



บันทึกข้อความ

คณะวิทยาการจัดการ	
เลขที่รับ.....	๕๙
วันที่.....	15 ก.ย. 2569
เวลา.....	11.49 น.

ส่วนราชการ สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ โทร.๑๓๓

ที่ อว ๐๖๓๐.๐๖/ สว ๕๗๓ วันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๙

เรื่อง ขอส่งแบบเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๑

เรียน คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ด้วยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มีการดำเนินการเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร เนื่องจากในปีการศึกษา ๒๕๖๐ หลักสูตรจะครบวงจรรอบ การปรับปรุงหลักสูตร ๕ ปี โดยมีสาระสำคัญในการปรับปรุงหลักสูตร ด้านความรู้ที่ทันสมัย การพัฒนาทักษะ สมรรถนะดิจิทัล สมรรถนะด้านข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ทักษะการสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ความสามารถปฏิบัติงานได้จริง การปรับตัว ต่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างคุณค่าให้แก่ธุรกิจค้าปลีก ชุมชน และประเทศได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานของหลักสูตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและมีหลักสูตรปรับปรุงที่สามารถประกาศใช้ได้ในปีการศึกษา ๒๕๖๑ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ จึงขอส่งแบบเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจ ค้าปลีกสมัยใหม่ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๑ รายละเอียดดังแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(อาจารย์ ดร.ศรินทร์ ไชยรัตน์)
ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่



แบบเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

แบบเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร

ตอนที่ 1 รายละเอียดเบื้องต้น

1.1 ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Program in Modern Retail Business

1.2 ชื่อปริญญา

ภาษาไทย ชื่อเต็ม : บริหารธุรกิจบัณฑิต (ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่)

ชื่อย่อ : บธ.บ. (ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่)

ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม : Bachelor of Business Administration (Modern Retail Business)

ชื่อย่อ : B.B.A.

1.3 ประเภทของหลักสูตร

เป็นหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

1.4 ลักษณะหลักสูตร

หลักสูตร ปกติ

1.5 รูปแบบการจัดการศึกษา

การศึกษาแบบ เต็มเวลา

1.6 สภาวิชาชีพเกี่ยวข้องกับการอนุมัติ หรือเห็นชอบหลักสูตร

☒ ไม่มีสภาวิชาชีพเกี่ยวข้อง

☐ มี และสภาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง คือ [โปรดระบุ]

1.7 หลักสูตรนี้ครอบคลุมการปรับปรุง พ.ศ. 2570

1.8 กำหนดการเปิดสอน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2570

1.9 ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น

1.9.1 หลักสูตรนี้จะมีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี หน่วยงานดังกล่าว ได้แก่

1) งานวิชาศึกษาทั่วไป

ให้ความร่วมมือในลักษณะ การจัดการเรียนการสอนรายวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 30 หน่วยกิต ให้กับนักศึกษา

2) คณะ/หลักสูตรอื่น ที่เปิดสอนรายวิชาเฉพาะ วิชาเอกเลือก และวิชาเลือกเสรี ให้กับนักศึกษา

1.9.2 หลักสูตรนี้มีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี หน่วยงานดังกล่าวได้แก่

- 1) บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- 2) บริษัท ซี.เจ.เอกซ์เพรส กรุ๊ป จำกัด
- 3) บริษัท โฮมโปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
- 3) บริษัท เอสบี ดีไซน์สแควร์ จำกัด
- 4) บริษัท คามู คามู จำกัด

ให้ความร่วมมือในลักษณะ ให้ความร่วมมือด้านการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติงานจริงระหว่างเรียนกับสถานประกอบการ สนับสนุนทุนการศึกษาแก่ผู้มีความสามารถพิเศษ การคัดเลือกของมหาวิทยาลัย โดยบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ตอนที่ 2 หลักการและเหตุผลในการเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร

2.1 หลักการและเหตุผลในการเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค ส่งผลต่อรูปแบบและกระบวนการดำเนินธุรกิจค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง จากเดิมที่ธุรกิจค้าปลีกมุ่งเน้นการดำเนินงานผ่านช่องทางหน้าร้านเป็นสำคัญ ได้เปลี่ยนผ่านสู่รูปแบบการค้าปลีกดิจิทัล การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Social Commerce Marketplace และการค้าปลีกแบบ Omnichannel ที่เชื่อมโยงช่องทางออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ ขณะเดียวกัน เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบอัตโนมัติ เทคโนโลยีสารสนเทศ และแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการวางแผน การตลาด การขาย การบริหารสินค้า การจัดการลูกค้า และการตัดสินใจทางธุรกิจ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566 มีจุดมุ่งหมายสำคัญในการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะด้านธุรกิจค้าปลีก สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมทั้งมีประสบการณ์จากการเรียนรู้ร่วมกับสถานประกอบการ โดยมีรายวิชาที่รองรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ เช่น ธุรกิจค้าปลีกดิจิทัล การตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจค้าปลีก นวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจค้าปลีก ตลอดจนการจัดการหน้าร้านและการผสมผสานช่องทางการตลาด และมีการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับการปฏิบัติงานจริงผ่านสหกิจศึกษา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และโครงงานวิชาชีพ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันและแนวโน้มในช่วงระยะเวลา 5 ปี ข้างหน้า พบว่าขีดความสามารถของบุคลากรในธุรกิจค้าปลีกมีความจำเป็นต้องพัฒนาให้ก้าวไปไกลกว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในระดับพื้นฐาน โดยเฉพาะความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์และ Generative AI การบริหารจัดการธุรกิจแบบ Omnichannel การออกแบบประสบการณ์ลูกค้า การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล การบริหาร Marketplace และ Social Commerce ตลอดจนความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและประกอบธุรกิจค้าปลีกด้วยตนเอง

นอกจากนี้ ผลการสำรวจความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตของหลักสูตรเดิมสะท้อนให้เห็นความสำคัญของทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ และความสามารถในการปฏิบัติงานจริง จึงจำเป็นต้องนำข้อมูลจากผู้ใช้บัณฑิต สถานประกอบการ ศิษย์เก่า นักศึกษา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้เป็นฐานในการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ และสมรรถนะของบัณฑิตให้มีความชัดเจนและสามารถประเมินได้

การปรับปรุงหลักสูตรครั้งนี้จึงมุ่งยกระดับหลักสูตรจากการผลิตบัณฑิตด้าน “ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่” ไปสู่การผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะด้าน “ธุรกิจค้าปลีกอัจฉริยะและดิจิทัล” สามารถบูรณาการองค์ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ การค้าปลีก การตลาด เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ นวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ และความยั่งยืนเข้าด้วยกัน ตลอดจนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาและสร้างคุณค่าให้แก่องค์กร ชุมชน และสังคม

หลักสูตรยังมุ่งส่งเสริมการจัดการศึกษาแบบมุ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome-Based Education) และการพัฒนาสมรรถนะผู้เรียน โดยเชื่อมโยงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา การจัดการเรียนรู้เชิงรุก การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง การเรียนรู้แบบบูรณาการกับการทำงาน (Work-integrated Learning) การจัดทำโครงการจากโจทย์จริงของสถานประกอบการ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้และทักษะไปใช้ในการประกอบอาชีพหรือสร้างธุรกิจได้จริง

การปรับปรุงหลักสูตรดังกล่าวสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 และมุ่งให้หลักสูตรมีความยืดหยุ่น สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และตลาดแรงงานในอนาคต ตลอดจนตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกำหนดให้หลักสูตรสามารถนำไปใช้จัดการเรียนการสอนได้ตั้งแต่ปีการศึกษา 2570 และมีศักยภาพในการรองรับการเปลี่ยนแปลงตลอดระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี

จากเหตุผลดังกล่าวการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ พ.ศ. 2570 จึงมีความจำเป็นเพื่อ ยกระดับคุณภาพของหลักสูตรและคุณภาพบัณฑิต ให้มีความรู้ ทักษะ สมรรถนะดิจิทัล สมรรถนะด้านข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สามารถปฏิบัติงานได้จริง ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ และสร้างคุณค่าให้แก่ธุรกิจค้าปลีก ชุมชน และประเทศได้อย่างยั่งยืน

2.2 หลักสูตรลักษณะนี้มีเปิดสอนอยู่แล้วที่มหาวิทยาลัยอื่นในประเทศ ได้แก่

- 1) มหาวิทยาลัยราชภัฏ อาทิ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- 2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล อาทิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 3) มหาวิทยาลัยเอกชน อาทิ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยทักษิณ
- 4) สถาบัน อาทิ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

2.3 หลักสูตรที่เสนอพัฒนา/ปรับปรุงนี้แตกต่างกับหลักสูตรดังกล่าวในประเด็นสำคัญ คือ

- 1) มีการบูรณาการ AI, Data Analytics, Omnichannel, Retail Innovation, Entrepreneurship และ Sustainability เข้ากับการเรียนรู้จากโจทย์ธุรกิจจริงตลอด 4 ปี
- 2) มุ่งผลิตบัณฑิตที่สามารถวิเคราะห์ ออกแบบ ทดลอง และขับเคลื่อนธุรกิจค้าปลีกได้จริง ทั้งในระดับองค์กรธุรกิจและธุรกิจชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

3.1 ปรัชญาของหลักสูตร

มุ่งผลิตบัณฑิตด้านธุรกิจค้าปลีกที่มีความรู้คู่ทักษะ สามารถบูรณาการศาสตร์บริหารธุรกิจ เทคโนโลยี ดิจิทัล ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ และนวัตกรรม เพื่อบริหารและสร้างธุรกิจค้าปลีกแบบ Omnichannel ได้อย่างสร้างสรรค์ มีคุณธรรม และรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

3.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

- 1) มีความรู้และความเข้าใจหลักการด้านการบริหารธุรกิจและการจัดการธุรกิจค้าปลีก สามารถบูรณาการองค์ความรู้เพื่อวิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสมกับบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง
- 2) สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล แพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสนับสนุนการตลาด การขาย การบริหารลูกค้า การจัดการสินค้า การดำเนินงาน และการตัดสินใจทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีจริยธรรม
- 3) สามารถออกแบบ พัฒนา และบริหารธุรกิจค้าปลีกแบบ Omnichannel โดยเชื่อมโยงช่องทางการขาย การตลาด และการให้บริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างประสบการณ์และคุณค่าให้แก่ลูกค้า
- 4) สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำไปสร้างข้อมูลเชิงลึก (Insight) สนับสนุนการวางแผน การแก้ปัญหา และการตัดสินใจทางธุรกิจค้าปลีกอย่างเป็นระบบ
- 5) สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมและพัฒนาธุรกิจค้าปลีก รวมทั้งสามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาธุรกิจของตนเอง โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการออกแบบธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล และการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง
- 6) มีทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหา มีคุณธรรม จริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถเรียนรู้และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและเทคโนโลยีได้อย่างต่อเนื่อง

3.3 ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา

ด้าน	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้ ชั้นปีที่ 1
ความรู้	- อธิบายหลักการพื้นฐานด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด การจัดการ และเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก - อธิบายแนวคิดและองค์ประกอบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ - อธิบายรูปแบบและประเภทของธุรกิจค้าปลีกทั้ง Offline, Online และ Digital Retail - อธิบายพื้นฐานเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ - เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ - ตระหนักถึงบทบาทของข้อมูล เทคโนโลยี และ AI ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงธุรกิจค้าปลีก
ทักษะ	- ใช้เครื่องมือดิจิทัลพื้นฐานในการเรียนและการทำงาน - ค้นหา รวบรวม และจัดระบบข้อมูลทางธุรกิจจากแหล่งข้อมูลที่เหมาะสม - วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย - สื่อสารและนำเสนอแนวคิดทางธุรกิจเบื้องต้น - ทำงานร่วมกับผู้อื่นและแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบได้

	- ใช้ AI เป็นเครื่องมือช่วยเรียนรู้และค้นคว้าอย่างเหมาะสม โดยสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
จริยธรรม	- มีความซื่อสัตย์ทางวิชาการ - เคารพสิทธิและความคิดเห็นของผู้อื่น - ใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรับผิดชอบ - ตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวและการใช้ข้อมูลลูกค้าอย่างเหมาะสม - ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และจรรยาบรรณของนักศึกษา
ลักษณะบุคคล	- ความรับผิดชอบ - ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ - การเปิดรับเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลง - ความคิดสร้างสรรค์ - การทำงานเป็นทีม - ความกล้าแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์
ด้าน	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้ ชั้นปีที่ 2
ความรู้	- อธิบายกระบวนการบริหารธุรกิจค้าปลีกตั้งแต่การจัดซื้อ การจัดการสินค้า การขาย การบริการ และการจัดการลูกค้า - อธิบายหลักการตลาดดิจิทัล E-Commerce Social Commerce และ Marketplace - เข้าใจหลักการจัดการช่องทางการขายแบบ Omnichannel - เข้าใจหลักการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจและพฤติกรรมลูกค้า - อธิบายแนวคิดการจัดการประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) - เข้าใจหลักการใช้เทคโนโลยีและ AI ในกระบวนการธุรกิจค้าปลีก
ทักษะ	- วิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัญหาพื้นฐานของธุรกิจค้าปลีก - ออกแบบกิจกรรมการตลาดดิจิทัลเบื้องต้น - ใช้ Social Media และ Marketplace เป็นช่องทางทางธุรกิจ - จัดทำ Customer Journey เบื้องต้น - วิเคราะห์ข้อมูลยอดขายและข้อมูลลูกค้าในระดับพื้นฐาน - ใช้เครื่องมือดิจิทัลและ AI เพื่อสร้างเนื้อหาและสนับสนุนงานทางธุรกิจ - แก้ปัญหาทางธุรกิจจากกรณีศึกษาและสถานการณ์จำลอง - นำเสนอแผนงานหรือโครงการทางธุรกิจเป็นทีม
จริยธรรม	- ใช้ข้อมูลลูกค้าอย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ - ตระหนักถึงจริยธรรมในการทำการตลาดดิจิทัล - ใช้ AI อย่างโปร่งใสและไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา - มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค - ปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ
ลักษณะบุคคล	- การคิดวิเคราะห์ - การแก้ปัญหา

	- ความรับผิดชอบต่อผลงาน - ความสามารถในการสื่อสาร - ภาวะผู้นำในระดับทีม - ความมั่นใจในการนำเสนอ - ความสามารถในการปรับตัว
ด้าน	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้ ชั้นปีที่ 3
ความรู้	- วิเคราะห์กลยุทธ์ของธุรกิจค้าปลีกในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง - อธิบายแนวคิดและกระบวนการบริหารธุรกิจแบบ Omnichannel - เข้าใจ Data Analytics และ Business Intelligence สำหรับธุรกิจค้าปลีก - เข้าใจการประยุกต์ใช้ AI และ Emerging Technologies ในธุรกิจ - เข้าใจการบริหารนวัตกรรมและการออกแบบประสบการณ์ลูกค้า - เข้าใจ Business Model และแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ - เข้าใจแนวคิด Sustainable Retail และ ESG
ทักษะ	- วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหา Business Insight - วิเคราะห์ Customer Data และพฤติกรรมผู้บริโภค - ใช้ Dashboard หรือเครื่องมือ Business Intelligence เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ - ออกแบบกลยุทธ์ Omnichannel - ออกแบบ Customer Experience - ใช้ AI เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์และการแก้ปัญหาทางธุรกิจ - ออกแบบนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ - จัดทำ Business Model Canvas - พัฒนาโครงการธุรกิจจากโจทย์จริง - ทำงานร่วมกับสถานประกอบการหรือผู้ประกอบการจริง
จริยธรรม	- สามารถตัดสินใจทางธุรกิจโดยคำนึงถึงจริยธรรม - ใช้ข้อมูลและ AI อย่างรับผิดชอบ - คำนึงถึงผลกระทบของธุรกิจต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม - มีความรับผิดชอบต่อผลงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - เคารพกฎหมายและจรรยาบรรณวิชาชีพ
ลักษณะบุคคล	- ความคิดเชิงระบบ - ความคิดสร้างสรรค์ - ความสามารถในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน - ความเป็นผู้นำ - ความเป็นผู้ประกอบการ - ความกล้าทดลองและเรียนรู้จากความผิดพลาด - ความสามารถในการทำงานกับคนต่างกลุ่ม

ด้าน	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้ ชั้นปีที่ 4
ความรู้	- บูรณาการองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจและธุรกิจค้าปลีกเพื่อการปฏิบัติงานจริง - วิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีกได้ - เข้าใจการบริหารธุรกิจค้าปลีกแบบครบวงจร - ประยุกต์ใช้ Digital, Data, AI และ Innovation ในบริบทจริง - เข้าใจการบริหารความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ - เข้าใจแนวคิดธุรกิจอย่างยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม
ทักษะ	- วิเคราะห์และแก้ปัญหาธุรกิจจริงอย่างเป็นระบบ - วางแผนและบริหารโครงการธุรกิจค้าปลีก - ใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ - ประยุกต์ใช้ AI และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสถานการณ์จริง - ออกแบบและพัฒนาธุรกิจ Omnichannel - สร้างและนำเสนอแผนธุรกิจหรือ Retail Innovation Project - ปฏิบัติงานในสถานประกอบการได้อย่างมืออาชีพ ทำงานเป็นทีมและบริหารความขัดแย้ง สื่อสารกับผู้บริหาร ลูกค้า เพื่อนร่วมงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ สามารถสร้าง Portfolio ที่แสดงสมรรถนะในการทำงาน
จริยธรรม	- ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบต่อ - ตัดสินใจทางธุรกิจโดยคำนึงถึงจริยธรรม - เคารพสิทธิของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - ใช้ข้อมูล เทคโนโลยี และ AI อย่างมีความรับผิดชอบต่อ - คำนึงถึงผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม - ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ
ลักษณะบุคคล	- ความเป็นมืออาชีพ - ภาวะผู้นำ - ความรับผิดชอบต่อ - ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม - ความเป็นผู้ประกอบการ - ความสามารถในการปรับตัว - การเรียนรู้ตลอดชีวิต - Mindset ที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง - จิตบริการและมุ่งเน้นลูกค้า

3.4 การวิเคราะห์ภาวะความต้องการบัณฑิตจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจุดเด่นของหลักสูตร

3.4.1 ความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การวิเคราะห์ภาวะความต้องการบัณฑิตจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจุดเด่นของหลักสูตร

1. การวิเคราะห์ภาวะความต้องการบัณฑิตจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ พ.ศ. 2570 มุ่งตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินธุรกิจค้าปลีก ตลอดจนความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการใช้บัณฑิต โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานและการประกอบธุรกิจได้จริง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย ผู้ประกอบการและนายจ้าง ศิษย์เก่า นักศึกษา ปัจจุบัน ผู้เรียนหรือผู้สมัครเข้าศึกษา อาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญทางวิชาชีพ และหน่วยงานหรือชุมชนที่เกี่ยวข้อง โดยความต้องการสำคัญสามารถสรุปเป็นประเด็น ดังนี้

1) ผู้ประกอบการและนายจ้าง

ต้องการบัณฑิตที่มีความรู้ด้านการบริหารธุรกิจและธุรกิจค้าปลีก สามารถปฏิบัติงานได้จริง มีทักษะด้านดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การแก้ปัญหา และสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค

2) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจสมัยใหม่

มีความต้องการบุคลากรที่สามารถบริหารธุรกิจทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เข้าใจการดำเนินธุรกิจแบบ Omnichannel สามารถใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการตลาด การขาย การจัดการลูกค้า และการตัดสินใจทางธุรกิจ

3) ศิษย์เก่า

มีความต้องการให้หลักสูตรพัฒนาทักษะที่สามารถนำไปใช้ในการทำงานจริง โดยเฉพาะทักษะดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล การใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ การสื่อสาร การบริหารจัดการ และการพัฒนาดตนเองอย่างต่อเนื่อง

4) นักศึกษาปัจจุบันและผู้เรียนในอนาคต

ต้องการหลักสูตรที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย เน้นการปฏิบัติจริง การทำโครงงาน และการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง รวมทั้งเปิดโอกาสให้สามารถพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล การเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างธุรกิจของตนเอง

5) ชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น

ต้องการองค์ความรู้และบุคลากรที่สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจชุมชน และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ดังกล่าว หลักสูตรจึงควรมุ่งพัฒนาบัณฑิตให้มีสมรรถนะที่ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ทักษะวิชาชีพ ทักษะดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ การบริหารธุรกิจแบบ Omnichannel การสร้างนวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ ตลอดจนคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

3.4.2 จุดเด่นของหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570 มีจุดเด่นในการบูรณาการศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจและธุรกิจค้าปลีกเข้ากับเทคโนโลยีและแนวโน้มของธุรกิจยุคใหม่ โดยมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) Smart Retail

มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เข้าใจและสามารถบริหารธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ข้อมูล และนวัตกรรม

2) Digital, Data และ AI

พัฒนาทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อการวิเคราะห์ การตลาด การขาย การบริหารลูกค้า และการตัดสินใจทางธุรกิจ

3) Omnichannel Retail

มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างประสบการณ์และคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบ

4) เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง

เน้นการเรียนรู้แบบ Project-based Learning, Problem-based Learning และการเรียนรู้ร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงทฤษฎีกับสถานการณ์จริง

5) Retail Innovation และ Entrepreneurship

ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนานวัตกรรม และความสามารถในการสร้างหรือพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของตนเอง

6) Smart Local Retail

เชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับบริบทของธุรกิจชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนการยกระดับธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

7) Sustainability และจริยธรรม

ปลูกฝังให้ผู้เรียนตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม สิ่งแวดล้อม และการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม

จุดเด่นของหลักสูตรอยู่ที่ การบูรณาการ Business + Digital + Data + AI + Omnichannel + Innovation + Entrepreneurship + Sustainability เข้ากับการเรียนรู้จากโจทย์ธุรกิจจริง เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความพร้อมทั้งในการประกอบอาชีพ การบริหารธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ และการพัฒนาธุรกิจในบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

3.5 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

PLO1: อธิบายลักษณะการเป็นบัณฑิตวไลยอลงกรณ์ตามเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของความเป็นวไลยอลงกรณ์ได้อย่างถูกต้อง

PLO2: สื่อสารภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อการดำเนินชีวิตประจำวัน

PLO3: แสดงออกถึงพฤติกรรมการดูแลสุขภาพกายและจิตใจของตนเอง เพื่อตอบสนองต่อความความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม

PLO4: แสดงออกถึงพฤติกรรมการเป็นพลเมืองและพลเมืองดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง

PLO5: ใช้ทักษะการคิดเชิงระบบในการสร้างแบบจำลองธุรกิจหรือนวัตกรรมเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างอาชีพในอนาคต

PLO6: อธิบายและประยุกต์ใช้หลักการบริหารธุรกิจและการจัดการธุรกิจค้าปลีก เพื่อวิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

PLO7: อธิบายและประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การจัดการประสบการณ์ลูกค้า และการบริหารธุรกิจค้าปลีกแบบ Omnichannel เพื่อสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

PLO8: อธิบายหลักการและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและการตัดสินใจของธุรกิจค้าปลีก

PLO9: วิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้เครื่องมือดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างข้อมูลเชิงลึกและสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ

PLO10: ออกแบบและพัฒนากลยุทธ์หรือแผนธุรกิจค้าปลีกแบบ Omnichannel โดยบูรณาการช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า

PLO11: ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และเครื่องมือที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา พัฒนาระบบการ และเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจค้าปลีก

PLO12: ออกแบบและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือรูปแบบธุรกิจค้าปลีก โดยใช้กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์และแนวคิดผู้ประกอบการ

PLO13: ปฏิบัติงานและตัดสินใจทางธุรกิจด้วยคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสมและรับผิดชอบต่อ

PLO14: สื่อสารและนำเสนอข้อมูลหรือแนวคิดทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น มีภาวะผู้นำ และบริหารจัดการงานหรือโครงการได้อย่างเหมาะสม

PLO15: มีความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการปรับตัวและเรียนรู้ตลอดชีวิต ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถพัฒนาตนเองให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและเทคโนโลยี

3.6 อาชีพที่ประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. ผู้จัดการร้านค้า/ผู้จัดการสาขา (Store/Branch Manager)
2. นักการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Specialist)
3. ผู้เชี่ยวชาญด้าน E-Commerce และ Omnichannel (E-Commerce/Omnichannel Specialist)
4. นักวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ/ข้อมูลค้าปลีก (Business/Retail Data Analyst)
5. นักวิเคราะห์ธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Analyst)
6. นักพัฒนาธุรกิจ (Business Development Officer/Executive)
7. นวัตกรรมธุรกิจค้าปลีก (Retail Innovation Specialist)
8. ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจดิจิทัล (Retail/Digital Entrepreneur)
9. ผู้จัดการ/เจ้าหน้าที่บริหารลูกค้าสัมพันธ์และประสบการณ์ลูกค้า (CRM/Customer Experience Officer)
10. นักวางแผนและบริหารสินค้า/ซัพพลายเชนค้าปลีก (Merchandising/Supply Chain Officer)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ/ตำแหน่งงานกับทักษะของบัณฑิต (Skill Mapping)

อาชีพ/ตำแหน่งงาน	ทักษะทั่วไป (General Skills)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skills)
ผู้จัดการร้านค้า/ผู้จัดการสาขา (Store/Branch Manager)	การบริหารและควบคุม การดำเนินงานของร้านค้า	การขาย การบริหาร บุคลากร การบริหารสินค้า การบริการลูกค้า

นักการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Specialist)	การวางแผนและดำเนิน กิจกรรมการตลาดผ่านสื่อ ดิจิทัล	ทักษะ Social Media และแพลตฟอร์มออนไลน์
ผู้เชี่ยวชาญด้าน E-Commerce และ Omnichannel (E-Commerce/Omnichannel Specialist)	การบริหารและพัฒนาช่อง ทางการขายออนไลน์และ ออฟไลน์	เทคโนโลยีดิจิทัล ในการ ขาย สินค้าและบริการ
นักวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ/ข้อมูลค้าปลีก (Business/Retail Data Analyst)	การวิเคราะห์ข้อมูล ยอดขาย ลูกค้า สินค้า และพฤติกรรมผู้บริโภค	เทคโนโลยีดิจิทัล
นักวิเคราะห์ธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Analyst)	การวิเคราะห์กระบวนการ และข้อมูลทางธุรกิจ	เทคโนโลยีดิจิทัล
นักพัฒนาธุรกิจ (Business Development Officer/Executive)	การวิเคราะห์โอกาสทาง ธุรกิจ	เทคโนโลยีดิจิทัล
นักนวัตกรรมธุรกิจค้าปลีก (Retail Innovation Specialist)	การออกแบบและพัฒนา นวัตกรรม	การออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการ และประสบการณ์ ลูกค้า
ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจดิจิทัล (Retail/Digital Entrepreneur)	บริหารธุรกิจ	การสร้างธุรกิจแบบดั้งเดิม การสร้างธุรกิจ แพลตฟอร์ม
นักวางแผนและบริหารสินค้า/ซัพพลายเชนค้าปลีก (Merchandising/Supply Chain Officer)	ทักษะการวางแผน	การจัดซื้อ สินค้าคงคลัง การกระจายสินค้า และ การบริหารสินค้า

ตอนที่ 4 ลักษณะของหลักสูตร

4.1 คุณสมบัติของผู้สมัครเรียน

1. เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือระดับ ปวส. และผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และ หรือเป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ว่าด้วยการจัดการศึกษา ระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ. 2557 (ภาคผนวก ก)

2. ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์การคัดเลือกภายใต้โครงการพิเศษต่างๆของมหาวิทยาลัย

4.2 โครงสร้างหลักสูตร (ปัจจุบัน)

- | | |
|---|--------------|
| 1) จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า | 124 หน่วยกิต |
| 2) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า | 30 หน่วยกิต |
| 3) หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า | 88 หน่วยกิต |
| 3.1) กลุ่มวิชาเนื้อหา | 81 หน่วยกิต |
| 3.1.1) กลุ่มวิชาบังคับ | 60 หน่วยกิต |
| 3.1.2) กลุ่มวิชาเลือก | 21 หน่วยกิต |

- | | |
|---|------------|
| 3.2) กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ | 7 หน่วยกิต |
| 4) หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า | 6 หน่วยกิต |

4.3 โครงสร้างหลักสูตร (ปรับปรุงใหม่)

- | | |
|---|--------------|
| 1) จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า | 121 หน่วยกิต |
| 2) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า | 24 หน่วยกิต |
| 3) หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า | 97 หน่วยกิต |
| 3.1) กลุ่มวิชาเนื้อหา | 84 หน่วยกิต |
| 3.1.1) กลุ่มวิชาบังคับ | 60 หน่วยกิต |
| 3.1.2) กลุ่มวิชาเลือก | 24 หน่วยกิต |
| 3.2) กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ | 7 หน่วยกิต |
| 4) หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า | 6 หน่วยกิต |

รายวิชาในหมวดต่าง ๆ

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า	24	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า	97	หน่วยกิต
2.1) กลุ่มวิชาเนื้อหา จำนวนไม่น้อยกว่า	84	หน่วยกิต
2.1.1) กลุ่มวิชาบังคับ บังคับเรียนไม่น้อยกว่า	60	หน่วยกิต
รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
65MSC101	การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในงานธุรกิจ Computer Applications in Business	3(2-2-5)
65MSC102	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
65MSC103	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management	3(3-0-6)
65MSC104	องค์การและการจัดการสมัยใหม่ Modern Organizations and Management	3(3-0-6)
65MSC105	การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ Entrepreneurship and New Business Creation	3(3-0-6)
65MSC106	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)
65MSC107	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
65MSC108	หลักการบัญชี Principles of Accounting	3(2-2-5)
65MSC109	คณิตศาสตร์และสถิติพื้นฐาน Fundamental Mathematics and Statistics	3(2-2-5)
65MSC110	หลักการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน Principle of Logistics and Supply Chain Management	3(3-0-6)

รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
65MSC111	กฎหมายธุรกิจเบื้องต้น Introduction to Business Law	3(3-0-6)
MRM101	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก Introduction to Retail Business	3(3-0-6)
MRM102	การจัดการธุรกิจค้าปลีก Retail Business Management	3(3-0-6)
	การบริหารงานขายและประสบการณ์ลูกค้า Sales and Customer Experience Management	3(2-2-5)
MRM308	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการในธุรกิจค้าปลีก Integrated Marketing Communication in Retail Business	3(2-2-5)
	การตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจค้าปลีก Digital Marketing for Retail	3(2-2-5)
	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และโซเชี่ยลคอมเมอร์ซ E-Commerce and Social Commerce	3(2-2-5)
	ธุรกิจค้าปลีกแบบ Omnichannel Omnichannel Retail Business	3(2-2-5)
	การวิเคราะห์ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจค้าปลีก Data Analytics and Artificial Intelligence for Retail Business	3(2-2-5)
	เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับธุรกิจค้าปลีก Technology and Innovation for Retail Business	3(2-2-5)
	การจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจค้าปลีก Strategic Management for Retail Business	3(2-2-5)
	การวิจัยและการแก้ปัญหาธุรกิจค้าปลีก Research and Problem Solving in Retail Business	3(2-2-5)

2.1.2) กลุ่มวิชาเลือก เลือกเรียนไม่น้อยกว่า

24

หน่วยกิต

รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
MRM106	การบริหารงานขายในธุรกิจค้าปลีก Sales Management in Retail Business	3(2-2-5)
MRM201	การจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน Merchandising Display and Store Decoration	3(3-0-6)
MRM202	การทำงานเป็นทีมด้วยทัศนคติเชิงบวก Positive Attitude Teamwork	3(3-0-6)
MRM203	การบริหารการจัดซื้อ Purchasing Management	3(2-2-5)

รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
MRM204	การจัดการคุณภาพงานบริการ Service Quality Management	3(3-0-6)
MRM205	เทคนิคการขายและการบริการลูกค้า Selling Techniques and Customer Services	3(2-2-5)
MRM206	การค้าส่งและการค้าปลีก Wholesaling and Retailing Management	3(3-0-6)
MRM207	การบริหารและการวางแผนในธุรกิจอาหาร Management and Planning in Food Business	3(3-0-6)
MRM208	การจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม Food & Beverage Management	3(3-0-6)
MRM210	การบริหารการเงินสำหรับธุรกิจค้าปลีก Financial Management for Retail Business	3(2-2-5)
MRM211	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce	3(3-0-6)
MRM212	การออกแบบโมเดลธุรกิจ Business Model Development	3(3-0-6)
MRM213	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(3-0-6)
MRM304	การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ Effective Communication	3(2-2-5)
MRM305	การบริหารสินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีก Merchandising Management for Retail Business	3(3-0-6)
MRM306	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจค้าปลีก Retail Business Customer Relations Management	3(3-0-6)
MRM308	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการในธุรกิจค้าปลีก Integrated Marketing Communication in Retail Business	3(3-0-6)
MRM311	การจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจค้าปลีก Strategic Management for Retail Business	3(3-0-6)
MRM312	การวิจัยในธุรกิจค้าปลีก Research in Retail Business	3(2-2-5)
MRM314	การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม Social Entrepreneurship Retail Business Planning	3(2-2-5)
MRM317	การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจค้าปลีก Data Analytics for Retail Businesses	3(2-2-5)
MRM318	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายธุรกิจค้าปลีก Retail Business Distribution Channel Management	3(3-0-6)

รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
MRM320	การจัดการการเปลี่ยนแปลง Change Management	3(3-0-6)
MRM403	การให้บริการและการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า Providing Services and Impressing Customers	3(3-0-6)
MRM405	การสร้างแบรนด์ Brand Building	3(3-0-6)
MRM406	การจัดการกับปัญหาและการบริหารจัดการงานด้านการบริการ Problem Solving and Management for Services Business	3(2-2-5)
MRM407	พฤติกรรมลูกค้าและการให้บริการลูกค้าอย่างประทับใจ Customer Behavior and Excellent Service	3(2-2-5)
MRM409	กรณีศึกษาธุรกิจค้าปลีก Retail Business Case Studies	3(2-2-5)
MRM410	การออกแบบและเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้า Store Location and Design	3(2-2-5)
MRM411	การส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีก Promotion Mix for Retail Business	3(2-2-5)
MRM415	การสร้างความเชื่อมั่นในทีมงาน Building Confidence in Teamwork	3(3-0-6)
MRM420	พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก Consumer Behavior for Retail Business	3(2-2-5)
MRM427	การจัดการหน้าร้านและการผสมผสานช่องทางการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีก Frontline and Omni-Channel Management for Retail Business	3(2-2-5)
	การจัดการร้านค้าและการออกแบบประสบการณ์ในร้าน Store Management and In-Store Experience Design	3(2-2-5)
	การบริหารแบรนด์และการสร้างคุณค่าตราสินค้าปลีก Retail Brand Management and Brand Equity	3(2-2-5)
	การวางแผนและจัดแสดงสินค้าในธุรกิจค้าปลีก Merchandising Planning and Visual Merchandising	3(2-2-5)
	การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Analytics and Customer Relationship Management	3(2-2-5)
	การค้าปลีกผ่านแพลตฟอร์มและ Live Commerce Platform Retail and Live Commerce	3(2-2-5)
	ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจค้าปลีก Generative Artificial Intelligence for Retail Business	3(2-2-5)
	การค้าปลีกระหว่างประเทศและการจัดการตลาดโลก	3(2-2-5)

รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
	International Retailing and Global Market Management การจัดการธุรกิจค้าปลีกชุมชนและท้องถิ่น Community and Local Retail Business Management	3(2-2-5)
2.2) กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ให้เลือก เรียนกลุ่มวิชาใดวิชาหนึ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า		7 หน่วยกิต
2.2.1) กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา		
รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
MRM421	การเตรียมสหกิจศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ Preparation for Cooperative Education in Modern Retail Business Management	1(45)
MRM422	สหกิจศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ Cooperative Education in Modern Retail Business Management	6(640)
2.2.2) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ		
รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
MRM423	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ Preparation for Professional Practice in Modern Retail Business Management Projects	2(90)
MRM424	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ Professional Practice in Modern Retail Business Management Projects	5(450)
2.2.3) กลุ่มวิชาปฏิบัติการโครงการ		
รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
MRM425	การเตรียมปฏิบัติการโครงการวิชาชีพทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ Preparation for Professional Practice in Modern Retail Business Management Project	2(90)
MRM426	ปฏิบัติการโครงการวิชาชีพทางการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ Professional Practice in Modern Retail Business Management Project	5(450)
3) หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า		6 หน่วยกิต

ตอนที่ 5 วิธีการสอน

5.1 แนวคิดในการจัดการเรียนการสอนที่ใช้ในหลักสูตรปรับปรุงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

จัดการเรียนรู้เชิงผลิตภาพที่บูรณาการงานวิจัย โครงการ และการฝึกประสบการณ์กับธุรกิจจริง ให้นักศึกษาสามารถ คิดวิเคราะห์ ออกแบบ ดำเนินการ ในธุรกิจดิจิทัลที่นักศึกษาเป็นเจ้าของ ภายใต้กรอบคุณธรรมจริยธรรม โดยมีเป้าหมาย กระบวนการ สามารถเป็นผู้ประกอบการจริงได้ในอนาคต สามารถแสดงผลลัพธ์ของแต่ละชั้นปีดังตาราง

ชั้นปี	เป้าหมาย	กระบวนการ	ผลลัพธ์
1	มีความรู้พื้นฐานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่(Modern Retail Management)	ความรู้พื้นฐานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น ความรู้เบื้องต้นธุรกิจค้าปลีก เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก พื้นฐานด้านการจัดการบัญชีและการเงิน พื้นฐานด้านการบริหารธุรกิจ ฯลฯ	นักศึกษามีความรู้พื้นฐานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
ภาคฤดูร้อนชั้นปีที่ 1 เข้าร่วมกิจกรรมเตรียมความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกในสถานประกอบการค้าปลีก			
2	มีทักษะ และสมรรถนะด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ผ่านการฝึกปฏิบัติงาน ห้องปฏิบัติการสาขา และการทดลองฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ	พัฒนาทักษะด้วยการบูรณาการรายวิชา กับโครงการการเตรียมความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านการฝึกปฏิบัติงานห้องปฏิบัติการสาขาและการทดลองฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ โดยบูรณาการกับรายวิชาการจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้านค้า การสร้างแบรนด์ การบัญชีเพื่อการค้าปลีก การเงินธุรกิจ ธุรกิจค้าปลีกดิจิทัล ฯลฯ	เรียนรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัล การจัดการข้อมูล เพื่อการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
ภาคฤดูร้อนชั้นปีที่ 2 เข้าร่วมกิจกรรมทดลองฝึกปฏิบัติงานฝึกงานในสถานประกอบการค้าปลีก			
3	สามารถบูรณาการความรู้เพื่อการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่	บูรณาการรายวิชาเพื่อการพัฒนาทักษะด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ การพัฒนาแผนงาน ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ด้วยการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ รายวิชาที่บูรณาการ ได้แก่ การจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจค้าปลีก การจัดการธุรกิจค้าปลีกระหว่างประเทศ การเป็นผู้ประกอบการค้าปลีก และนวัตกรรม นวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจค้าปลีก สัมมนาการจัดการธุรกิจค้าปลีก ฯลฯ	สามารถพัฒนาแผนโครงการที่บูรณาการความรู้ เพื่อพัฒนาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

ชั้นปี	เป้าหมาย	กระบวนการ	ผลลัพธ์
ภาคฤดูร้อนชั้นปีที่ 3 ฝึกงานในสถานประกอบการตำแหน่งที่ตนเองสนใจ			
4	สามารถปฏิบัติงานในสถานประกอบการ	บูรณาการรายวิชาเพื่อการพัฒนาทักษะด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ กับการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ (ฝึกงาน/ฝึกสหกิจ) รายวิชาที่บูรณาการ ได้แก่ การจัดการหน้าร้าน กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีก การออกแบบและเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้า การบริหารหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ	สามารถปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมมือและมีผลงานสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการจัดการในธุรกิจค้าปลีก

ตอนที่ 6 ความพร้อมของบุคลากร

6.1 จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำหลักสูตร ปัจจุบันมีจำนวนทั้งหมด 5 คน ได้แก่

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ และวุฒิการศึกษา	วุฒิ/สาขา ตรงหรือสัมพันธ์
1. อาจารย์ดร.ศรินทร์ ไชยรัตน์	อาจารย์	บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) บธ.ม (บริหารธุรกิจ) บธ.บ. (การตลาด)	ตรง
ผลงานทางวิชาการ (ผลงานย้อนหลัง 5 ปี) ศรินทร์ ไชยรัตน์. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความภักดีของลูกค้าในการเข้าใช้บริการร้าน Supersports กรุงเทพมหานคร. ตีพิมพ์ลงใน : วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์. ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 เดือน พฤษภาคม - สิงหาคม 2567. ณัตติยา เอี่ยมคง, ศรินทร์ ไชยรัตน์, ปิยงูร ตันวิเชียร, เนมิ อุนากรสวัสดิ์, นริศ ห่วงพงษ์ศิริ. การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือมัดหมี่สีธรรมชาติ โอท็อปมณีเจ้าพระยา จังหวัดปทุมธานี. ตีพิมพ์ลงใน : วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2568. (TC11)			
ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ และวุฒิการศึกษา	วุฒิ/สาขา ตรงหรือสัมพันธ์
2. อาจารย์ ดร.วิญญู วีรยางกูร	อาจารย์	Ph.D. (Marketing) MBA. (General Management) บธ.บ. (การตลาด)	ตรง
ผลงานทางวิชาการ (ผลงานย้อนหลัง 5 ปี) วริศรา กัณหาทร และ วิญญู วีรยางกูร. (2567). กลยุทธ์การสื่อสารทางออนไลน์ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี. ในการเอกสารสืบเนื่องงานประชุมวิชาการระดับชาติวิจัยรำไพพรรณี ครั้งที่18 เนื่องในวโรกาสคล้ายวันพระราชสมภพสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี ครบ 120 ปี. ครั้งที่ 18. วันที่ 19 ธันวาคม 2567.			

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ และวุฒิการศึกษา	วุฒิ/สาขา ตรงหรือสัมพันธ์
3. ผ.ศ.อัครวรรณ สุขเกิด	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์พัฒนา) ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์พัฒนา)	สัมพันธ์
ผลงานทางวิชาการ (ผลงานย้อนหลัง 5 ปี) อัครวรรณ สุขเกิด. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมสีธรรมชาติเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของกลุ่มอาชีพมัดย้อมมัดย้อม ตำบลบางชะแยง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. ตีพิมพ์ลงใน : วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน 2567. อัครวรรณ สุขเกิด, ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล, วิภาวดี ทุปิยะ และธันยธร ตินภพ. (2567). การจัดการวิสาหกิจชุมชนแบบเกษตรสร้างมูลค่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี. ตีพิมพ์ลงใน : วารสารมณีเชษฐาราม วัฒนภูมิ ปีที่ 7 ฉบับที่ 4 เดือนกรกฎาคม – สิงหาคม 2567. อัครวรรณ สุขเกิดและ มนสิชา อนุกุล. (2567). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน จังหวัดอุทัยธานี. ตีพิมพ์ลงใน : Interdisciplinary Academic and Research Journal, 4 (6), November-December 2024. อัครวรรณ สุขเกิด. (2568). การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. ตีพิมพ์ลงใน : Journal of Management Science. 27(1), 132-144. อัครวรรณ สุขเกิด. (2568). แนวทางการพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี. ตีพิมพ์ลงใน : วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 5(1),161-171. อัครวรรณ สุขเกิด. (2568). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี. ตีพิมพ์ลงใน : Journal of MCU Peace Studies. 13(5), 2027-2039. อัครวรรณ สุขเกิด, ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล, วิภาวดี ทุปิยะ, ธันยธร ตินภพ, มนสิชา อนุกุล และปิยะพงษ์ ยงเพชร. ตีพิมพ์ลงใน : นวัตกรรมจัดการสินค้าเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม. 3(4),518 – 533.			
ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ และวุฒิการศึกษา	วุฒิ/สาขา ตรงหรือสัมพันธ์
4. ผ.ศ.อาภา ไสยสมบัติ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) วท.บ. (บริหารธุรกิจ)	สัมพันธ์
ผลงานทางวิชาการ ภาศิริ เขตปิยรัตน์,วัชรภรณ์ อาริรัตนศักดิ์,สินีนารถ วิกรมประสิทธิ์,อาภา ไสยสมบัติ (2567) แรงจูงใจ และกลยุทธ์การตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อผลการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์. ตีพิมพ์ลงใน : วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มีนาคม 2567.			

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ และวุฒิการศึกษา	วุฒิ/สาขา ตรงหรือสัมพันธ์
5. ร.ศ.วิกรานต์ เผือกมมงคล	รองศาสตราจารย์	บธ.ม. (การเงินการธนาคาร) บช.บ. (บัญชี)	ตรง
ผลงานทางวิชาการ หนังสือ ตำรา งานแปล วิกรานต์ เผือกมมงคล. (2549). การวิเคราะห์งบการเงิน. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. วิกรานต์ เผือกมมงคล. (2567). การวิเคราะห์งบการเงินธนาคารพาณิชย์. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏ วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. บทความวิชาการ (ผลงานย้อนหลัง 5 ปี) วิกรานต์ เผือกมมงคล. (2566). ปัจจัยเฉพาะธนาคาร ปัจจัยเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไรของ ธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดสินทรัพย์ต่างกัน. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, 15(1), 73-90. (TCI 1) Paukmongkol, W. (2024). Determinants of bank profitability in Thailand by generalized method of moments estimation. Asia Social Issues, 17(1), e260597. (TCI 1) Paukmongkol, W. (2025). Competition and profitability of commercial banks in Thailand under the financial sector master plan phase II-III. Asia Social Issues, 18(1), e267949. (TCI 1) วิกรานต์ เผือกมมงคล. (2569). การเปรียบเทียบความยั่งยืนทางการเงินของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย. วารสารบริหารศาสตร์, 14(3), 207-237. (TCI 1) วิกรานต์ เผือกมมงคล. (2569). สุขภาพทางการเงินและความยั่งยืนทางการเงินของมหาวิทยาลัยราชภัฏ. วารสารวิทยาการจัดการ, 13(1), 21-46. (TCI 1) Paukmongkol, W. (2026). Financial sustainability in regional universities: Context-adaptive determinants in Thailand's higher education system. KKBS วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี, 10(2), 81-107 (TCI 1)			

6.2 จำนวนอาจารย์ในหลักสูตรที่จะเกษียณอายุราชการตามแผนพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน
พระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานีช่วงระยะเวลา พ.ศ. 2569-2573 จำนวน 1 คน

6.3 หน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีความต้องการทรัพยากรบุคคลเพิ่มเติมดังนี้

1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

- ☒ ไม่ต้องการมีจำนวนครบตามเกณฑ์
☐ ต้องการจำนวน [โปรดระบุ] คน เหตุผล [โปรดระบุ]

2. อาจารย์ประจำหลักสูตร

- ☒ ไม่ต้องการมีจำนวนครบตามเกณฑ์
☐ ต้องการจำนวน [โปรดระบุ] คน เหตุผล [โปรดระบุ]

6.4 จำนวนนักศึกษาในหลักสูตรย้อนหลัง 4 ปี [นับตั้งแต่ปี พ.ศ.ที่ขอเปิดจนถึง ปี พ.ศ.ที่ขอปรับปรุง]

นักศึกษารับเข้า ปี พ.ศ. 2566 จำนวน 69 คน

นักศึกษารับเข้า ปี พ.ศ. 2567 จำนวน 55 คน

นักศึกษารับเข้า ปี พ.ศ. 2568 จำนวน 81 คน

นักศึกษารับเข้า ปี พ.ศ. 2569 จำนวน 79 คน

ตอนที่ 7 ความพร้อมทางกายภาพ

7.1 หนังสือ ตำรา

7.1.1 หนังสือ ตำรา ที่นักศึกษาสามารถค้นคว้าได้จาก ห้องสมุด

1. The inspired retail space : attract customers, build branding, increase volume
2. Retail : architecture + shopping
3. Retail best practices and guide to food safety and sanitation
4. Retail graphics
5. Retail logistics Retail is Detail
6. กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก
7. การจัดการซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจค้าปลีก
8. การบริการลูกค้า
9. การบริหารการค้าปลีก
10. การบริหารทรัพยากรบุคคล
11. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก
12. เทคโนโลยีสารสนเทศและการบริหารระบบข้อมูลสำหรับธุรกิจค้าปลีก

7.2 หากมีสิ่งประกอบอื่นที่ทำให้เกิดความพร้อม โปรตรระบุชื่อและแหล่งค้นคว้า

ห้องปฏิบัติการค้าปลีก Retail Mart

7.3 ห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์

- ☒ มีเพียงพอแล้ว สำหรับนักศึกษาจำนวน 40 คน สถานภาพการใช้งาน ต้องดูแลรักษาตามเวลา
- ☐ ยังไม่เพียงพอ สิ่งที่ขาดคือ [โปรตรระบุ]

วิธีแก้ปัญหาห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์ไม่เพียงพอ คือ [โปรตรระบุ]

ทั้งนี้ คณะกรรมการวิชาการของคณะได้พิจารณาและเห็นชอบการเสนอขอปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในคราวประชุมครั้งที่ 5/ 2569 เมื่อวันที่ 11 เดือน กันยายน พ.ศ. 2569

ลงนาม

(อาจารย์ ดร.ศรินธร ไชยรัตน์)
ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาทิตยา เป้นัญญานนท์)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการและเทคโนโลยีดิจิทัล
คณะวิทยาการจัดการ

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา สีสี่)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ