค์ประกอบ (Factor Analysis) ของปัจจัยทักษะเหล่านี้ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ จะบ่งชี้แบบแผนความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า อาจารย์และ ผู้ปฏิบัติงานสายบริหารธุรกิจมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ทักษะการจัดการทั่วไปเป็นปัจจัยสำคัญ เบื้องต้นที่มีความสำเร็จในธุรกิจ โดยผู้ปฏิบัติงานสายบริหารธุรกิจจัดลำดับความสำคัญของ ทักษะและความสามารถด้านการจัดการทั่วไปเรียงลำดับ 10 อันดับแรกดังนี้ ความสามารถด้าน การสื่อสารทางวาจา ทักษะการวิเคราะห์ปัญหา ความสามารถทำงานเป็นทีม ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ ความสามารถริเริ่มทำด้วยตนเอง ทักษะการตัดสินใจ ทักษะการเขียน ทักษะอื่น ๆ และทักษะทางคอมพิวเตอร์ ส่วนอาจารย์จัดลำดับ 10 อันดับแรกดังนี้ ทักษะการ วิเคราะห์ปัญหา ทักษะ การเขียน ความสามารถด้านการสื่อสารทางวาจา ทักษะการตัดสินใจ ความสามารถทำงานเป็นทีม ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ ทักษะทางคอมพิวเตอร์ ทักษะ อื่น ๆ และทักษะการนำเสนอ และการวิเคราะห์องค์ประกอบโดยวิธีหมุมแกนแวกซ์ ของตัว แปรทั้ง 18 ชนิด เป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทักษะด้านปริมาณ ประกอบด้วยทักษะย่อย 3 ชนิด คือ ทักษะการวิจัยทางสถิติ ทักษะทางคอมพิวเตอร์และทักษะการวิเคราะห์ปัญหา กลุ่ม ทักษะด้านบุคลิกภาพ ประกอบด้วยทักษะย่อย 3 ชนิด คือ ความ รับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ และความสามารถริเริ่มด้วยตนเอง กลุ่มทักษะการตระหนักรู้เกี่ยวกับโลกประกอบด้วยทักษะย่อย 2 ชนิด คือ ความพึงพอใจที่หลากหลายและการตระหนักรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของโลก กลุ่มทักษะ ด้านการจัดการ ประกอบด้วยทักษะย่อย 3 ชนิด คือ ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีมและการ บริหารโครงการ กลุ่มทักษะการเขียนรายงานและการวิจัย ประกอบด้วยทักษะย่อย 2 ชนิด คือ เทคนิคการเขียนรายงาน ทักษะการค้นคว้าในห้องสมุด/การวิจัย กลุ่มทักษะการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วยทักษะย่อย 3 ชนิด คือ ทักษะการเขียน ทักษะการพูด และทักษะการนำเสนอ กลุ่มทักษะการวิเคราะห์ประกอบด้วยทักษะย่อยเพียงชนิดเดียว คือ ความสามารถในการ วิเคราะห์ปัญหา

Callaivay และคณะ (1996) ศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศที่มีผลต่อเงินเดือน เริ่มแรกของการทำงาน ของบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ วิชาเอกการบัญชี การเงิน การตลาด และธุรกิจทั่วไป ในระหว่างช่วงปี ค.ศ. 1980s ซึ่งพบว่า โดยทั่วไป สาขาวิชาเอกที่ยากและเป็น สาขาวิชาประยุกต์ จะมีเงินเดือนสูงกว่าสาขาวิชาเอกสาขาอื่น นอกจากนี้ยังพบว่า เกรดมี อิทธิพลต่อรายได้ คนที่ได้เกรดสูงจะมีเงินเดือนสูงกว่า สตรีที่เข้าเรียนในสถาบันอุดมศึกษาที่มี คุณภาพต่ำกว่าจะมีโอกาสเลือกสาขาวิชาเอกที่ยากและในสาขาที่ประยุกต์น้อยลง และคุณภาพ

ของสถาบันอุดมศึกษามีอิทธิพลต่อการเลือกสาขาวิชาเอก เกเรดที่ได้และระดับเงินเดือนที่ได้รับในการทำงานภาคเอกชน สรุปลงงานวิจัยนี้ พบว่า การเลือกสาขาวิชาเอก และการเลือกมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้นายจ้างมองผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนว่าเป็นดัชนีที่สำคัญต่อคุณภาพของแรงงาน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

- 1) นักศึกษาที่เรียนสาขาวิชาเอกการบัญชีในช่วง 1982 – 1985 มีเงินเดือนเริ่มต้นสูงกว่าสาขาอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 2) ความตึงตัวของตลาดแรงงานในสาขาวิชาเอกธุรกิจ ทำให้ผลกระทบต่อการมีเงินเดือนครั้งแรกลดลง
- 3) GPA และ ERM มีผลทางบวกกับเงินเดือนเริ่มต้นของบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจตลอดในช่วงศตวรรษ 1980s ทั้งชายและหญิง
- 4) บัณฑิตหญิงสาขาบริหารธุรกิจ ได้เงินเดือนเริ่มแรกต่ำกว่าบัณฑิตชาย
- 5) ประสบการณ์จากการฝึกงานไม่มีนัยสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในการจ้างงาน
- 6) บัณฑิตหญิงที่อายุน้อยกว่าจะได้เงินเดือนเริ่มต้นสูงกว่าบัณฑิตที่อายุมากกว่า แต่ในบัณฑิตชายไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
- 7) บัณฑิตหญิงสาขาวิชาเอกการบัญชีจะได้เงินเดือนเริ่มแรกในการทำงานสูงกว่าสาขาวิชาเอกธุรกิจทั่วไปและสาขาวิชาเอกการเงิน

Howard (1986) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในมหาวิทยาลัย และศักยภาพด้านการจัดการของผู้ที่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ โดยปัญหาการวิจัย คือ ประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยอะไรบ้างที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางด้านบริหารธุรกิจของบัณฑิตสาขานี้ โดยมีสมมติฐานว่า คุณลักษณะของการศึกษาที่ได้จากมหาวิทยาลัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการทำงานมี 5 ประการ คือ ระดับการศึกษา เกเรด คุณภาพของสถาบัน สาขาวิชาเอกและกิจกรรมเสริมหลักสูตร ส่วนปัจจัยที่บ่งชี้ศักยภาพด้านการจัดการ ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) รวม 9 ปัจจัย ได้แก่ ทักษะการบริหารจัดการ (Administrative Skill) ทักษะระหว่างบุคคล (Interpersonal Skill) เสถียรภาพของการปฏิบัติ (Stability of Performance) ความสามารถทางสติปัญญา (Intellectual Ability) การมีส่วนร่วมในงาน (Work Involvement) แรงจูงใจต่อความก้าวหน้า (Advancement Motivation) ความเป็น

อิสระจากบุคคลอื่น (Independence of Other) ความไม่ลงรอยกัน (Non – confirmatory) และประสิทธิผลทั่วไป (General Effectiveness) ผลการวิจัยพบว่า

1) ผู้ที่มีผลการเรียนดีทั้งในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท จะมีความสามารถทางสติปัญญาดีกว่า

2) เกรตมีความสัมพันธ์กับความสามารถทางสติปัญญาและแรงจูงใจที่จะทำงานให้มีคุณภาพ กล่าวคือ เกรตนอกจากใช้เป็นเครื่องมือวัดความสามารถทางด้านสติปัญญาแล้วยังมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในงานด้วย

3) คุณภาพสถาบันเป็นตัวทำนายผลลัพธ์ได้บ้าง ขึ้นอยู่กับประเภทของการศึกษา

4) ผลการเปรียบเทียบสาขาวิชาเอก 6 สาขา ได้แก่ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ บริหารธุรกิจ วิศวกรรมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ พบว่า มีความแตกต่างของปัจจัย ผลลัพธ์ในสาขาวิชาเอก สาขาที่เป็นอันดับหนึ่งในทุกผลลัพธ์ คือ มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ รองลงมาคือ บริหารธุรกิจ สาขาที่ให้ผลต่ำสุด คือ คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ ความแตกต่างของปัจจัยผลลัพธ์ที่มีค่าสูงสุด คือความสามารถ ทักษะที่เด่นชัด คือ ทักษะด้านการจัดการ และทักษะการตัดสินใจ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และบริหารธุรกิจมีทักษะระหว่างบุคคลมากกว่าสาขาวิศวกรรมศาสตร์ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์

5) กิจกรรมเสริมหลักสูตรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทักษะการบริหาร ทักษะระหว่างบุคคล และแรงจูงใจ