

การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด
โดยใช้บทเรียนวีดิทัศน์กับการสอนแบบปกติ

ปริญญาานิพนธ์

ของ

พรทิพย์ วิกรัยทวีพงษ์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

กันยายน ๒๕๔๐

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

**การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด
โดยใช้บทเรียนวีดิทัศน์กับการสอนแบบปกติ**

**บทคัดย่อ
ของ
พรทิพย์ วิกรัยทวิพงษ์**

**เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
กันยายน 2540**

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด โดยใช้บทเรียนวีดิทัศน์กับการสอนแบบปกติ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วยนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี อำเภอบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ประจำปีการศึกษา 2539 จำนวน 2 ห้องเรียน รวม 60 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มทดลอง 30 คน กลุ่มควบคุม 30 คน โดยสุ่มด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ประกอบด้วยบทเรียนวีดิทัศน์ เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด กับแผนการสอนและแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 25 ข้อ มีค่าความยาก อยู่ระหว่าง 0.25 - 0.71 ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.20 - 0.63 มีค่าความเชื่อมั่น 0.76 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การทดสอบที (t-test)

ผลการศึกษาค้นคว้าปรากฏว่า

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาดก่อนทดลอง เรื่องกระบวนการของการวิจัยตลาด ที่เรียนด้วยบทเรียนวีดิทัศน์กับนักศึกษาที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ ไม่มีความแตกต่างกัน
2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่องกระบวนการของการวิจัยตลาด หลังการทดลองของกลุ่มทดลองที่เรียนด้วยบทเรียนวีดิทัศน์สูงขึ้นกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05
3. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด หลังการทดลองของกลุ่มควบคุมที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติสูงขึ้นกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05
4. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ของนักศึกษาที่เรียนด้วยบทเรียนวีดิทัศน์สูงขึ้นกว่าการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

A COMPARATIVE STUDY OF LEARNING ACHIEVEMENT
IN A MARKETING RESEARCH COURSE THROUGH USING OF VIDEO TAPE
AND A TRADITIONAL METHOD OF TEACHING

AN ABSTRACT

BY

PORNTIP WIKRAITAWEEPONG

Presented in partial fulfillment of the requirements for the
Master of Education degree in Business Education
at Srinakharinwirot University

September 1997

The purpose of this study was to compare the achievement in a marketing research course through using of video tape and a traditional method of teaching.

The sample consisted of 60 diploma degree students randomly drawn from two sections of students studying 2nd semester in 1996 at Thonburi Vocational College. They were divided into a treatment group and a non-treatment group, each with 30 students.

The treatment group was taught with the use of a video tape developed by the researcher, the non-treatment group was taught with a traditional method. The lessons were on the use of marketing research process. At the end of the experiment period both groups was administered with the academic achievement test developed by the researcher. The item difficulties ranged from 0.25 to 0.71; the item discriminations ranged from 0.20 to 0.63 and the reliability of the test was 0.76. The data were analyzed with the use of t-test.

The results revealed that:

1. There were no differences in the academic achievement scores on pretest between the two groups.
2. There were significant differences in the academic achievement scores of the video tape group on the pretest and the posttest at the level of .05.
3. There were significant differences in the academic achievement scores of the traditional group on the pretest and the posttest at the level of .05.
4. There were significant differences between the group taught with the use of video tape and the group taught with the use of a traditional method at the level of .05.

คณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการสอบได้พิจารณาปัญหานี้นั้นแล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอก
ธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

คณะกรรมการควบคุม

..... ประธาน
(รศ. สำอางค์ งามวิชา)

..... กรรมการ
(รศ.ดร. สมสาร วงษ์อุ้นนอส)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(รศ. สำอางค์ งามวิชา)

..... กรรมการ
(รศ.ดร. สมสาร วงษ์อุ้นนอส)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รศ. สุวัฒน์ วัฒนวงศ์)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้รับปัญหานี้นั้น เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้น
คว้าหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ดร. ศิริฎา พูลสุวรรณ)

วันที่ ๒๒ เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๔๐

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือในการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องทางวิชาการ ให้นำแนวคิดและคำแนะนำเป็นอย่างดี จากรองศาสตราจารย์สำเภาวงศ์ งามวิชา ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร. สมสรวงษ์ อ่อนน้อย กรรมการ และรองศาสตราจารย์สุวัฒน์ วัฒนวงศ์ กรรมการ ที่แต่งตั้งเพิ่มเติม ผู้วิจัยสำนึกในพระคุณท่านทั้งสามเป็นอย่างสูง จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์นิคม วัฒนโธ ที่กรุณาให้คำแนะนำตรวจแก้ไขและเป็นที่ปรึกษา การผลิตวิทยุทัศน์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย ที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขแบบทดสอบวัด ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ขอขอบคุณอาจารย์วิรัช ผ่องหทัยกุล และอาจารย์บุญเลิศ รอดสว่าง ผู้ดำเนินการถ่ายทำวิทยุทัศน์ ปรับปรุงแก้ไขจนสำเร็จตามความมุ่งหมาย ตลอดจนคณาจารย์วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรีที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจอย่างดียิ่ง และนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส. 2) แผนกการตลาด ภาคเรียน ที่ 2 ปีการศึกษา 2539 ที่ให้ความร่วมมือในการทดลองครั้งนี้

ประการสุดท้าย ขอขอบคุณ คุณวันชัย วิกฤษทวีพงษ์ ที่เป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา ตลอดจน เพื่อน ๆ ที่เรียนร่วมรุ่นทุกคนได้ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจอย่างดียิ่ง

คุณค่าและคุณประโยชน์ของปริญญานิพนธ์ ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตเวทิตาคุณแด่คุณพ่อ คุณแม่ และบูรพาจารย์ทุกท่าน

พรทิพย์ วิกฤษทวีพงษ์

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	5
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า	5
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	6
	นิยามศัพท์เฉพาะ	7
	สมมุติฐานในการวิจัย	8
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
	หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2538.....	9
	บทบาทของครูกับกระบวนการเรียนการสอน.....	13
	การใช้บทเรียนวีดิทัศน์ในการเรียนการสอน	14
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้วีดิทัศน์ในการเรียนการสอน	19
	งานวิจัยในประเทศ	19
	งานวิจัยต่างประเทศ	21
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	23
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
	เนื้อหาและระยะเวลาในการทดลอง	24
	เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง	24
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง	24
	แบบแผนการทดลองที่ใช้ในการวิจัย	26
	การดำเนินการทดลอง	26
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	27
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30

5 บทย่อ สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	36
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	36
สมมติฐานการวิจัย	36
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	36
เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง	37
วิธีดำเนินการทดลอง	37
การวิเคราะห์ข้อมูล	37
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	38
อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า	38
ข้อเสนอแนะ	39
ข้อเสนอแนะทั่วไป	40
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	40
บรรณานุกรม	41
ภาคผนวก	46
ภาคผนวก ก แสดงค่า p และ r ของแบบทดสอบ	47
ภาคผนวก ข การหาค่าความเชื่อมั่น	49
ภาคผนวก ค แผนการสอนแบบปกติ	52
ภาคผนวก ง แผนการสอนบทเรียนวิดีโอ	62
ภาคผนวก จ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด	72
ภาคผนวก ฉ บทเรียนวิดีโอ	92
ภาคผนวก ช แบบประเมินชุดบทเรียนวิดีโอ	111
ภาคผนวก ซ แบบการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหากับจุดประสงค์	113
ประวัติย่อของผู้วิจัย	116

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	แสดงรูปแบบ	26
2	แสดงค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนจากการสอบก่อนและหลังการทดลอง ของนักศึกษาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม	31
3	แสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนการทดลองระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม	32
4	แสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด หลังการทดลองระหว่างกลุ่มที่เรียนด้วยบทเรียนวีดิทัศน์กับการสอนแบบปกติ	33
5	แสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด ก่อนการทดลองและหลังการทดลองของกลุ่มที่เรียนด้วยบทเรียนวีดิทัศน์	34
6	แสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด ก่อนการทดลองและหลังการทดลองของกลุ่มที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ	35
7	แสดงค่า P_h , P_j , P และ r โดยการวิเคราะห์หาค่าสอบ	48
8	แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ	51

บทนำ

ภูมิหลัง

การตัดสินใจที่ถูกต้องย่อมมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการบริหารธุรกิจ ถ้าหากการตัดสินใจไม่มีข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแน่นอน สิ่งก็ตามมาก็คือความล้มเหลว ถึงแม้บุคคลบางคนอาจจะมีประสบการณ์มาจากอดีตก็ตาม ถ้าหากปราศจากข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจแล้ว เขาก็จะประสบกับความล้มเหลวได้เช่นเดียวกัน นักธุรกิจยอมรับว่าการวิจัยตลาดมีคุณค่าทางด้านปฏิบัติอย่างแท้จริง ในสหรัฐอเมริกาแต่ละปีจะมีการใช้งบประมาณระหว่าง 250 ถึง 300 ล้านดอลลาร์เพื่อการวิจัยตลาดโดยเฉพาะ การวิจัยตลาดเป็นการดำเนินงานในการรวบรวมและแปลข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของการตลาด ข้อมูลดังกล่าวมีความจำเป็นต่อการตัดสินใจ การวางแผนและเพื่อการจัดโปรแกรมตลาดที่ดีกว่า การวิจัยตลาดจะให้ประโยชน์โดยการกำหนดขอบข่ายของความไม่แน่นอนให้แคบเข้า และในการลดการเสี่ยงในการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อโปรแกรมการวางแผนระยะยาว การทำนายเศรษฐกิจและการขาย วงการธุรกิจได้ใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากให้กับนักวิจัยตลาดเพื่อให้เกิดความมั่นใจในเทคนิคและการค้นหาข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการตัดสินใจทางธุรกิจ การวิจัยจะต้องประกอบด้วย การแปลข้อมูลที่ถูกต้อง การตัดสินใจทางธุรกิจมักจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของอนาคต มันเป็นเรื่องง่ายในการกำหนดสิ่งที่จะทำในเวลาที่ผ่านมา ดังนั้นการวิจัยตลาดจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นเพราะช่วยให้ธุรกิจตัดสินใจได้ดีขึ้น การวิจัยตลาดได้เริ่มมีบทบาทมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2493 เป็นต้นมา ซึ่งใช้หลักการทางวิทยาศาสตร์ วงการธุรกิจของทุกวันนี้ได้ใช้การวิจัยตลาดในด้านต่าง ๆ ซึ่งสามารถจัดเป็น 4 ประเภท คือ การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ การวิจัยการตลาด การวิจัยการขาย และการวิจัยการโฆษณา (วารสารอาชีวศึกษา. 2529 : 16 - 17)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536 มีหลักการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถศึกษาหาความรู้และประสบการณ์จากแหล่งวิทยาการ สถานประกอบการ และสถานประกอบอาชีพอิสระได้ พร้อมทั้งจัดการเรียนการสอนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ กิจกรรมเหมาะสมกับลักษณะของงานอาชีพต่าง ๆ จุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ทักษะและประสบการณ์สามารถปฏิบัติงานในระดับช่างเทคนิค มีเจตคติที่ดีต่อสังคม มีความภาคภูมิใจและมั่นใจในวิชาชีพที่เรียนเพื่อพัฒนาจิตนิสัย และวินัยในการทำงาน ให้มีจรรยาในวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร ความริเริ่มสร้างสรรค์ ความสามารถในการตัดสินใจและแก้ปัญหาได้ทันการณ์

วิชา สบต 2205 การวิจัยตลาด เป็นวิชาที่เลือกในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ในหมวดวิชาการศึกษา ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ ซึ่งมีจุดประสงค์รายวิชาเพื่อให้ผู้เรียน ได้ทราบวิธีการแก้ปัญหาและวางแผนด้านการตลาด ซึ่งต้องอาศัยผลจากการวิจัยตลาดเป็นหลักในการพิจารณาและสามารถทราบหลักปฏิบัติในการวิจัยตลาดในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง

ในระยะเวลาเกือบสิบปีที่ผู้วิจัยทำการสอนวิชา สบต 2205 การวิจัยตลาด (2:2:3) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาชนบทนั้น ได้พบปัญหาของนักศึกษาหลายประการ เช่น นักศึกษาไม่ทราบว่าวิจัยตลาดคืออะไร มีวิธีการขั้นตอนปฏิบัติของงานวิจัยตลาดอย่างไร การทำวิจัยตลาดมีประโยชน์อะไร บ้างก็ไม่สนใจต่อการเรียนวิชาการวิจัยตลาด ผลการสอบปลายภาคของนักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่ไม่น่าพอใจ แต่สำหรับครูผู้สอนปัญหาก็คือไม่มีตัวอย่างหรือรูปแบบขั้นตอนของการวิจัยตลาดของกิจการในรูปของการปฏิบัติจริง ๆ ออกมาเผยแพร่แก่สาธารณชนเพราะข้อมูลเหล่านั้นถือเป็นความลับของกิจการ ถ้าหากเปิดเผยแล้วจะเป็นผลเสียต่อกิจการได้ คู่แข่งทางการค้าต่างก็พยายามหาหนทางหนีต้อจดจำหน้าผลิตภัณฑ์ของตนอยู่ตลอดเวลา โดยข้อเท็จจริงแล้วครูผู้สอนต้องพยายามค้นคว้าจากตำราเอกสาร นิตยสารทางการตลาดอยู่ตลอดเวลาเพื่อนำมาประกอบการเรียนการสอนของตน บ้างก็สร้างบทเรียนจำลองขึ้นมาเอง ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติในรูปแบบง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนจากแบบฝึกหัดท้ายบท เมื่อมาวิเคราะห์หาสาเหตุที่นักศึกษาเรียนวิชาการวิจัยตลาดไม่ได้ดี พบว่าน่าจะเกิดจากสาเหตุหลายประการ ซึ่งอาจจำแนกเป็นสองประการใหญ่ ๆ คือ สาเหตุจากตัวนักศึกษาส่วนหนึ่ง และสาเหตุจากครูผู้สอนอีกส่วนหนึ่ง ในส่วนที่เกี่ยวกับนักศึกษา ได้แก่ ขาดความรู้พื้นฐานทางด้านการตลาด ขาดสิ่งเร้าและแรงจูงใจ มีเจตคติที่ไม่ดีต่อวิชาการวิจัยตลาด สภาพสิ่งแวดล้อมไม่ดี สุขภาพไม่เอื้ออำนวย ส่วนที่เกี่ยวกับครูผู้สอน ได้แก่ ขาดขวัญและกำลังใจ วิธีการสอนไม่จูงใจ สื่อการสอนมีไม่เพียงพอและคุณภาพไม่ดีพอ ขาดการพัฒนากระบวนการเรียนการสอนที่ต่อเนื่อง

ผู้วิจัยเห็นว่าสาเหตุสำคัญคือ นักศึกษาขาดสิ่งเร้าและแรงจูงใจ เพราะวิธีการสอนและสื่อการสอนที่ผู้วิจัยใช้สอนอยู่ในปัจจุบันยังไม่ส่งผลให้มีประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาสูงขึ้น อีกทั้งแนวโน้มการสอนในปัจจุบันได้กำหนดให้ครูเป็นผู้แนะนำกระตุ้นให้ผู้เรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง ครูเป็นเพียงผู้คอยดูแลอำนวยความสะดวก หรือจัดการซึ่งตรงกับความคิดการศึกษาแบบพัฒนาการ โดยอาศัยสื่อการเรียนการสอนเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนให้เข้าใจในสิ่งที่ถ่ายทอดซึ่งเป็นความรู้ เจตคติ ทักษะต่าง ๆ ให้ตรงตามจุดมุ่งหมาย จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าปัญหาของการเรียนวิชา สบต 2205 การวิจัยตลาด เป็นปัญหาที่สำคัญปัญหาหนึ่งที่ผู้วิจัยกำลังสอนอยู่ในปัจจุบัน หากไม่หาทางแก้ไขจะทำให้ศึกษามีพื้นฐานความรู้การวิจัยตลาดไม่ดีและอาจเกิดเจตคติที่ไม่ดีต่อภาพลักษณ์ของการตลาดได้ เพื่อหาวิธีการแก้ไขปัญหานี้ ผู้วิจัยจึงสร้างบทเรียนในรูปวีดิทัศน์ในเรื่องกระบวนการวิจัยตลาด ให้สอดคล้องกับหลักสูตรของกรมอาชีวศึกษาว่าวิชาการวิจัยตลาดเป็นวิชาที่เลือกวิชาหนึ่งในหมวดวิชาบริหารธุรกิจ (หมวดวิชาการศึกษา)

สาขาวิชาการตลาดตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2536 มีจุดประสงค์รายวิชาเพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบวิธีการแก้ปัญหาและวางแผนด้านการตลาด ซึ่งต้องอาศัยผลจากการวิจัยตลาดเป็นหลักพิจารณาและสามารถทราบหลักปฏิบัติในการวิจัยตลาด รู้ถึงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ฝ่ายวิจัยและประสานงานหรือทำงานร่วมกับฝ่ายวิจัยได้ การสอนวิชาการวิจัยตลาดจะต้องสอนให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริง ๆ ครูจะต้องสอนให้ผู้เรียนได้เห็นวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานจึงจำเป็นต้องมีการสาธิตให้เห็นวิธีการและเทคนิคที่ถูกต้อง หากนักบริหารนิเทศน์มาใช้สอน สามารถสร้างบรรยากาศทางใจให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น กระตุ้นให้ผู้เรียนเห็นความสำคัญของสิ่งที่จะเรียนได้ทั้งข้อเท็จจริงและชี้แนะความคิดรวบยอดของสิ่งที่จะเรียนให้แก่ผู้เรียน นอกจากนี้วิธีทัศน์เพื่อการสอนยังช่วยฝึกทักษะในการฟัง ฝึกให้เป็นผู้มีสมาธิ รู้จักทำงานและฝึกทักษะในการคิดเป็น สามารถที่จะได้ความรู้ทุกรูปแบบตั้งแต่ความรู้ง่าย ๆ จนถึงกระบวนการที่ซับซ้อนและใช้กับผู้เรียนได้ทุกระดับ ตั้งแต่ระดับอนุบาล ประถม มัธยมศึกษา และการศึกษานอกโรงเรียน โดยผู้สอนประสงค์จะส่งหรือถ่ายทอดไปยังผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสื่อช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจดียิ่งขึ้น เมื่อนำมาใช้ประกอบคำบรรยายของครู

การเรียนรู้ของมนุษย์จากโทรทัศน์นั้นนับได้ว่าเป็นการเรียนรู้จากการสังเกตรูปแบบหนึ่ง และตัวแบบที่มนุษย์สังเกตจากโทรทัศน์เป็นตัวแบบสัญลักษณ์ (Symbolic Model) ทั้งนี้เนื่องจากการเสนอตัวแบบที่บุคคลสังเกตโดยการผ่านสื่อหรือสัญลักษณ์อื่น ๆ เช่น การเสนอตัวแบบจากภาพยนตร์ การบันทึกภาพจากการบอกเล่าต่อ ๆ กัน จากหนังสือ วิทยุ และตัวแบบที่ปรากฏทางโทรทัศน์ ตัวแบบสัญลักษณ์นี้สามารถทำให้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่รับเอาทัศนคติรูปแบบในการคิด อารมณ์ และรูปแบบการกระทำที่แปลกใหม่ได้ (Bandura. 1977 : 39) เนื่องจากการเสนอตัวแบบสัญลักษณ์ สามารถที่จะแสดงความรู้เกี่ยวกับทักษะต่าง ๆ ซึ่งบุคคลสามารถเรียนรู้และนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดความสามารถในการแสดงพฤติกรรมใหม่นั้นได้ (Bandura. 1986 : 70) วิดีทัศน์ (Video Tape) เป็นวัสดุที่ใช้ควบคู่กับโทรทัศน์ นับเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะมีการปรับปรุงและวิวัฒนาการทั้งในด้านราคา คุณภาพ และรูปแบบให้เหมาะสมกับการนำไปใช้ในวงการบันเทิง การศึกษา เป็นอุปกรณ์ที่สะดวกสบายในการนำรายการที่บันทึกไว้มาเสนอได้ทุกเวลา คุณภาพของภาพก็ไม่ต่างไปจากรายการถ่ายทอดสดเพราะสามารถฉายซ้ำได้ประมาณ 500 ครั้ง (เกศินี โชติติกเสถียร. 2523 : 180)

สื่อการสอนเป็นเครื่องมือหรือช่องทางสำหรับทำให้การสอนของครูไปถึงผู้เรียนและทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ตามวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่วางไว้อย่างดี (เสวก มีทอง. 2527 : 2) การเลือกสื่อเพื่อใช้ในการเรียนการสอนนั้น เริ่มพิจารณาวัตถุประสงค์ของผู้เรียน สภาพแวดล้อม และลักษณะเฉพาะของสื่อเพื่อให้ได้สื่อที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งอาจพบอุปสรรคว่าสื่อที่มีอยู่ไม่ตรงกับความต้องการจึงต้องพิจารณาว่าจะดัดแปลงสื่อที่มีอยู่ให้ใช้ได้หรือไม่ หรือจะต้องทำการผลิตสื่อชิ้นใหม่ ในการผลิตสื่อชิ้นใหม่นั้นต้องพิจารณาถึงเรื่องการผลิต งบประมาณ เวลา อุปกรณ์การผลิตและผู้เชี่ยวชาญจะช่วยเหลือในการวางแผนผลิตสื่อต่อไป (ชีชาวล วิริยกุล. 2527 : บทนำ) ความพยายามดังกล่าวนำไปสู่ศาสตร์ในสาขา

ที่เรียกว่า เทคโนโลยีทางการศึกษา (Educational Technology) ซึ่งมีจุดเน้นสำคัญประการหนึ่ง คือ มุ่งค้นหาวิธีการเรียนการสอนใหม่ ๆ ที่ส่งเสริมให้มีการใช้สื่อการสอนหลากหลายชนิด และใช้อย่างเป็นระบบ ในระยะหลังเมื่อวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีพัฒนาก้าวหน้าขึ้น การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีศักยภาพในการประยุกต์ใช้ได้ดีที่สุดคือ โทรทัศน์ (Television) วิดีทัศน์ (Video) และคอมพิวเตอร์ (Computer) (วิภา อุดมฉันท. 2538 : 1 - 2)

สถาบันอุดมศึกษาเป็นสถาบันที่ต้องการความเป็นเลิศทางด้านวิชาการ และงานสำคัญที่สถาบันอุดมศึกษาต้องรับผิดชอบก็คือ งานทางด้านการสอน การวิจัย การบริการทางวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมซึ่งงานทั้งหมดนี้ถือว่างานทางด้านการสอนเป็นงานหลักเพราะนักศึกษาจะได้รับผลโดยตรงจากงานด้านการสอน ในการสอนนักศึกษาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเพียงใดหรือไม่ั้น ขึ้นอยู่กับกลวิธีสอนและเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด แนวทางในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับเด็กนั้น มีวิธีการอยู่มากมาย ตามความคิดของนักจิตวิทยาชาวสวิสชื่อ จิน เปียเจต์ (Jean Piaget) ที่ได้ค้นพบพัฒนาการทางความคิด หรือระดับการเรียนรู้รวม 4 ขั้น เกิดขึ้นตามลำดับก่อนหลัง ไม่ข้ามขั้นและสัมพันธ์กับอายุ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 อายุ 0 - 2 ปี การเรียนรู้เกิดจากประสบการณ์ตรงและเกิดทันที โดยผ่านประสาทสัมผัสย่อย ๆ จึงจะจำได้ การรับรู้จะเริ่มจากการได้เห็น ได้ยิน ลูบคลำ หัดพูด ใช้ท่าทาง จินตนาการ ยังไม่เกิดมองเห็นด้านเดียว

ขั้นที่ 2 อายุ 2 - 6 ปี วัยนี้มักจะสร้างความเข้าใจเฉพาะตัว ใช้ความคิดแบบนึกเอาเอง เข้าใจคนเดียว อธิบายไม่ได้ อธิบายเหตุผลไม่ได้ ไม่รู้ว่าใช้อะไรเป็นเกณฑ์ เรียนรู้แบบลองผิดลองถูก

ขั้นที่ 3 อายุ 7 - 11 ปี เด็กวัยนี้เริ่มใช้ความคิดมากขึ้น หาเหตุผลจากวัตถุสิ่งของที่เป็นรูปธรรม การคิดจะต้องผูกพันอยู่กับวัตถุ คือ จัดระบบความคิดได้เมื่อได้เห็นวัตถุ มีเหตุผลและสามารถคิดในสิ่งที่เป็นนามธรรมได้บ้าง ส่วนใหญ่จะแก้ปัญหาจากเรื่องที่เป็นรูปธรรม

ขั้นที่ 4 อายุ 12 - 14 ปี เด็กวัยนี้สามารถที่จะใช้ความคิดอย่างมีเหตุผลมากขึ้น ด้วยการคาดคะเนอย่างมีหลักเกณฑ์มากกว่าจะใช้ประสบการณ์เก่า ๆ มาอ้างอิง เด็กจะหาวิธีการพิสูจน์ด้วยการทดลอง หาเหตุผลจากสิ่งที่ เป็นนามธรรมได้เมื่อไม่เห็นของจริง

จากพัฒนาการทางความคิดดังกล่าวนี้ ทำให้ครูผู้สอนจะต้องระลึกรอคอยตลอดเวลาในการเตรียมบทเรียนว่าจะจัดเนื้อหาเรื่องและวิธีสอนอย่างไรจึงจะเหมาะสมกับบุคลิกภาวะความเจริญเติบโตของเด็กแต่ละชั้นและควรให้เด็กได้ระลึกว่า อันความรู้ รู้กระจ่างเพียงอย่างเดียว แต่ให้เชื่อว่าสาเหตุจะเกิดผลมหาศาล การทำงานด้วยความขยันขันแข็ง ซื่อสัตย์ อดทน และมีความมานะบากบั่น ย่อมเป็นกุญแจนำไปสู่ความสำเร็จในชีวิตเสมอ (สภาพ วาดเขียน. 2523 : 64 - 72)

หากพิจารณาสื่อเพื่อนำมาใช้ประกอบการเรียนแล้ว จะเห็นว่าวิดีโอเทป (Video Tape) เป็นสื่อที่เหมาะสมที่สุดซึ่งนำมาประยุกต์ใช้ได้สะดวก ทั้งนี้เพราะวิดีโอเทปสามารถจะให้ผู้เรียนได้รับสื่อที่เป็นทั้งภาพและเสียง รวมทั้งอาจมีตัวอักษรประกอบด้วยก็ได้ ช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้รวดเร็วและเข้าใจบทเรียนได้ง่าย ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการเรียนการสอนวิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ซึ่งเป็นวิชาชีพเลือกวิชาหนึ่งในหมวดวิชาบริหารธุรกิจ (หมวดวิชาการตลาด) สาขาวิชาการตลาด ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2536 มีจุดประสงค์รายวิชาเพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบวิธีการแก้ปัญหาและวางแผนด้านการตลาดซึ่งต้องอาศัยผลจากการวิจัยตลาดเป็นหลักพิจารณาและสามารถทราบหลักปฏิบัติในกระบวนการวิจัยตลาด รู้ถึงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ฝ่ายวิจัยและประสานงานหรือทำงานร่วมกับฝ่ายวิจัยได้ การสอนวิชาการวิจัยตลาดจะต้องสอนให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริง ๆ ครูจะต้องสอนให้ผู้เรียนเห็นวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน จึงจำเป็นต้องมีการสาธิตให้เห็นวิธีการและเทคนิคที่ถูกต้อง หากนำบทเรียนวิดีโอเทปมาใช้สอนซึ่งมีทั้งภาพที่เคลื่อนไหวได้และเสียงสามารถสร้างบรรยากาศทางใจให้เกิดความอยากหรืออยากเห็น กระตุ้นให้ผู้เรียนเห็นความสำคัญของสิ่งที่จะเรียนได้ทั้งข้อเท็จจริงและชี้แนะความคิดรวบยอดของสิ่งที่เรียนให้แก่ผู้เรียน นอกจากนี้วิดีโอเทปเพื่อการสอนยังช่วยฝึกทักษะในการฟัง ฝึกให้เป็นผู้มีสมาธิ รู้จักทำงานและฝึกทักษะในการคิด เป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าการเรียนการสอนด้วยบทเรียนวิดีโอเทป วิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์คุณภาพการเรียนการสอนที่ถือผู้เรียนเป็นหลัก ตลอดจนเป็นการตอบสนองนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการในเรื่องการใช้และพัฒนาสื่อสนับสนุนให้ผู้สอนผลิตสื่อ เป็นการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาขึ้นเพื่อปรับปรุงงานด้านการสอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาดระหว่างการเรียนโดยใช้บทเรียนวิดีโอเทปกับการสอนแบบปกติ
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนการสอนและหลังการสอนโดยใช้บทเรียนวิดีโอเทป
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนการสอนและหลังการสอนโดยใช้การสอนแบบปกติ

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำให้ทราบผลการใช้วิธีทัศนในการสอน วิชา สบต 2205 การวิจัยตลาด และเป็นแนวทางในการปรับปรุงการเรียนการสอนวิชา การวิจัยตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. เนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการทดลองครั้งนี้ เป็นเนื้อหาวิชาชั้นภาคบังคับวิชาหนึ่งของหมวดวิชาบริหารธุรกิจ (หมวดวิชาการตลาด) วิชา สบต 2205 การวิจัยตลาด สาขาวิชาตลาด ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2536 ของกระทรวงศึกษาธิการ

2. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนักศึกษาชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 2 วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี คณะบริหารธุรกิจ แผนกการตลาด

3. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ในชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 2 วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี คณะบริหารธุรกิจ แผนกการตลาด ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2539 จำนวน 60 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มดังนี้

3.1 สุ่มนักศึกษามา 2 ห้องเรียน จากทั้งหมด 3 ห้องเรียน โดยวิธีสุ่มอย่างง่าย ได้ห้องเรียนที่หนึ่งจำนวน 39 คน และห้องเรียนที่สองจำนวน 32 คน

3.2 สุ่มนักศึกษาในแต่ละห้องมาจำนวนห้องละ 30 คน โดยวิธีสุ่มอย่างง่าย

3.3 สุ่มให้ห้องหนึ่งเป็นกลุ่มทดลอง อีกห้องเป็นกลุ่มควบคุมโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย

กลุ่มทดลองเรียนโดยใช้บทเรียนทัศน

กลุ่มควบคุมเรียนโดยการสอนแบบปกติ

4. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

4.1 แผนการสอน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด

4.2 บทเรียนทัศน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง เนื้อหาที่นำมาสร้างเป็นเนื้อหาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536 ของกรมอาชีวศึกษา วิชา สบต 2205 การวิจัยตลาด ใช้สอน 4 คาบ ๆ ละ 50 นาที

4.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง

การศึกษารั้่งนี้ทำการทดลองในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2539 ช่วงเดือนธันวาคม 2539

6. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

6.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ วิธีสอน แบ่งเป็น 2 วิธี คือ

6.1.1 วิธีสอนโดยการใช้บทเรียนวิทัศน์

6.1.2 การสอนแบบปกติโดยครูเป็นผู้สอน

6.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้คำศัพท์ในขอบเขตและความหมายดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา การวิจัยตลาด หมายถึง ผลการเรียนรู้ที่ได้จากการนำแบบทดสอบหลังเรียนวิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ของนักศึกษา ในกลุ่มทดลอง กับกลุ่มควบคุม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อทดสอบหลังจากเรียนจบแล้ว

2. กระบวนการของการวิจัยตลาด หมายถึงวิธีการทางวิทยาศาสตร์ที่ต้องมีระบบระเบียบ และมีขั้นตอน 7 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดปัญหา การศึกษาและกำหนดรูปแบบ/วิธีการที่จะหาข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอรายงานและการติดตามผล

3. บทเรียนวิทัศน์ หมายถึง การสอนที่ครูใช้แถบบันทึกภาพและเสียงที่ประกอบไปด้วยบทเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 2 โดยมีภาพประกอบและคำบรรยายที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ใช้เวลา 50 นาที

4. การสอนแบบปกติ หมายถึง การสอนที่ครูเป็นผู้ดำเนินการสอน โดยครูเป็นผู้บรรยาย มีกระดานดำและกิจกรรมประกอบด้วยการเรียนการสอนที่กำหนดไว้ในคู่มือครู

5. กลุ่มทดลอง หมายถึง กลุ่มนักศึกษาที่เรียนเรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด โดยการสอนด้วยบทเรียนวิทัศน์

6. กลุ่มควบคุม หมายถึง กลุ่มนักศึกษาที่เรียนเรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด โดยการสอนแบบปกติโดยครูเป็นผู้สอน

7. นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 2 วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร คณะบริหารธุรกิจ แผนกการตลาด ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2539

8. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ หมายถึง เครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อวัดความรู้ของนักศึกษาก่อนและหลังการเรียน บทเรียน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ซึ่งได้หาประสิทธิภาพค่าความยาก ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นแล้ว

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาดของกลุ่มนักศึกษาที่เรียนด้วยบทเรียนวีดิทัศน์สูงกว่ากลุ่มนักศึกษาที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ
2. นักศึกษาที่เรียนด้วยบทเรียนวีดิทัศน์มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นกว่าก่อนเรียน
3. นักศึกษาที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นกว่าก่อนเรียน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536
 - หลักการและจุดมุ่งหมาย
 - สาขาวิชาการตลาด ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ
2. บทบาทของครูกับกระบวนการเรียนการสอน
3. การใช้บทเรียนวีดิทัศน์ในการเรียนการสอน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้บทเรียนวีดิทัศน์ในการเรียนการสอน
 - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536

เพื่ออนุรักษ์ให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมไทย และเพื่อฝึกอบรมเยาวชนไทยที่สำเร็จหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ หรือเทียบเท่าให้มีทักษะ คุณธรรม ความรู้และประสบการณ์ในชีวิต มีเจตคติที่ดี อันจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทั้งเป็นแนวทางที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพโดยตรง

หลักการ

1. เป็นหลักสูตรระดับช่างเทคนิคตามลักษณะอาชีพ
2. เป็นหลักสูตรที่ต้องใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 2 ปีการศึกษา หรือ 4 ภาคเรียนปกติ ทั้งนี้จะต้องใช้เวลาเรียนไม่เกิน 6 ปี
3. เป็นหลักสูตรที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีงานทำอยู่แล้ว ศึกษาเพิ่มเติมได้
4. เป็นหลักสูตรที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถศึกษาหาความรู้และประสบการณ์จากแหล่ง วิทยาการ สถานประกอบการ และสถานประกอบอาชีพอิสระได้
5. เป็นหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนทั้งภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ และกิจกรรมเหมาะสมกับ ลักษณะของงานอาชีพต่าง ๆ

จุดมุ่งหมาย

1. เพื่อให้มีความรู้ ทักษะและประสบการณ์ สามารถปฏิบัติงานในระดับช่างเทคนิค
2. เพื่อให้มีเจตคติที่ดีต่อสัมมาชีพ มีความภาคภูมิใจและมั่นใจในวิชาชีพที่เรียน
3. เพื่อพัฒนาทัศนคติ และวินัยในการทำงาน ให้มีจรรยาในวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร ความริเริ่มสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบในการทำงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสามารถในการตัดสินใจ และแก้ปัญหา
4. เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม รู้จักอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเหมาะสมและถูกต้อง
5. เพื่อให้เห็นคุณค่าและดำรงไว้ ซึ่งความมั่นคงของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และศิลปวัฒนธรรมไทย มีความเลื่อมใสในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

สาขาวิชาการตลาด ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

รับผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

ผู้สำเร็จการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2536

ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด จะต้องศึกษารายวิชาต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 93 หน่วยกิต จากหมวดวิชาดังนี้

1. หมวดวิชาพื้นฐาน	23	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า	60	หน่วยกิต
2.1 วิชาชีพบังคับ (25)		หน่วยกิต
2.2 วิชาชีพเลือก (35)		หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	10	หน่วยกิต
รวม ไม่น้อยกว่า	93	หน่วยกิต

1. หมวดวิชาชีพพื้นฐาน

รหัส	รายวิชา	ท - ป - น
สรพ 1101	การใช้ภาษาไทยเพื่อการอาชีพ 1	2 - 0 - 2
สบพ 1102	การใช้ภาษาไทยเพื่อการอาชีพ 2	2 - 0 - 2
สรพ 1201	มนุษย์สัมพันธ์	2 - 0 - 2
สรพ 1301	ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	1 - 2 - 2
สบพ 1401	ภาษาอังกฤษ 1	2 - 0 - 2
สบพ 1402	ภาษาอังกฤษ 2	2 - 0 - 2
สบพ 1403	ภาษาอังกฤษ 3	2 - 0 - 2
สบพ 1404	ภาษาอังกฤษ 4	2 - 0 - 2
สบพ 1501	วิทยาศาสตร์	2 - 2 - 3
สบพ 1601	พื้นฐานสถิติ	2 - 0 - 2
สบพ 1602	สถิติธุรกิจ	2 - 0 - 2
รวม		21 - 4 - 23

2. หมวดวิชาชีพ

2.1 วิชาชีพบังคับ		60 หน่วยกิต
รหัส	รายวิชา	ท - ป - น
สรบ 2001	เทคนิคการค้นคว้าหาข้อมูล	1 - 1 - 1
สรบ 2002	หลักเศรษฐศาสตร์	3 - 0 - 3
สรบ 2003	กฎหมายธุรกิจ	3 - 0 - 3
สรพ 2004	จิตวิทยาธุรกิจ	3 - 0 - 3
สรบ 2005	สถาบันการเงิน	3 - 0 - 3
สรบ 2006	หลักการจัดการ	3 - 0 - 3
สรบ 2007	หลักการคอมพิวเตอร์ธุรกิจ 1	2 - 2 - 3
สรบ 2008	เทคนิคการปฏิบัติงานสำนักงาน	2 - 3 - 3
สรบ 2009	การภาษีอากร	2 - 2 - 3
รวม		22 - 8 - 25

2.2 วิชาชีพเลือก		35 หน่วยกิต
รหัส	รายวิชา	ท - ป - น
สบต 2201	หลักการตลาด	3 - 0 - 3
สบต 2202	การจัดการขาย	2 - 2 - 3
สบต 2203	ความรู้เกี่ยวกับสินค้า	3 - 0 - 3
สบต 2204	การส่งเสริมการขาย	2 - 2 - 3
สบต 2205	การวิจัยตลาด	2 - 2 - 3
สบต 2206	การตลาดเพื่อการส่งออก	3 - 0 - 3
สบต 2207	การบริหารโฆษณาธุรกิจ	2 - 2 - 3
สบต 2208	การบริหารธุรกิจขนาดย่อม	3 - 0 - 3
สบต 2209	กลยุทธ์การตลาด	2 - 2 - 3
สบต 2210	กิจกรรมปฏิบัติงานด้านการตลาด	2 - 4 - 3
สบต 2211	เทคนิคการนำเสนอ	2 - 2 - 3
สบต 2212	ฝึกงาน	0 - 0 - 2
รวม		<u>26 - 16 - 35</u>

3. หมวดวิชาชีพเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 10 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนจากรายวิชาที่กำหนดให้ และ/หรือจากรายวิชาใด ๆ ที่กำหนดไว้ในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2536 ทุกประเภทวิชา

รหัส	รายวิชา	ท - ป - น
สบล 3202	การจัดซื้อ	3 - 0 - 3
สบล 3502	การบริหารสินเชื่อ	3 - 0 - 3
สบล 3603	การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ	3 - 0 - 3
สบล 31205	การพัฒนาบุคลากร	3 - 0 - 3
สบล 3901	เทคนิคการขายประกัน	3 - 0 - 3

ฯลฯ

2 . บทบาทของครูกับกระบวนการเรียนการสอน

โดยปกติกระบวนการเรียนการสอนจะเกิดขึ้นได้ย่อมอาศัยองค์ประกอบที่จำเป็น 4 ประการ ได้แก่ หลักสูตร ผู้สอน ผู้เรียน และที่เรียน ถ้าขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ยาก และในองค์ประกอบทั้งสี่ตัวนี้ ครูเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เนื่องจากครูเป็นผู้พัฒนาองค์ประกอบตัวอื่นและยังเป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์กับเด็กโดยตรงอีกด้วย หลักสูตรจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ ขึ้นกับครูผู้สอน หากครูไม่ร่วมมือ ไม่นำหลักสูตรไปปรับใช้ให้เหมาะสมแล้ว หลักสูตรที่คิดที่เขียนไว้อย่างสวยงาม ก็จะเป็นเพียง "ฝันที่ไม่เป็นจริง" โรงเรียนหรือสถานศึกษาที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนควรมีอาคารสถานที่ ห้องสมุด ห้องปฏิบัติการ คลอดจนวิสาครอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ครูช่วยกันจัดทำจัดหาไว้อย่างพร้อมเพรียงมีระบบการบริหารงานที่มุ่งพัฒนาคุณภาพของนักเรียน และบรรยากาศของโรงเรียนที่เกิดจากครูให้ความอบอุ่นเป็นกันเอง พร้อมทั้งจะเข้าใจ รับฟังและส่งเสริมกระตุ้นให้นักเรียนรวมไปถึงสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน มีการส่งนักเรียนไปศึกษาและฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ การเชิญวิทยากรในท้องถิ่นมาให้ความรู้แก่นักเรียน นักเรียนร่วมกิจกรรมพัฒนาชุมชน นักเรียนที่ได้เรียนรู้ในบริบทเช่นนี้ย่อมจะรักโรงเรียน มีแรงจูงใจและเรียนรู้ได้ดี และผู้ที่จะทำให้โรงเรียนเป็น "สวนสนุก" ที่ให้ประสบการณ์อย่างหลากหลายแก่เด็กเช่นนี้ ก็คือ ครูใหญ่และครูทุกคนในโรงเรียน นั่นเอง

บทบาทของครู ครูมีบทบาทในการเรียนรู้โดยพึ่งตนเอง 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. สร้างบรรยากาศ ผู้สนับสนุนการเรียนรู้ (Facilitator)
2. วางแผนการสอน (Learning Guide)
3. ช่วยผู้เรียนวินิจฉัยความจำเป็นในการเรียนรู้
4. ช่วยตั้งวัตถุประสงค์การเรียนรู้
5. ช่วยออกแบบแผนการเรียนรู้ของผู้เรียน
6. ร่วมเรียนไปกับผู้เรียน
7. ประเมินผลการเรียนรู้

จากบทบาทของครูในกระบวนการเรียนการสอนโดยให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ครูจึงควรสังเกตและบันทึกพฤติกรรมนักเรียนเป็นรายบุคคลขณะร่วมกิจกรรมการเรียนการสอนในชั้นเรียน ��คฺย ตั้งใจรับฟังสิ่งที่เขาต้องการบอกเล่า เพื่อศึกษาผู้เรียนแต่ละคนในเรื่องต่อไปนี้

- ความสามารถ ความถนัด ความสนใจ ที่ควรส่งเสริมให้ถึงศักยภาพ
- จุดอ่อนหรือข้อบกพร่องที่ต้องพัฒนาปรับปรุง
- สไตล์การเรียนรู้ (Learning Styles) ของผู้เรียนแต่ละคน

- พื้นฐานความรู้และประสบการณ์เดิม
- ทักษะ เจตคติ
- ภูมิหลังทางครอบครัว
- ชีวทัศน์และวัฒนธรรม

ฯลฯ

ผู้เรียนแต่ละคนมีความแตกต่างและคล้ายคลึงกันในสิ่งเหล่านี้ ซึ่งเขานำติดตัวมาเข้าชั้นเรียน การเลือกกิจกรรมการเรียนการสอนและวางแผนการสอนของครูจึงต้องให้สอดคล้อง

ตามหลักการควรเข้าใจหลักการสอนและแนวคิดต่าง ๆ ของกระบวนการเรียนรู้ของเด็ก แล้วนำไปแปลเป็นภาคปฏิบัติ โดยจัดสิ่งแวดล้อม สิ่งเร้า สื่อ อุปกรณ์และกิจกรรมให้เหมาะสมกับหลักการสอน และแนวคิดกระบวนการเหล่านั้น ครูที่มีหลักการและกระบวนการเดียวกันอาจจัดกิจกรรมได้หลากหลายต่างตามสภาวะสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน แต่ก็นำไปสู่ผลของหลักสูตรและพัฒนาทักษะกระบวนการให้เกิดขึ้นกับเด็กเหมือนกัน ดังนั้นการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนจึงมีได้หลายลักษณะ จัดกิจกรรมได้หลากหลายภายใต้ความมุ่งมั่นเดียวกัน คือให้บังเกิดประโยชน์สูงสุดกับนักเรียนตามเจตนารมณ์ของหลักสูตร

3. การใช้บทเรียนวีดิทัศน์ในการเรียนการสอน

คำว่า วิดีโอเริ่มเข้ามาแพร่หลายในประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา วิดีโอมาจากคำภาษาอังกฤษว่า VIDEO อ่านว่า วิด-ดี-โอ แต่ตามศัพท์วิทยาศาสตร์ของราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2528 ได้บัญญัติคำว่า VIDEO ว่า "วีดิทัศน์" และคำว่า VIDEO TAPE ให้ใช้ "แถบวีดิทัศน์" (ราชบัณฑิตยสถาน. 2528 : 139) ซึ่งคำว่า "วีดี" ได้มาจากคำภาษาบาลีว่า "วิทติ" เป็นคำนามหมายถึงความยินดีหรือความสบาย (สนั่น ปัทมะทิน. 2529 : สัมภาษณ์)

ในอดีตสื่อเพื่อการศึกษามักหมายถึงภาพถ่าย สไลด์ เทปบันทึกเสียง ภาพยนตร์ 16 มม. รวมกับสื่ออื่น ๆ อื่น ๆ อันได้แก่ แผนที่ ภาพแขวนผนัง หุ่นจำลอง และกราฟ เป็นต้น สื่อการสอนเหล่านี้ล้วนมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่เป็นประโยชน์ในการเพิ่มพูนประสบการณ์อันกว้างขวางแก่ครูและนักเรียน ข้อสำคัญก็คือผู้ใช้จะต้องพยายามค้นหาประโยชน์จากข้อดีของสื่อแต่ละชนิด นำข้อดีหลากหลายเหล่านี้มารวมกันเพื่อสร้างสื่อการสอนที่สมบูรณ์แบบการเรียนการสอน ลักษณะพิเศษของสื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง วิดีโอเปิดได้ง่าย ไม่ต้องปิดห้องมืด เพียงการปรับปุ่มก็สามารถเริ่มต้นการรับชม กระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกใกล้ชิดเหมือนหนึ่งเป็นสื่อส่วนตัว (วิภา อุดมจันทร์. 2538 : 1 - 4)

ประสิทธิผลของสื่อโทรทัศน์และวีดิทัศน์

เป็นสื่อที่สามารถเพิ่มพูนประสบการณ์ของผู้เรียนให้กว้างขวางกว่าใน 3 ด้านด้วยกันคือ

- ประสบการณ์ในมิติแห่งความจริง (Reality)
- ประสบการณ์ในมิติแห่งกาลเวลา (Time)
- ประสบการณ์ในมิติของสถานที่ (Place)

(วิภา อุดมจันทร์. 2538 : 5)

ชัยองค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และสมเชาว์ เนตรประเสริฐ. (2523 : 27 - 39) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสอนและเทคโนโลยีทางการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ช่วยจัดและเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ของผู้เรียน
2. ช่วยให้ผู้สอนเนื้อหาวิชาที่มีความหมายต่อชีวิตผู้เรียน
3. ช่วยให้ผู้แนะนำ และกำกับผู้เรียนให้มีปฏิริยาสัมพันธ์ ในทางที่ปรารถนาโดยใช้สื่อการสอนต่าง ๆ

4. ช่วยให้ผู้เรียนสามารถประกอบกิจกรรมการเรียนรู้ที่แตกต่างกันไปตามเนื้อหาวิชา
5. ช่วยให้ผู้สอนสามารถสอนได้รวดเร็วและถูกต้องยิ่งขึ้น

รูปแบบรายการละครโทรทัศน์การศึกษาเป็นการจำลองสถานการณ์ชีวิตของคนในสังคมเพื่อสนองความรู้ในวิชาการต่าง ๆ โดยให้ตัวละครนำเรื่องพูดคุยหรือให้ข้อคิด ผู้ชมก็จะเรียนรู้จากคำพูดหรือเรื่องราวที่ตัวละครเสนอ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อการศึกษาและเมื่อนำละครมาประกอบรายการที่เสนอสาระสำคัญ มิใช่เสนอเป็นละครทั้งรายการเพื่อการศึกษาความรู้และแนวคิดในเรื่องที่เสนอ จึงเป็นรูปแบบรายการอีกรูปแบบหนึ่งที่เรียกว่า รูปแบบสารละคร ซึ่งทำให้รายการโทรทัศน์การศึกษาเกิดประโยชน์มากขึ้นในการที่จะทำให้ผู้ชมได้รับความรู้ความเข้าใจและรู้สึกเพลิดเพลินได้ดีกว่ารายการสนทนาหรือการพูดบรรยายให้ฟังแต่เพียงอย่างเดียว (สุวิทย์ธรรมมาธิราช. 2530 : 191) ซึ่งรูปแบบรายการสารละครสามารถนำเสนอสาระได้ 4 แนวดังนี้

1. ใช้ละครนำเรื่อง
2. ใช้ละครเป็นตัวอย่าง
3. ใช้ละครขยายแนวคิด
4. ใช้ละครสรุป

ในการผลิตรายการโทรทัศน์การศึกษา การนำเรื่องเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะสร้างความสนใจแก่ผู้เรียน สร้างบรรยากาศทางใจให้เกิดความอยากหรืออยากเรียน (เป็รื่อง กุญฑ. 2528 : 3)

ความหมายของโทรทัศน์และวิดิทัศน์ "โทร" แปลว่า ไกล "ทัศน์" แปลว่า การเห็น เมื่อรวมกันเข้าจึงมีความหมายว่า ภาพที่ส่งมาจากสถานที่อยู่ห่างไกลโดยผู้รับอยู่กับที่ การใช้เครื่องมือสื่อสาร (Hardware) นำรายการ (Software) ไปถึงผู้คนในวงกว้างเรียกว่า การกระจายเสียงโทรทัศน์ ซึ่งมีภาระหน้าที่โดยกว้าง ๆ 3 ประการคือ

- ให้ความรู้
- ให้ข้อมูลข่าวสาร
- ให้การศึกษา

ราชบัณฑิตยสถาน. (2525 : 370 - 409) ได้ให้ความหมายของโทรทัศน์ แดบบันทึกภาพ และแดบบันทึกเสียงไว้ว่า

โทรทัศน์เป็นกระบวนการถ่ายทอดภาพและเสียงได้พร้อมกัน จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยวิธีเปลี่ยนคลื่นเสียงและภาพให้เป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าออกสู่อวกาศ เรียกเครื่องมือที่ทำหน้าที่ดังกล่าวว่า เครื่องส่งโทรทัศน์และเรียกเครื่องที่ทำหน้าที่เปลี่ยนคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่ได้รับจากเครื่องส่งโทรทัศน์ให้กลับเป็นคลื่นเสียงและภาพตามเดิมว่า เครื่องรับโทรทัศน์

แดบบันทึกภาพเป็นแถบเคลือบสารแม่เหล็กใช้บันทึกสัญญาณภาพ

แดบบันทึกเสียงเป็นแถบเคลือบสารแม่เหล็กใช้บันทึกสัญญาณเสียง

สันทัด ภีบาลสุข (2527 : 20) อธิบายว่า "วิดิโอ" แปลตามศัพท์เทคนิค หมายถึง "ภาพ" แต่ "วิดิทัศน์" ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในขณะนี้อาจแปลได้ว่า "เทปบันทึกภาพ" หรือ "เทปโทรทัศน์" นั้น หมายถึง 2 กรณี คือ

1. เครื่องบันทึกเทปโทรทัศน์ หมายถึง เครื่องเล่นเทปโทรทัศน์ที่ใช้ได้ทั้งบันทึก (Record) และเล่นเทป (Playback) ออกทางเครื่องรับโทรทัศน์ (TV Receiver)

2. เทปภาพ หมายถึง เทปโทรทัศน์ทั้งชนิดม้วนและชนิดตลับ (Cassette) สื่อการสอนเทปโทรทัศน์ หมายถึง แดบบันทึกภาพ เทปโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นเพื่อเป็นบทเรียนโดยเฉพาะ โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำมาใช้ประกอบการเรียนการสอน เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนอยากเรียนรู้มากขึ้น

การใช้วิดิทัศน์จะเป็นวิธีหนึ่งในการสร้างการสอนหรือหลักสูตรให้มีมาตรฐานเดียวกัน โดยบันทึกวิดิทัศน์จากครูที่มีความชำนาญในการสอนในแต่ละสาขาวิชา แล้วส่งไปยังโรงเรียนต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อนักเรียนจะได้เรียนจากบทเรียนที่เหมือนกัน วัสดุอุปกรณ์การสอนที่เหมือนกันโดยเฉพาะในสาขาวิชาที่ขาดแคลนครูผู้สอน (ชาวิณี วีระสกุลรัตน์. 2528 : 22)

อมรา ปริญญาญฺญ (2522 : 77 - 78) กล่าวถึงเนื้อหาและรูปแบบของการผลิตเทปโทรทัศน์เพื่อการศึกษาว่าควรคำนึงถึงชนิดของรายการที่นำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา ซึ่งอาจแบ่งได้ 2 ลักษณะ เช่นเดียวกับรายการโทรทัศน์ซึ่งออกอากาศเผยแพร่ในรูปของรายการสดและการบันทึกเป็นเทปโทรทัศน์ไว้ล่วงหน้า ดังนี้

1. โทรทัศน์ทางการศึกษา โทรทัศน์การสอน มีชื่อย่อว่า ITV มาจาก Instructional Television เป็นรายการที่จัดทำจากบทเรียน หลักสูตรในโรงเรียนโดยมุ่งสอนบทเรียนแก่ผู้เรียนในวิชา และระดับชั้นต่าง ๆ เช่น บทเรียนคณิตศาสตร์ของ สสวท.
2. โทรทัศน์เพื่อการศึกษา โทรทัศน์เพื่อการศึกษานี้มีชื่อย่อว่า ETV ซึ่งมาจาก Educational Television ผลิตรายการเพื่อเสนอข้อเท็จจริงและเรื่องราวที่มีคุณค่าทางการศึกษาแก่ประชาชน ซึ่งอาจผนวกการสอนความรู้แก่ผู้รับในระดับ หรือประเภทต่าง ๆ

การสาธิต การทดลอง หรือกรรมวิธีของการสร้างหรือกิจกรรมบางอย่าง วัตถุประสงค์หรือการถ่ายทอดรายการสาธิตสดทางโทรทัศน์ได้ผลดีเป็นพิเศษ คือ นอกจากจะช่วยให้ผู้เรียนเห็นการสาธิตได้ถนัด และทั่วถึงกันเป็นจำนวนมากแล้ว เดล (Dale. 1969 : 255) ยังเสริมว่า วัตถุประสงค์ที่สามารถบันทึกการกระทำ สามารถแก้ไขและปรับปรุงข้อผิดพลาดของการสาธิตได้ดีขึ้น แสดงมุมต่าง ๆ ของวัตถุที่ไม่สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยวิธีการธรรมดา นอกจากนี้ยังสามารถนำมาใช้ได้อีกในครั้งต่อไป

ส่วนชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง (2531 : 731 - 736) ได้เลือกรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาไว้ 12 รูปแบบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. รูปแบบพูดหรือบรรยายคนเดียว รายการจะน่าสนใจเมื่อผู้ดำเนินรายการมีความรู้และมีความสามารถในการพูดและเสนอเนื้อหาสาระและต้องมีภาพหรือภาพยนตร์ประกอบ
2. รูปแบบสนทนา เป็นรายการที่มีคนพูดคุยกัน 2 คน ทั้ง 2 คนมีผู้ถามและคู่สนทนาแสดงความคิดเห็นได้ การสนทนาอาจจะมี 2 - 3 คนก็ได้
3. รูปแบบอภิปราย เป็นรายการที่มีผู้ดำเนินการอภิปรายหนึ่งคนป้อนประเด็นหรือคำถามให้ผู้ร่วมอภิปรายตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แต่ไม่ควรเกิน 4 คน โดยผู้อภิปรายแต่ละคนจะแสดงความคิดเห็นของตนเองต่อประเด็นต่าง ๆ โดยอาจเสริมหรือแย้งคนที่พูดก่อนได้
4. รูปแบบสัมภาษณ์ รายการสัมภาษณ์ขนาดยาว 30 นาที หรือขนาดสั้น ๆ ที่จะนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของรายการสารคดี หรือรายการพูดคนเดียวได้
5. รูปแบบเกมหรือตอบปัญหา เป็นรายการที่จัดให้มีการแข่งขันระหว่างคนหรือกลุ่มของผู้ที่มาร่วมรายการด้วยการเล่นเกมหรือตอบปัญหา

6. รูปแบบสารคดี เป็นรายการที่ให้ความรู้และการศึกษาได้ดีมาก เพราะเสนอเป็นภาพควบคู่กับเสียงเป็นส่วนใหญ่ แต่ต้องใช้เวลาในการเก็บภาพที่ดีและตรงกับความต้องการจึงเป็นรายการที่ต้องใช้งบประมาณและเวลาสูง

7. รูปแบบละคร เป็นรายการที่เสนอเรื่องราวต่าง ๆ ด้วยการจำลองสถานการณ์เป็นละคร มีการกำหนดตัวผู้แสดง จัดสร้างฉากให้สมจริง และใช้เทคนิคการละครเพื่อเสนอเรื่องราวให้เหมือนจริงมากที่สุด

8. รูปแบบสารละคร เป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบสารคดีเข้ากับรูปแบบละครหรือการนำละครมาประกอบรายการที่เสนอสาระบางส่วน มิใช่เสนอเป็นละครทั้งรายการเพื่อให้เกิดการศึกษา ความรู้ และแนวคิดในเรื่องที่เสนอ

9. รูปแบบสาธิตและทดลอง เป็นการเสนอวิธีทำอะไรสักอย่างหนึ่ง เพื่อให้ผู้ชมได้แนวทางที่จะนำไปใช้จริง

10. รูปแบบเพลงและดนตรี

11. รูปแบบนิตยสาร เป็นรายการที่เสนอหลายประเด็น หลายรส และหลายรูปแบบในรายการเดียวกันโดยใส่ไว้เป็นชุด ๆ

12. รูปแบบการถ่ายทอดสด เป็นรายการที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

ลัคนา ศรีสวัสดิ์ (2529 : 84 - 85) ได้ศึกษาบทบาทสภาพปัจจุบันและแนวโน้มของวิทยุทัศน์ สรุปลงงานวิจัยได้ดังนี้

บทบาทของสื่อวิทยุทัศน์ทั่ว ๆ ไป

1. สภาพปัจจุบัน

1.1 สื่อวิทยุทัศน์มีบทบาทเพื่อการบันเทิงหรืออีกนัยหนึ่งคือ เป็นการสื่อสารที่ก่อให้เกิดความเพลิดเพลิน พักผ่อนจิตใจ ให้ความสนุกสนานและผ่อนคลายความตึงเครียด

1.2 สามารถให้สื่อสารเพื่อการโน้มน้าวจิตใจ เช่น ใช้โน้มน้าวจิตใจเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกระทำความดีของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้

1.3 สื่อวิทยุทัศน์มีบทบาทในการให้ความรู้หรือการศึกษาทั้งที่เป็นลักษณะการศึกษาในโรงเรียน และการศึกษานอกโรงเรียนซึ่งเป็นการเพิ่มพูนปัญญาอันนำมาซึ่งความก้าวหน้าของตนเองและสังคม

2. แนวโน้มในอนาคต

2.1 มีแนวโน้มที่จะใช้สื่อวีดิทัศน์ช่วยเพิ่มโอกาสสำหรับการศึกษาและการแสวงหาความรู้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

2.2 จะมีบทบาทเพื่อการบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ นอกเหนือจากภาพยนตร์ (เช่น เทปละคร เทปชุดตลก หรือ เทป Concert เป็นต้น) ซึ่งก่อให้เกิดความเพลิดเพลินพักผ่อนจิตใจ คลายความตึงเครียด และให้ความสนุกสนานเพิ่มขึ้นในอนาคต

2.3 จะมีบทบาทในการเสนอข่าวสารข้อมูลหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ไม่เฉพาะของรัฐบาลและเอกชนทั่ว ๆ ไป เท่านั้นแต่เพื่อกระจายข่าวสารเป็นการบริการสาธารณะให้สมาชิกในสังคมทราบอย่างแพร่หลายมากขึ้น

2.4 จะสามารถใช้เสริมสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างสมาชิกในส่วนต่าง ๆ ของสังคม เพื่อโน้มน้าวจิตใจให้เกิดความร่วมมือต่อกิจกรรมของชุมชนมากขึ้น

จากเอกสารที่เกี่ยวกับการใช้บทเรียนวีดิทัศน์ในการเรียนการสอน แสดงให้เห็นว่าวีดิทัศน์สามารถให้ความรู้ได้ทุกรูปแบบตั้งแต่ความรู้ง่าย ๆ ไปถึงกระบวนการที่ซับซ้อน เป็นเครื่องมือที่สอนได้เหมือนกับการสอนโดยครูเหมือนกัน และยังสามารถปรับปรุงเทคนิคและวิธีนำเสนอให้น่าสนใจได้อีกด้วย กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกลึกซึ้งติดเสมือนหนึ่งเป็นสื่อส่วนตัว ทั้งยังสามารถนำมาใช้แก้ปัญหาต่าง ๆ ทางการศึกษาได้ เช่น การขาดแคลนครู ปัญหาเวลาเรียนไม่พอกับเนื้อหาและกิจกรรมในหลักสูตร ความเสมอภาคทางการศึกษา แต่อย่างไรก็ตามสื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อทางเดียวที่ไม่สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกับผู้เรียนได้และการเน้นสื่อในกิจกรรมการเรียนมากเกินไป อาจหมายถึงการละทิ้งบทบาทที่เป็นแกนของครูผู้สอนในห้องเรียนได้ การเรียนการสอนจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นถ้าครูผู้สอนใช้สื่อวีดิทัศน์เป็นเครื่องช่วยเสริมในสิ่งที่ครูไม่สามารถทำได้ดี หรือนำสื่อวีดิทัศน์มาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารในการเรียนการสอนและนี่คือข้อดพรารณาของการใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อการศึกษาอย่างแท้จริง

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้วีดิทัศน์ในการเรียนการสอน

4.1 งานวิจัยในประเทศ

บุญชู ใจช่อกุล (2526 : 99) ได้ทำการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาปัจจุบันพยาบาลของนักเรียนนายสิบเหล่าแพทย์ทหารบก ที่เรียนจากการสาธิตด้วยเทปโทรทัศน์วีดิทัศน์แบบต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มผู้มีระดับความสามารถทางการเรียนสูงที่เรียนจากการสาธิตด้วยเทปโทรทัศน์ โดยวิธีบทวนภาพแบบปกติ แบบช้า และหยุดภาพ สูงกว่าผู้มีระดับความสามารถทางการเรียนต่ำในทุกกรณี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ชัชวาล วิริยกุล (2527 : 79) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสาธิตโดยเทปโทรทัศน์ที่เสนอภาพช้าด้วยความเร็วต่าง ๆ ที่มีต่อทักษะการเล่นฟุตบอลของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 วิชาเอกพลศึกษา วิทยาลัยครุครปฐม ผลการวิจัยปรากฏว่า ผลทักษะการเล่นฟุตบอลของกลุ่มที่มีผลสัมฤทธิ์ทางกีฬาส่งที่เรียนจากการสาธิตโดยเทปโทรทัศน์ที่เสนอภาพช้าด้วยความเร็วต่าง ๆ สูงกว่ากลุ่มที่มีผลสัมฤทธิ์ทางกีฬาดำเนินทุกกรณี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เชิดชาย แววเที่ยงธรรม (2529 : 76 - 79) ได้วิจัยเปรียบเทียบความคงทนทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียน ระหว่างการใช้บทเรียนสไลด์กับเทปโทรทัศน์ ในเนื้อหาวิชาที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ผลปรากฏว่าผลการเรียนและความคงทนทางการเรียนของนักศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แต่เจตคติที่มีต่อการเรียนโดยใช้บทเรียนสไลด์กับวิดีโอเทปของนักเรียนกลุ่มทดลองจริง 2 กลุ่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แสดงว่าการเรียนกลุ่มวิชาพื้นฐานอุตสาหกรรมศิลป์ในเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวด้วยบทเรียนสไลด์และวิดีโอเทปให้ผลพ้องกัน แต่เจตคติของนักศึกษาที่เรียนด้วยเทปโทรทัศน์สูงกว่า

รังสรรค์ ดวงสร้อยทอง (2530 : 52 - 53) ได้ทำการวิจัยการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์และความคงทนทางการเรียนวิชาช่าง เรือง ลำดับขั้นการทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจากแบบพิมพ์หล่อ โดยใช้บทเรียนเทปโทรทัศน์แบบสรุปเป็นขั้นตอนกับการสอนปกติ ผลการวิจัยพบว่าการเรียนรู้อากบบทเรียนเทปโทรทัศน์แบบสรุปเป็นขั้นตอนกับกลุ่มควบคุมที่เรียนจากครูสอนในชั้นตามปกติ ลำดับขั้นของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจากแบบพิมพ์หล่อ คือการสร้างแบบพิมพ์หล่อ การหล่อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา การตกแต่งผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา การชุบเคลือบและการเผาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา แบบสรุปเป็นขั้นตอนไม่แตกต่างกันที่ระดับการมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในด้านความคงทนทางการเรียนโดยเรียนจากบทเรียนเทปโทรทัศน์แบบสรุปเป็นขั้นตอน 1 2 3 และ 4 ไม่แตกต่างกัน

ธวัช ทิพย์พิทักษ์ (2532 : 52 - 55) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการสอนวิชาวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการสอนโดยใช้เทปโทรทัศน์ประกอบการสอนตามคู่มือครู ผลวิจัยปรากฏว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ไม่แตกต่างกันโดยให้เหตุผลว่า เนื่องจากการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้เช่นเดียวกัน ส่วนเจตคติต่อการสอนวิชาวิทยาศาสตร์ นักเรียนที่เรียนโดยได้รับการสอนที่ใช้เทปโทรทัศน์ประกอบ มีความคิดเห็นว่าการสอนโดยใช้เทปโทรทัศน์ดีกว่าการสอนตามคู่มือครู

มานะ เลือเล็ก (2532 : 28) ได้ศึกษาผลการเรียนรู้จากรายการโทรทัศน์ที่มีอักษรบรรยายประกอบ 3 วิธ ด้วยเทคนิคการช้อนภาพด้วยเครื่องผสมสัญญาณภาพคือ แบบที่มีอักษรบรรยายประกอบ แบบมีอักษรบรรยายประกอบแบบเงาค่า และแบบมีอักษรบรรยายประกอบบนแถบสี ผลการวิจัยพบว่า การเรียนรู้ทั้ง 3 แบบไม่แตกต่างกัน

อาทิตย์ สุดาจันทร์ (2534 : 53 - 54) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 (ปวช. 3) จากเทปโทรทัศน์ที่มีรายการบันเทิงระหว่าง เนื้อหาโดยให้ช่วงเวลาแตกต่างกัน ผลการวิจัยปรากฏว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียน จากรายการโทรทัศน์ที่แทรกรายการบันเทิงระหว่างเนื้อหาทุก ๆ 10 นาที สูงกว่า นักศึกษาที่เรียน จากรายการโทรทัศน์ที่ไม่แทรกรายการบันเทิงระหว่างเนื้อหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาที่เรียนจากรายการโทรทัศน์ที่ไม่แทรกรายการบันเทิงระหว่างเนื้อหากับ รายการโทรทัศน์ที่แทรกรายการบันเทิงระหว่างเนื้อหา ทุก 10 นาที 15 นาที แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ

วันทนา ฤกษ์แสน (2535 : 43 - 44) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่องการใช้ประโยคสื่อสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยให้บทเรียนวิดีโอเทปกับการสอน แบบธรรมดา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 4 ห้องเรียน รวม 70 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 35 คน และกลุ่มควบคุม 35 คน โดยสุ่มด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ผลการวิจัย ปรากฏว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยเรื่องการใช้ประโยคสื่อสารระหว่างนักเรียนที่เรียน ด้วยบทเรียนวิดีโอเทปกับการสอนแบบธรรมดามีความแตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิจิตรตรา วงศ์ทรัพย์สกุล (2536 : 49) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเทปโทรทัศน์ การสอนที่ใช้และไม่ใช้กราฟิคคอมพิวเตอร์ กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ของ โรงเรียนวัดเสมียนนารี จำนวน 60 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม กลุ่มละ 30 คน ผลปรากฏว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้อยู่ของทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกัน

ธวัช ปราณพานิชกิจ (2536 : 73) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนคหกรรม ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 โดยใช้เทปโทรทัศน์ประกอบการสอนที่มี ลักษณะการดำเนินเรื่องแบบสารคดีกับการดำเนินเรื่องแบบสาธิตโดยใช้วิธีแบบสืบเสาะหาความรู้ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนแผนกคหกรรม วิทยาลัยอาชีวศึกษานครปฐม จำนวน 60 คน แบ่งเป็นกลุ่ม ควบคุมกับกลุ่มทดลอง กลุ่มละ 30 คน ใช้เวลาในการทดลองกลุ่มละ 12 คาบ ๆ ละ 50 นาที ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้อยู่ ด้านความรู้ความจำ ด้านความเข้าใจ ด้านการนำไปใช้ เรื่องพลังงานในชีวิตประจำวันของนักเรียนในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ไม่แตกต่างกัน

4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เบอร์ก (Burke. 1971 : 12) ได้ทดลองและสังเกตการเรียนการสอนโดยใช้โทรทัศน์ พบว่าคุณภาพการเรียนการสอน โดยใช้เทปโทรทัศน์ดีกว่าการเรียนการสอนโดยใช้ครูในห้องเรียน

เพราะว่ามีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพดีกว่าครูในห้องเรียน นอกจากนี้ โทรทัศน์ยังสามารถแสดงให้เห็นให้นักเรียนมองเห็นได้ทั่วถึงทุกคน ไม่ว่าจะเป็นการสอนแบบสาธิต ทดลอง หรือการสอนด้านภาษา

ดิวอี้ (Dewey. 1983 : 3218) ได้ศึกษาหาผลของวิดีโอเทปและวิดีโอดิส์สำหรับการสอนแบบมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนในสภาพการศึกษาแบบอิสระ การศึกษาค้นคว้านี้ เพื่อการพัฒนาโมดูลสำหรับฝึกทักษะฟุตบอล โดยการใช้ไมโครคอมพิวเตอร์มาควบคุมระบบวิดีโอ MCVIT หรือ CAI แบบมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน ขอบเขตในการศึกษาคือ นักฟุตบอลในระดับไฮสคูลและในโรงเรียนมัธยมต้น ทั้งที่มีประสบการณ์สูงและไม่มีประสบการณ์เพื่อที่จะศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ผลการทดลองชี้ให้เห็นว่า MCVIT (Microcomputer Controlled Videotape System) ทำให้นักฟุตบอลทั้งกลุ่มที่มีประสบการณ์สูงและต่ำมีผลสัมฤทธิ์สูงขึ้น นั่นคือผลของการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสังเกตและพิสูจน์ได้

อาบรัม (Abrams. 1986 : 3326) ได้ทำการศึกษาผลของอินเตอร์แอคทีฟวิดีโอที่มีต่อการสอนทักษะการถ่ายภาพเบื้องต้น การศึกษาค้นคว้านี้เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของอินเตอร์แอคทีฟวิดีโอในกระบวนการเรียนการสอนเปรียบเทียบกับวิดีโอสอนทักษะการถ่ายภาพเบื้องต้นในสถานการณ์เรียนแบบรายบุคคลในระดับ วิทยาลัย ผลการทดลองปรากฏว่า กลุ่มที่เรียนด้วยอินเตอร์แอคทีฟวิดีโอมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่ากลุ่มที่เรียนจากวิดีโอธรรมดา ทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สเตเออร์ (Steier. 1987) ได้ศึกษาสภาพปัจจุบันที่เป็นปัญหาของกระบวนการและปฏิสัมพันธ์ในการวิเคราะห์ออกแบบพัฒนาและผลิตวิดีโอเทป การศึกษาค้นคว้านี้ใช้วิธีการศึกษาโดยมีแบบสัมภาษณ์ 65 ข้อ ด้วยการถ่ายวิดีโอเทป นอกจากนั้นยังศึกษาเอกสาร บันทึก และรายงาน ตรวจสอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า "สาเหตุของปัญหาในการสร้างวิดีโอเทปนั้นมาจากความซับซ้อนของการออกแบบ ความไม่เพียงพอของอุปกรณ์ที่ใช้ ความรู้ของผู้ใช้และประสบการณ์ของผู้ผลิตวิดีโอเทป"

จากผลการวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่าการใช้วิทัศน์ในการสอนกับการสอนโดยครู ผลการวิจัยปรากฏว่า บ้างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนจากวิทัศน์สูงกว่าผลการเรียนของนักศึกษาที่เรียนในชั้นกับครูผู้สอนตามปกติ (บุญชู ใจช่อกุล : 2526), (ชัชวาล วิริยกุล : 2527), (อาทิตย์ สุดาจันทร์ : 2534), (วันทนา ฤกษ์แสน : 2535) บ้างผลการวิจัยทางการเรียนจากการเรียนของสองวิธีไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (เชิดชาย แววเที่ยงธรรม : 2529), (รังสรรค์ ดวงสร้อยทอง : 2530), (ชววิช ทัพย์พิทักษ์ : 2532), (มานะ เสือเล็ก : 2532), (วิจิตรตรา วงศ์ทรัพย์สกุล : 2536), (ชววิช ปราณพานิชกิจ : 2536)

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้า โดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เนื้อหาและระยะเวลาในการทดลอง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง
4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง
5. แบบแผนการทดลองที่ใช้ในการวิจัย
6. การดำเนินการทดลอง
7. การเก็บรวบรวมข้อมูล
8. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรเป็นนักศึกษาชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 2 ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี คณะบริหารธุรกิจ แผนกการตลาด

1.2 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2539 ของ วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี คณะบริหารธุรกิจ แผนกการตลาด จำนวน 60 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มดังนี้

1) สุ่มนักศึกษามา 2 ห้องเรียน จากทั้งหมด 3 ห้องเรียน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ได้ห้องเรียนที่หนึ่งจำนวน 39 คน และห้องเรียนที่สองจำนวน 32 คน

2) สุ่มนักศึกษาในแต่ละห้องเรียนมาจำนวนห้องเรียนละ 30 คน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย

3) สุ่มให้ห้องหนึ่งเป็นกลุ่มทดลอง อีกห้องหนึ่งเป็นกลุ่มควบคุม โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย

กลุ่มทดลองเรียนโดยใช้บทเรียนวิทัศน์

กลุ่มควบคุมเรียนโดยการสอนแบบปกติ

2. เนื้อหาและระยะเวลาในการทดลอง

เนื้อหาที่ใช้ในการทดลองครั้งนี้ เป็นเนื้อหาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536 กรมอาชีวศึกษา สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ วิชา สบต 2205 การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองครั้งนี้ประกอบด้วย

- 3.1 แผนการสอน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด
- 3.2 บทเรียนวิทัศน์ เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด
- 3.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด
- 3.4 เครื่องเล่นเทปโทรทัศน์
- 3.5 เครื่องรับโทรทัศน์สีขนาด 25 นิ้ว

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

4.1 การสร้างแผนการสอน

ดำเนินการสร้างตามขั้นตอน ดังนี้

1) ศึกษาจุดมุ่งหมายของหลักสูตร จุดประสงค์และขอบข่ายของวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด จากหนังสือหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536 ของกรมอาชีวศึกษา สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ

2) ศึกษารายละเอียดของเนื้อหาวิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด จากหนังสือหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536 ของกรมอาชีวศึกษา สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ

3) สร้างแผนการสอนตามเนื้อหาที่ใช้ในการทดลอง ประกอบด้วยจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม กิจกรรมการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอนและการวัดประเมินผล

4.2 การผลิตวิทัศน์ประกอบการสอน

ดำเนินการผลิตตามขั้นตอนดังนี้

- 1) นำเนื้อหาวิชาตามแผนการสอน มาออกแบบเป็นบทโทรทัศน์การสอน

2) นำบทโทรทัศน์การส่งให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการโทรทัศน์จำนวน 3 ท่าน คือ ผศ. พินิต วัฒนคุณ เอนก ไชยนาม และคุณพิทยา จันทโกศล ตรวจสอบความถูกต้อง

3) แก้ไขบทโทรทัศน์การส่งตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4) ผลิตวีดิทัศน์ประกอบการสอน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ตามบทโทรทัศน์การสอน

5) นำวีดิทัศน์ประกอบการสอน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการโทรทัศน์จำนวน 3 ท่าน คือ ผศ. พินิต วัฒนคุณ เอนก ไชยนาม และคุณพิทยา จันทโกศล ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม

6) ปรับปรุงแก้ไขวีดิทัศน์ประกอบการสอนตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4.3 การสร้างแบบทดสอบ

การสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิชา สบต 2205 การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1) ศึกษาวัตถุประสงค์ของเรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ในหนังสือหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536 และแผนการสอน

2) วิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้บทเรียน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด

3) สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา สบต 2205 การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ตามพฤติกรรมที่ต้องการวัด เป็นแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ

4) นำแบบทดสอบไปให้ผู้มีประสบการณ์ด้านการวัดผลทางการศึกษาและผู้มีประสบการณ์ในการสอนวิชานี้ คือ ผศ. สุรินทร์ ลิ่มไทย อาจารย์วิมลชัย ดวงประทีป และอาจารย์เฮียวลักษณ์ ปิติ ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อสอบกับพฤติกรรมการเรียนรู้

5) นำแบบทดสอบที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว ไปทดลองกับนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปี 2 วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน แล้วนำมาวิเคราะห์คุณภาพของแบบทดสอบดังนี้

ก) หาค่าความยาก (Difficulty) และอำนาจจำแนก (Discrimination Power) โดยใช้เทคนิค 27% จุงเตห์ฟาน (Chung Teh Fan)

ข) เลือกข้อสอบจำนวน 25 ข้อ มีค่าความยากอยู่ระหว่าง 0.25 ถึง 0.71 และค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.20 ถึง 0.63 (รายละเอียดภาคผนวก ก)

ค) หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของข้อสอบตามวิธีคูเคอร์ริชาร์ดสัน โดยใช้สูตร KR-20 ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับเท่ากับ 0.76 (รายละเอียดภาคผนวก ข)

5. แบบแผนการทดลองที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) ใช้รูปแบบการทดลองก่อน - หลังการทดลอง (Pretest - Posttest Control Group Design) ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองโดยทำการทดลองก่อนและหลังเรียน เขียนแผนภูมิได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงรูปแบบ

กลุ่มตัวอย่าง	สอบก่อน การทดลอง	ทดลอง	สอบหลัง การทดลอง
R_E	T_{1E}	X	T_{2E}
R_C	T_{1C}	$\sim X$	T_{2C}

สัญลักษณ์ที่ใช้ในรูปแบบของการทดลอง

- R แทน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม
- E แทน กลุ่มทดลอง
- C แทน กลุ่มควบคุม
- T_1 แทน การทดสอบก่อนการทดลอง
- T_2 แทน การทดสอบหลังการทดลอง
- X แทน การทดลองสอนด้วยบทเรียนวิดีโอ
- $\sim X$ แทน การสอนแบบปกติ

6. การดำเนินการทดลอง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองตามลำดับ ดังนี้

6.1 จัดหาเครื่องเล่นโทรทัศน์และเครื่องเล่นวีดีโอเทป

6.2 เตรียมความพร้อม ครูแนะนำจุดประสงค์ของบทเรียน พร้อมทั้งทดสอบก่อนทดลองโดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ใช้เวลาสอบ 25 นาที

6.3 ทดลองสอน ผู้วิจัยสอนเรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ใช้เวลาเรียน 4 คาบ คาบละ 50 นาที ทั้งสองกลุ่ม โดยกลุ่มทดลองสอนด้วยบทเรียนวีดิทัศน์ ดำเนินการในวันที่ 19 - 20 ธันวาคม 2539 เวลา 09.50 - 11.30 น. ส่วนกลุ่มควบคุมสอนแบบปกติโดยครูเป็นผู้สอน ใช้ช่วงเวลา 13.10 - 14.50 น.

6.4 ทดสอบหลังเรียน กระทำเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนหลังจากสอนจบแล้ว โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ชุดเดิม

6.5 นำผลการการทดสอบหลังจากสอนเสร็จแล้วของนักศึกษาทั้งสองกลุ่มไปวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติเพื่อศึกษาผลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ตรวจคำตอบของนักศึกษาตามเกณฑ์การให้คะแนนแบบ 0-1 (ZERO - ONE METHOD), คือตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดหรือไม่ตอบหรือเลือกตอบมากกว่า 1 ตัวเลือกในข้อเดียวกันให้ 0 คะแนน
- 2) นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อสรุปผลต่อไป

8. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้

8.1 หาค่าตัวกลางเลขคณิตของคะแนนที่ได้จากการทดสอบ

8.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X$ คือ ผลรวมของคะแนน

$\sum X^2$ คือ ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n คือ จำนวนนักศึกษา

(ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2530 : 74)

8.3 หาค่าความยากและค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบรายข้อ โดยใช้เทคนิค 27% ของฟาน (1952 : 1 - 32) โดยมีวิธีการดังนี้

8.3.1 เรียงคะแนนการสอบของนักศึกษาจากมากไปน้อย

8.3.2 แบ่งกระดาษคำตอบเป็น 2 กลุ่ม ๆ ละ 27% กลุ่มสูง คือ กลุ่มผู้ได้คะแนนมาก กลุ่มต่ำ คือ กลุ่มผู้ได้คะแนนน้อย

8.3.3 แจกแจงความถี่ของการตอบข้อสอบแต่ละข้อ จำแนกตามกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ

8.4 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบโดยใช้สูตร คูเดอร์ ริชาร์ดสัน สูตรที่ 20 ดังนี้

$$\text{สูตร } r_{cc} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{SPD}{S^2} \right]$$

เมื่อ r_{cc} = ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

k = จำนวนข้อของแบบทดสอบ

p = สัดส่วนของผู้ตอบถูกในข้อหนึ่ง ๆ

q = สัดส่วนของผู้ตอบผิดในข้อหนึ่ง ๆ ($q = 1 - p$)

S^2 = ความแปรปรวนของคะแนน

(ลิวัน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2524 : 169)

8.5 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา การวิจยตลาด ของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง ก่อนและหลังการทดลอง โดยใช้ t-test แบบ Independent Groups ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t คือ การเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยในกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุมก่อนการทดลอง

$\bar{x}_1$ คือ คะแนนเฉลี่ยในกลุ่มทดลองก่อนและหลังการทดลอง

$\bar{X}_e$ คือ คะแนนเฉลี่ยในกลุ่มควบคุมก่อนและหลังการทดลอง

S^2_1 คือ ค่าความแปรปรวนคะแนนเฉลี่ยในกลุ่มทดลอง

S^2_e คือ ค่าความแปรปรวนคะแนนเฉลี่ยในกลุ่มควบคุม

8.6 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา การวิยตลาด ของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม ก่อนและหลังการทดลอง โดยใช้ t-test แบบ Dependent Group ใช้สูตร

$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{n \sum D^2 - (\sum D)^2}{n - 1}}}$$

เมื่อ t แทน การเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนแต่ละกลุ่ม ก่อนและหลังการทดลอง

D แทน ผลต่างของคะแนนหลังการทดลองกับก่อนการทดลองของนักศึกษาแต่ละคน

n แทน จำนวนนักศึกษาแต่ละกลุ่ม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์และลัษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ใช้แทนความหมายดังต่อไปนี้

N แทน จำนวนนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

S แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-distribution

ผลการวิเคราะห์

หลังการทดลอง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติ แสดงไว้ในตารางดังนี้

ตาราง 2 แสดงค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนจากการสอบก่อนและหลังการทดลองของนักศึกษาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

ช่วงการสอบ	ค่าสถิติ	กลุ่มทดลอง	กลุ่มควบคุม
ก่อนการทดลอง	$\bar{X}$	13.23	13.56
	S	2.28	2.62
หลังการทดลอง	$\bar{X}$	17.13	15.83
	S	2.09	2.19

จากตาราง 2 แสดงว่าก่อนการทดลองนักศึกษาที่เรียนโดยใช้บทเรียนวิดีโอ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 13.23 และนักศึกษาที่เรียนโดยการสอนแบบปกติมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 13.56 แต่ภายหลังการทดลองนักศึกษาที่เรียนโดยใช้บทเรียนวิดีโอมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 17.13 และนักศึกษาที่เรียนโดยการสอนแบบปกติมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 15.83

เพื่อต้องการศึกษาว่าก่อนและหลังการทดลอง กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมมีผลการเรียนที่ต่างกันจริงหรือไม่ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนก่อนการทดลอง หลังการทดลอง ระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม คะแนนก่อน - หลังการทดลองของกลุ่มทดลอง คะแนนก่อน - หลังการทดลองของกลุ่มควบคุม ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนการทดลองระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

กลุ่มตัวอย่าง	n	$\bar{X}$	S	t
กลุ่มทดลอง	30	13.23	2.28	.51
กลุ่มควบคุม	30	13.56	2.62	

$$P > .05$$

จากตาราง 3 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา การวิจัศตลาด เรื่อง กระบวนการของ การวิจัศตลาด ก่อนการทดลองของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มทดลองและ กลุ่มควบคุมมีความรู้ก่อนการทดลองใกล้เคียงกัน

ตาราง 4 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา การวิจัยตลาด หลังการทดลองระหว่างกลุ่มที่เรียนด้วยบทเรียนวิดีโอกับการสอนแบบปกติ

กลุ่มตัวอย่าง	n	$\bar{X}$	S	t
กลุ่มทดลอง	30	17.13	2.09	2.34*
กลุ่มควบคุม	30	15.83	2.19	

*P < .05

จากตาราง 4 แสดงว่า หลังการทดลองของนักศึกษาในกลุ่มที่เรียนด้วยบทเรียนวิดีโอ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชา การวิจัยตลาด เรื่องกระบวนการของการวิจัยตลาด สูงกว่านักศึกษาในกลุ่มที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 5 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา การวิจัยตลาด ก่อนการทดลองและหลังการทดลอง
ของกลุ่มที่เรียนด้วยบทเรียนวิดีโอ

กลุ่มทดลอง	n	$\bar{X}$	S	t
ก่อนการทดลอง	30	13.23	2.28	11.13*
หลังการทดลอง	30	17.13	2.09	

*P < .05

จากตาราง 5 พบว่า หลังการทดลอง นักศึกษากลุ่มที่เรียนด้วยบทเรียนวิดีโอ
มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด สูงขึ้น
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 6 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา การวิจัยตลาด ก่อนการทดลองและหลังการทดลองของกลุ่มที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ

กลุ่มควบคุม	n	$\bar{X}$	S	t
ก่อนการทดลอง	30	13.56	2.62	7.22 [*]
หลังการทดลอง	30	15.83	2.19	

*P < .05

จากตาราง 6 พบว่า หลังการทดลอง นักศึกษากลุ่มที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชา การวิจัยตลาด เรื่องกระบวนการของการวิจัยตลาด สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

บทย่อ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทย่อ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาดระหว่างการเรียนโดยใช้บทเรียนวิทัศน์กับการสอนแบบปกติ
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนการสอนและหลังการสอนโดยใช้บทเรียนวิทัศน์
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนการสอนและหลังการสอนโดยใช้การสอนแบบปกติ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ของกลุ่มนักศึกษาที่เรียนด้วยบทเรียนวิทัศน์สูงกว่ากลุ่มนักศึกษาที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ
2. นักศึกษาที่เรียนด้วยบทเรียนวิทัศน์มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นกว่าก่อนเรียน
3. นักศึกษาที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นกว่าก่อนเรียน

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรเป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 2 วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 2 วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2539 จำนวน 60 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่ม ดังนี้
 - 1) สุ่มนักศึกษามา 2 ห้องเรียน จากทั้งหมด 3 ห้องเรียน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ได้ห้องเรียนที่หนึ่งจำนวน 39 คน และห้องเรียนที่สองจำนวน 32 คน

- 2) สุ่มนักศึกษาในแต่ละห้องมาจำนวน 30 คน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย
- 3) สุ่มให้ห้องหนึ่งเป็นกลุ่มทดลอง อีกห้องหนึ่งเป็นกลุ่มควบคุม โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย
กลุ่มทดลองเรียนโดยใช้บทเรียนวิดีโอ
กลุ่มควบคุมเรียนโดยการสอนแบบปกติ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

2.1 แผนการสอนวิชาวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด

2.2 บทเรียนวิดีโอประกอบการสอน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ที่ผู้วิจัย
สร้างขึ้นเอง

2.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการ
วิจัยตลาด

3. การดำเนินการทดลอง

แบบแผนการทดลองเป็นแบบ Randomized Control Group Pretest Posttest Design การทดลองกระทำในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2539 ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการทดลองกับ
นักศึกษาสองกลุ่มด้วยตนเอง จัดให้มีการแนะนำแก่นักศึกษาแต่ละกลุ่มให้เข้าใจจุดมุ่งหมาย ให้นักศึกษา
ทำแบบทดสอบก่อนการเรียน เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด ใช้เวลา 25 นาที กลุ่มทดลอง
เรียนโดยใช้บทเรียนวิดีโอประกอบการสอนเป็นเวลา 4 คาบ ๆ ละ 50 นาที กลุ่มควบคุมเรียนโดย
การสอนแบบปกติใช้เวลาเรียน 4 คาบ ๆ ละ 50 นาทีเท่ากัน เมื่อเสร็จสิ้นการสอนแล้วให้ทำแบบ
ทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนใช้เวลา 25 นาที ทั้งสองกลุ่ม โดยทำการทดลองในวันที่ 19 - 20
ธันวาคม 2539 กลุ่มทดลองดำเนินการทดลองในช่วงเวลา 09.50 - 11.30 น. ส่วนกลุ่มควบคุม
ดำเนินการทดลองในช่วงเวลา 13.10 - 14.50 น.

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำคะแนนที่ได้มาหาค่าสถิติพื้นฐาน
2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก่อนการ
ทดลองโดยใช้ t-test แบบ Independent Groups
3. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาแต่ละกลุ่มก่อนและหลังการทดลอง
โดยใช้ t-test แบบ Dependent Group
4. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมหลังการ
ทดลอง โดยใช้ t-test แบบ Independent Groups

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

1. หลังการทดลองนักศึกษาที่เรียนโดยใช้บทเรียนวิดีโอทัศน์มีผลการเรียนสูงขึ้นกว่านักศึกษาที่เรียนโดยการสอนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. หลังการทดลองนักศึกษาที่เรียนโดยใช้บทเรียนวิดีโอทัศน์มีผลการเรียนสูงขึ้นกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. หลังการทดลองนักศึกษาที่เรียนโดยการสอนแบบปกติมีผลการเรียนสูงขึ้นกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า

1. นักศึกษากลุ่มที่เรียนด้วยบทเรียนวิดีโอทัศน์มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นกว่านักศึกษาที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจจะ เป็นเพราะว่านักศึกษาได้รู้ว่าวิชาการศึกษาตลาดเป็นวิชาที่เน้นหนักทั้งด้านทฤษฎีและภาคปฏิบัติ (2:2:3) และเป็นวิชาที่สำคัญสำหรับนักศึกษาที่เรียนแผนการตลาดเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในด้านการปฏิบัติงาน วิจัยตลาดในเรื่องต่าง ๆ ได้ถูกต้องอย่างมีหลักเกณฑ์ ตามหลักวิชาการสมัยใหม่ ประกอบกับความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการผลิต ระบบการจัดจำหน่ายที่ได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ศักยภาพของเขต การขาย แนวโน้มของผลผลิตในปัจจุบัน งานทางด้านบริหารธุรกิจต้องอาศัยกำลังคนที่มีคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชน เมื่อนักศึกษาได้เรียนด้วยบทเรียนวิดีโอทัศน์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบของบทเรียนที่แปลกใหม่ทำให้นักศึกษาได้เห็นภาพและสถานการณ์จริงที่เกี่ยวกับเนื้อหาบทเรียนนั้น ๆ เช่น ประเภทของการวิจัยตลาดทั้ง 4 ประเภท กระบวนการของการวิจัยตลาด 7 ขั้นตอน เป็นต้น โดยนำเสนอบทเรียนวิดีโอทัศน์ในรูปแบบสารละครซึ่งเป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบสารคดี เข้ากับรูปแบบละครหรือการนำละครมาประกอบรายการที่เสนอสาระบางส่วน มิใช่เสนอเป็นละครทั้งรายการ เพื่อให้การศึกษา ความรู้ และแนวคิดในเรื่องที่เสนอ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง (2531 : 731 - 736) การใช้วิดีโอทัศน์ประกอบการสอนเป็นเครื่องมือประกอบการบรรยายของผู้สอนช่วยสื่อความหมาย ที่ผู้สอนประสงค์จะส่งหรือถ่ายทอดไปยังผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถแสวงหาความรู้แบบการศึกษาเฉพาะรายบุคคล (Individual Study) และช่วยให้มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น สามารถโน้มแน่วจิตใจเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการกระทำของบุคคล ช่วยเพิ่มพูนปัญญาอันนำมาซึ่งความก้าวหน้าของตนเองและสังคม ซึ่งสอดคล้องกับหลักการเรียนรู้ของ ดี เซคโค (De Cecco) กมลรัตน์ หล้าสูงัน (2528 : 228) ที่กล่าวว่า "ถ้ากระตุ้นให้อินทรีย์มีความคาดหวังมากเท่าใดย่อมมี

แนวโน้มนั้นที่อยากจะเรียนรู้และสนใจมากเท่านั้น" ดังนั้นถ้าผู้เรียนเกิดความสนใจในเนื้อหาที่ตนเรียนย่อมจะส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ในเนื้อหานั้น ๆ ด้วย จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้นักศึกษาที่เรียนโดยใช้บทเรียนวิทัศน์ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักศึกษาที่เรียนโดยการสอนแบบปกติ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวันทนา ฤกษ์เสน (2535 : 43 - 44)

2. หลังการทดลองนักศึกษากลุ่มที่เรียนด้วยบทเรียนวิทัศน์และนักศึกษากลุ่มที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิจัยตลาด เรื่องกระบวนการของการวิจัยตลาดสูงขึ้นกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาได้ทราบจุดประสงค์รายวิชาของการเรียนวิชานี้และความสำคัญในการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริงได้ เห็นคุณค่าของสิ่งที่ได้เรียนรู้ ดังกระบวนการทางการศึกษาที่บรูเนอร์ (J.S. Brunner) ได้กล่าวไว้เป็นหลักสำคัญว่า วิชาใด ๆ ก็ตาม ผู้สอนสามารถที่จะนำมาสอนให้เด็กทุกระดับชั้นและทุกวัยเข้าใจได้ ถ้าครูผู้สอนรู้จักจัดเนื้อหาวิชาและวิธีสอนให้เหมาะสมกับพัฒนาการของวัยหรือให้เหมาะสมกับความพร้อมในการเรียนรู้ของเด็กแต่ละวัย (สุภาพ วาดเขียน. 2523 : 61) การสอนที่ให้ผู้เรียนฝึกฝนรู้จักนำเอาวิธีการทางวิทยาศาสตร์ไปใช้ในชีวิตจริงโดยใช้เหตุผลและข้อเท็จจริงที่ได้มาตัดสินใจและวิเคราะห์ปัญหาด้วยความฉลาด ตามทฤษฎีการเรียนรู้กฎแห่งผล (Law of Effect) ของธอร์นไดค์ (Thorndike) (โยธิน คັນสนุทธและคนอื่นๆ. 2533 : 79) จึงทำให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียน สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริงได้ จึงเป็นการกำหนดเกณฑ์หรือผลของการกระทำที่ครูยอมรับหรือพึงพอใจ ทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

ส่วนการสอนวิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด โดยแบบปฏินั้น ครูเป็นผู้แนะนำกิจกรรมที่นักศึกษาจะต้องปฏิบัติในคาบเรียน และมีสื่อชนิดอื่นประกอบการสอนที่มีใช้บทเรียนวิทัศน์ เช่น การยกตัวอย่าง ทำแผนภูมิ เป็นต้น การใช้วิธีสอนแบบปฏินี้จะใช้นำเข้าสู่บทเรียน ถ้อยคำชักจูงใจ อธิบายแผนภูมิ รูปภาพ กระบวนการ เล่าประสบการณ์เดิม สรุปหลักเกณฑ์สำคัญ ๆ ฯลฯ การสอนแบบปฏินี้จะได้ผลก็ต่อเมื่อครูได้เตรียมการสอนมาอย่างดี บางครั้งต้องใช้ความรู้อย่างลึกซึ้ง ครูผู้สอนจะต้องมีบุคลิกภาพในด้านน้ำเสียงดี รู้จักพูดให้ผู้เรียนสนใจ พูดคุยและบรรยายได้สนุก เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซักถามพร้อมทั้งประเมินผลในสิ่งที่ได้บรรยายไปแล้วเป็นระยะ ๆ ต้องปรับเวลาและเนื้อเรื่องให้เหมาะสมกับช่วงความตั้งใจตามธรรมชาติของผู้เรียน ไม่ว่าจะเป็นการสอนใด ๆ ก็ตามจะต้องพิจารณาถึงความพร้อม พื้นเพเดิม ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้เรียน เนื้อเรื่องที่นำมาสอน ตลอดจนความมุ่งหมายของครู บุคลิกภาพของครู

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะทั่วไป และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรนำบทเรียนวิดีโอที่ค้นมาใช้ประกอบการเรียนการสอน เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีความกระตือรือร้นสนใจต่อการเรียนและได้รับความรู้เพิ่มพูนมากขึ้น ควรส่งเสริมการใช้บทเรียนวิดีโอต่อการเรียนการสอนในวิชาการวิจัยตลาด และวิชาอื่น ๆ ให้มากยิ่งขึ้น
2. ควรกำหนดแนวทางเพื่อส่งเสริมให้ครูผลิตสื่อบทเรียนวิดีโอเพื่อใช้ในการเรียนการสอนตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536 ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา การวิจัยตลาด โดยใช้บทเรียนวิดีโอที่ค้นกับการสอนแบบปกติในเนื้อหาด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากเรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด และควรศึกษาเปรียบเทียบกับการใช้สื่อวิธีต่าง ๆ เช่น สไลด์ บทบาท สถานการณ์จำลอง เป็นต้น
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาอื่น ๆ โดยการสอนด้วยบทเรียนวิดีโอที่ค้นกับการสอนแบบปกติ ในระดับชั้นเดียวกันและระดับชั้นที่สูงขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดศรีเดชา, 2528.
- กรมอาชีวศึกษา. วารสารอาชีวศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อัมรินทร์การพิมพ์, 2529.
- เกศินี โชติกเสถียร. "รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา," รายงานสัมมนาแบบรายการโทรทัศน์.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2528.
- ชัยवाल วิริยกุล. ผลของการสาธิตโดยเทปโทรทัศน์ที่เสนอภาพช้าด้วยความเร็วต่าง ๆ ที่มีต่อทักษะ
การเล่นฟุตบอลของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 วิชาเอกพลศึกษา วิทยาลัยครุฑนครปฐม. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2527.
- ชัยองค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดงและสมเชาว์ เนตรประเสริฐ. เอกสารประกอบชุดวิชาเทคโนโลยีและ
สื่อสารการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย, 2523.
- _____. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531.
- เชิดชาย แวเวียงธรรม. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ความคงทนทางการเรียน ระหว่างบทเรียนสไลด์กับ
เทปโทรทัศน์ ในเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว. วิทยานิพนธ์ ศ.อ.ม. กรุงเทพฯ :
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ, 2529. อัดสำเนา.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. ม.ป.ท., 2530.
- ดำรง ศรีเจริญ. การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พิษณุโลก,
2524.
- ธารณี วีระสกุลรัตน์. การใช้วีดิโอเทปเพื่อการสอนซ่อมเสริมวิชาวิทยาศาสตร์กายภาพ ชีวภาพ เรื่อง
"รังสีที่มองไม่เห็น". วิทยานิพนธ์ ศศ.ม กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2528.
อัดสำเนา.
- ธวัช ทิพย์พิทักษ์. การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการสอนวิชาวิทยาศาสตร์ ของ นักเรียน
ชั้น ม. 2 ที่ได้รับการสอนโดยใช้เทปโทรทัศน์ประกอบการสอนตามคู่มือครู. วิทยานิพนธ์ กศ.ม.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2532. อัดสำเนา.
- ธวัช ปรานพานิชกิจ. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ของนักเรียนระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่เรียนจากเทปโทรทัศน์ประกอบการสอนซึ่งมีลักษณะการดำเนินเรื่อง
ต่างกัน. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร,
2536. อัดสำเนา.
- บุญชู ใจชื้อกุล. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาปัจจุบันพยาบาลของนักเรียนนายสิบเหล่าแพทย์ทหารบกที่
เรียนจากการสาธิตด้วยเทปโทรทัศน์วิธีบทวนต่าง ๆ. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2526. อัดสำเนา.

- เป็รื่อง กุมท. การวิจัยสื่อและนวัตกรรมการสอน. กรุงเทพฯ : ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2528. อัดสำเนา.
- มานะ เสือเล็ก. การศึกษาเปรียบเทียบผลการเรียนรู้จากรายการโทรทัศน์ที่มีอักษรบรรยายประกอบ 3 วิดี ด้วยเทคนิคการซ้อนภาพด้วยเครื่องผสมสัญญาณภาพ. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2532. อัดสำเนา.
- โยธิน สันสนุทธและคนอื่นๆ. จิตวิทยา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2533.
- ราชบัณฑิตยสถาน. ศัพท์วิทยาศาสตร์. หน้า 139. กรุงเทพฯ : บริษัทเพื่อนพิมพ์ จำกัด, 2528)
- _____. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อักษรเจริญทัศน์, 2525.
- รังสรรค์ ดวงสร้อยทอง. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์และความคงทนทางการเรียนวิชาช่าง เรื่อง ลำดับขั้นการทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจากการพิมพ์หล่อ โดยใช้บทเรียนเทปโทรทัศน์แบบสรุปเป็นขั้นตอนกับการสอนปกติ. วิทยานิพนธ์ ค.อ.ม. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2530. อัดสำเนา.
- ลัดดา ศรีสวัสดิ์. บทบาทของวิดีโอ : สภาพปัจจุบันและแนวโน้ม. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529. อัดสำเนา.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. หลักการวิจัยการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ทวีกิจ, 2524.
- วิภา อุตมฉันท. การผลิตสื่อโทรทัศน์และวีดิทัศน์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วันทนา ฤกษ์เสน. การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่องการใช้ประโยคสื่อสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยการใช้บทเรียนวิดีโอเทปกับการสอนแบบธรรมดา. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2535. อัดสำเนา.
- วิจิตรตรา วงศ์ทรัพย์สกุล. การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากเทปโทรทัศน์การสอนที่ใช้และไม่ใช้กราฟิคคอมพิวเตอร์. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2536. อัดสำเนา.
- สุภาพ วาดเขียน. ทำอย่างไรนิสิตนักศึกษาครูจึงจะสอนได้ดี. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2523.
- เสวก มีทอง. การศึกษาเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ด้านพุทธพิสัยจากการใช้สไลด์เทปที่มีการนำเรื่องแบบต่าง ๆ. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2527. อัดสำเนา.

- สนั่น ปัทมะทิน. ศัพท์านุกรมสื่อสารมวลชน เล่มที่ 1. กรุงเทพฯ : แผนกอิสระวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.
- _____. "บทบาทและนิยามของวิดีโอ," วารสารศาสตร์ 30 ปี. เอกสารที่ระลึก 30 ปี วารสารศาสตร์. 2527.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช. การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์. เอกสารการสอนหน่วยที่ 5 - 10, 11 - 15, กรุงเทพฯ : สำนักเทคโนโลยีศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.
- สันต์ ภิบาลสุข. "วิดีโอ," ศึกษาศาสตร์ 1 : 20 - 26 ตุลาคม - มกราคม 2527.
- อมรา ปริญญาบุญ. การใช้สื่อการสอนแบบละครในโรงเรียนมัธยมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2521. อัดสำเนา.
- โอภาส ศรีสะอาด. การสอนวิชาวิทยาศาสตร์ในระดับประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาโดยใช้โทรทัศน์วงจรปิด. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526. อัดสำเนา.
- อาทิตย์ สดากันต์. การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 (ปวช. 3) จากเทปโทรทัศน์ที่มีรายการบันเทิงแทรกหว่างเนื้อหาโดยให้ช่วงเวลาแตกต่างกัน. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : เทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2534. อัดสำเนา.
- Abrams, Arnold H. "Effectiveness of Interactive Video in Teaching Basic Photography Skill (Disc, Intelligent, Computer Assisted)," Dissertation Abstracts International. 46/11A; 1986.
- Bandura, Albert. Social Learning Through Imitation. In M. R. Jones (Ed.), Nebraska Symposium on Motivation (vol. 10, PP. 211 - 274). Lincoln : University of Nebraska Press cited by Bandura, A. Social Foundation of Through & Action : A Social Cognition Theory. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice - Hall, 1986.
- _____. Social Learning Theory. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice - Hall 1977.
- Burke, James W., Richard B. Lewis and Fred F. Harclerod. "A - V Instructional Technology," Media and Method Sixth Edition. McGraw - Hill Inc., 1971.
- Dale, Edgar. Audio - Visual Methods in Teaching. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969.

- Dewey, J. Richart. "The Effectiveness of Interactive Microcomputer - Controlled Video - Tape/Disc Instructional in an Independent Study Environment," Dissertation Abstracts International. 44/11A ; 1983.
- Fan, Chang Teh. Item Analysis Table. New Jersey : Education Testing Service, Princeton, 1952.
- Steier, C. "Identification of Problem Variables Which Create a Time and Cost Impact During Level Three Interactive Videodisc Courseware Development," Dissertation Abstracts International. 48(6) : 12; June, 1987.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตารางแสดงค่า $P_{n.}$, $P_{r.}$, P และ R ของแบบทดสอบ

ตาราง 7 แสดงค่า p_h , p_1 , p และ r ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อสอบ

ข้อ	p_h	p_1	p	r
1	.55	.33	.44	.23
2	.44	.22	.33	.25
3	.51	.33	.42	.20
4	.59	.33	.46	.27
5	.55	.29	.42	.26
6	.66	.18	.42	.50
7 [*]	.92	.74	.84	.30
8	.44	.25	.35	.20
9	.51	.18	.34	.37
10	.44	.18	.30	.29
11	.70	.22	.46	.48
12	.62	.33	.48	.30
13 [*]	1.00	1.00	1.00	.00
14	.48	.07	.25	.52
15	.59	.37	.48	.22
16	.70	.18	.43	.52
17	.74	.18	.45	.56
18	.59	.29	.44	.30
19	.66	.22	.43	.45
20	.77	.14	.44	.63
21 [*]	.92	.81	.87	.21
22	.74	.37	.56	.38
23	.66	.25	.46	.41
24	.74	.55	.65	.21
25 [*]	.11	.03	.07	.21
26	.59	.33	.46	.27
27 [*]	.07	.03	.05	.11
28	.80	.62	.71	.22
29	.62	.37	.50	.24
30	.59	.18	.38	.43

หมายเหตุ ข้อสอบที่ 7, 13, 21 เพราะค่า p เกิน .80 จัดเป็นข้อสอบที่ง่าย จึงตัดทิ้งไป
 ข้อสอบที่ 25, 27 เพราะค่า p ต่ำกว่า .20 จัดเป็นข้อสอบที่ยาก จึงตัดทิ้งไป

ภาคผนวก ข

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

ข้อ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	x	x ²
1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	8	64
2	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	10	100
3	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	10	100
4	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	11	121
5	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	12	144
6	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	16	256
7	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	17	289
8	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	19	361
9	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	21	441
10	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	16	256
11	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	484
12	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	22	484
13	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	484
14	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	17	289
15	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	11	121
16	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	49
17	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	12	144
18	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	16	324
19	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	10	100
20	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	16	256
21	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	361
22	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	8	64
23	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	17	289
24	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	18	324
25	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	15	225
26	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	17	289
27	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	9	81
28	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	20	400
29	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	19	361
30	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	361

E	16	17	15	17	15	14	19	19	21	17	23	21	19	20	22	17	16	18	20	15	19	21	20	18	19	458	7022
p	.533	.566	.500	.566	.500	.466	.633	.633	.700	.566	.766	.700	.633	.666	.733	.566	.533	.600	.666	.500	.633	.700	.666	.600	.633		
q	.467	.434	.500	.434	.500	.534	.367	.367	.300	.434	.234	.300	.367	.334	.267	.434	.467	.400	.334	.500	.367	.300	.334	.400	.367		
pq	.2489	.2456	.2500	.2456	.2500	.2488	.2323	.2323	.2100	.2456	.1792	.2100	.2323	.2224	.1957	.2456	.2489	.2400	.2224	.2500	.2323	.2100	.2224	.2400	.2323	15	7026

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบทดสอบโดยใช้สูตร KR 20 ของ
Kuder Richardson

$$k = 25$$

$$\Sigma pq = 5.7926$$

$$s^2 = 21.719$$

$$r_{kk} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\Sigma pq}{s^2} \right] \quad \text{ค่าความเชื่อมั่น}$$

$$= \frac{25}{25-1} \left[1 - \frac{5.7926}{21.719} \right]$$

$$= \frac{25}{24} \times (1 - .2667)$$

$$= \frac{25}{24} \times (.7333)$$

$$= .7638$$

ภาคผนวก ค

แผนการสอนแบบปกติ

วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี

แผนการสอนแบบปกติ

โดยครูเป็นผู้สอน

ใช้เวลาสอน 4 คาบ ๆ ละ 50 นาที

คณะวิชา บริหารธุรกิจ แผนกวิชา การตลาด

รหัสวิชา สบต 2205 วิชา การวิจัการตลาด

ทะปน 2 : 2 : 3

แผนการสอนรายวิชา

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษาวิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาดนี้แล้ว นักศึกษาจะต้องสามารถ

1. บอกความหมายของการวิจัยตลาดได้
2. บอกวัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาดได้
3. บอกความสำคัญของการวิจัยตลาดได้
4. บอกประโยชน์ของการวิจัยตลาดได้
5. บอกชนิดของแหล่งข้อมูลทางการวิจัยตลาดได้
6. บอกประเภทของการวิจัยตลาดได้
7. บอกกระบวนการของการวิจัยตลาดได้
8. วิเคราะห์กระบวนการของการวิจัยตลาด 7 ขั้นตอนได้
9. บอกเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยตลาดได้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบวิธีการแก้ปัญหาและวางแผนด้านการตลาด ซึ่งต้องอาศัยผลจากการวิจัยตลาดเป็นหลักพิจารณาและสามารถทราบหลักปฏิบัติในการวิจัยตลาดเรื่องต่าง ๆ ได้ถูกต้อง

เนื้อหา

ตอนที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัยตลาด

- ความหมายและความสำคัญของการวิจัยตลาด
- ประโยชน์ของการวิจัยตลาด
- ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตลาด
- วัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาด
- ขอบเขตของการวิจัยตลาด

ตอนที่ 2 การวิจัยตลาดกับวิธีการทางวิทยาศาสตร์

- ขอบข่ายของวิธีการทางวิทยาศาสตร์
- กระบวนการของการวิจัยตลาด 7 ขั้นตอน

ขอบข่ายเนื้อหา

ตอนที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัยตลาด

ในตอนที่ 1 นี้จะกล่าวถึงเนื้อหาของความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัยตลาด รวม

- 5 เรื่องคือ
- 1.1 ความหมายและความสำคัญของการวิจัยตลาด
 - 1.2 ประโยชน์ของการวิจัยตลาด
 - 1.3 ปัญหาที่เกี่ยวเนื่องกับงานวิจัยตลาด
 - 1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาด
 - 1.5 ขอบเขตของการวิจัยตลาด

การตลาดในปัจจุบันเป็นตลาดที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented Marketing) นักการตลาดจะต้องเข้าใจ ความต้องการ บุคลิกลักษณะนิสัย พฤติกรรม ค่านิยม ความรู้ ความเชื่อ และ เจตคติของผู้บริโภค สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนช่วยให้นักการตลาดศึกษาข้อมูลก่อนที่จะวางแผนเพื่อประเมินสถานการณ์ทางการตลาดได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

การวิจัยตลาดต้องมีลักษณะสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. ตรงไปตรงมา (objective)
2. มีหลักฐาน (empirical))
3. มีระบบ (systematic)
4. มีการควบคุม (control)

ความหมายของการวิจัยตลาด คือ การรวบรวม บันทึก และวิเคราะห์ข้อมูลที่จะช่วยให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการรวบรวม บันทึก และวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวนี้โดยตรงไปตรงมา มีหลักฐาน มีระบบ และมีการควบคุมเป็นอย่างดี

ประโยชน์ของการวิจัยตลาด

- การวิจัยตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการตัดสินใจ
- การวิจัยตลาดเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในสภาวะของความไม่แน่นอน
- การวิจัยตลาดช่วยให้มองเห็นทิศทางของการตลาด

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตลาด (กรมอาชีวศึกษา : การวิจัยตลาด. 2527 หน้า 6)

- การเกรงความสูญเสียสถานภาพ
- ความไม่เข้าใจและไม่ยอมรับข้อมูลจากการวิจัย
- การขาดผู้นำทางการ
- การวิจัยไม่เป็นกิจกรรมถาวรของบริษัท
- ความขัดแย้งระหว่างฝ่ายการตลาดและฝ่ายวิจัย
- ความตระหนี่

วัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาด

1. เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ที่จะช่วยให้การตัดสินใจของฝ่ายจัดการแม่นยำมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อช่วยการวางแผนการปฏิบัติการภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพที่จะส่งผลผลิตออกสู่ตลาดได้สม่ำเสมอและได้กำไรสูง
4. เพื่อช่วยให้ฝ่ายจัดการสามารถควบคุมการทำงานต่าง ๆ ได้อย่างถ่วงถ่วง ทำให้การบรรลุเป้าหมายขององค์การนั้นเป็นไปได้อย่างยั่งยืน
5. เพื่อให้ฝ่ายจัดการสามารถประเมินได้ว่าบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้มากน้อยเพียงใด

เป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือ การบริหารการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั่นเอง

วงการธุรกิจทุกวันนี้ได้อาศัยวิธีการวิจัยตลาดในด้านต่าง ๆ ซึ่งแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้

4 ประเภท คือ

1. การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ
2. การวิจัยการขาย
3. การวิจัยผู้บริโภค
4. การวิจัยโฆษณา

1. การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ
 - 1.1 การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่และศักยภาพของตลาด
 - 1.2 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้น
 - 1.3 การทดสอบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน
 - 1.4 การวิจัยการบรรจุหีบห่อ การออกแบบหรือลักษณะทางกายภาพ
2. การวิจัยการตลาด
 - 2.1 การวัดศักยภาพของตลาด
 - 2.2 การวิเคราะห์ส่วนครองตลาด
 - 2.3 การพิจารณาลักษณะของตลาด
 - 2.4 การวิจัยยอดขาย
 - 2.5 การกำหนดโควตาการขายและอาณาเขตการขาย
3. การวิจัยผู้บริโภค
 - 3.1 การศึกษาถึงสิ่งที่ผู้บริโภคควรรู้
 - 3.2 การศึกษาจิตวิทยาที่มีผลต่อผู้บริโภค
 - 3.3 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
 - 3.4 การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์
4. การวิจัยโฆษณา
 - 4.1 การวิจัยการจูงใจ
 - 4.2 การวิจัยข้อความการโฆษณา
 - 4.3 การวิจัยสื่อโฆษณา
 - 4.4 การศึกษาประสิทธิภาพในการโฆษณา
 - 4.5 การศึกษาการโฆษณาของคู่แข่งชั้น

ตอนที่ 2 การวิจัยตลาดกับวิธีการทางวิทยาศาสตร์

- ขอบข่ายของวิธีการทางวิทยาศาสตร์
- กระบวนการของการวิจัยตลาด 7 ขั้นตอน

วิธีการวิจัยตลาดเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์ซึ่งนักวิทยาศาสตร์พยายามจะอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ โดยมองความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์นั้นเพื่อที่เขาจะสามารถทำนายและควบคุมปรากฏการณ์ต่าง ๆ ได้ หากมีข้อพิสูจน์ให้เห็นว่า การคาดคะเนนั้น ๆ ถูกต้อง ความสัมพันธ์ดังกล่าวก็จะกลายเป็นทฤษฎีที่ทุกคนยอมรับและนำไปใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ

ขอบข่ายของวิธีการทางวิทยาศาสตร์

- ระบุปัญหาให้ตรงประเด็น
- ต้องมีข้อสันนิษฐานหรือการคาดคะเนคำตอบ
- ทดสอบเพื่อพิสูจน์ต้องมีมาตรฐานที่เข้มงวด
- เมื่อได้ข้อสรุปอย่ายืนยันว่าเป็นความจริงสูงสุดที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้
- ควรจับด้วยคำถามว่าทำไมจึงเป็นอย่างที่เป็นและทำไมไม่มีอย่างอื่นอีก

กระบวนการของการวิจัยตลาด

การวิจัยตลาดเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์เป็นสิ่งที่ต้องมีระบบ ระเบียบและขั้นตอนที่แน่นอน การวิจัยตลาดก็เช่นกันจะต้องมีการวางแผนงานที่ชัดเจน มีคำถามที่จะเป็นเครื่องกำหนดแนวทางของการศึกษาค้นคว้าวิจัย มีสมมุติฐานจนเป็นคำตอบการคาดคะเนของผู้วิจัย จนในที่สุดก็ได้ข้อมูลออกมาวิเคราะห์หาความหมายให้เกิดความเข้าใจสภาวะตลาดเพิ่มเติม บันได 7 ขั้นสู่ความสำเร็จ มีดังนี้

1. การกำหนดปัญหา
2. การศึกษาและกำหนดรูปแบบ/วิธีการที่จะหาข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การประมวลผลข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอรายงาน
7. การติดตามผล

ขั้นที่ 1. การกำหนดปัญหา

การกำหนดปัญหาของการวิจัย เป็นขั้นตอนขั้นแรกที่คุณวิจัยตลาดต้องระบุปัญหาและวัตถุประสงค์ เพื่อจะสรุปและจำกัดขอบเขตของปัญหาที่จะต้องมีการแก้ไขโดยการทำการวิจัย รวมทั้งการสรุปข้อสมมุติฐานหรือสาเหตุของปัญหานั้น เพื่อเป็นการกำหนดทิศทาง ขอบเขตของงานวิจัยให้สามารถในการวิจัยร่วมกัน ปัญหาการวิจัยมีมากมายและมีความสำคัญแตกต่างกัน ถ้าทำการวิจัยทุกปัญหาย่อมทำให้เกิดค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นบริษัทจึงต้องเลือกปัญหาที่สำคัญซึ่งเป็นปัญหาเฉพาะหน้าที่ต้องแก้ปัญหา ก่อน จะทำให้ขอบเขตของการวิจัยแคบลง ทำให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายและได้ผลประโยชน์จากการวิจัยนั้นอย่างคุ้มค่า ภายในข้อจำกัดของเวลา งบประมาณ กำลังคน อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มี

ขั้นที่ 2. การศึกษาและกำหนดรูปแบบ/วิธีการที่จะหาข้อมูล

เป็นการกำหนดแผนงานที่จะปฏิบัติเพื่อให้ได้ข้อมูลมาพิสูจน์ข้อสรุปสมมุติฐานที่กำหนดไว้ จะมี การกำหนดแบบของการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล แหล่งข้อมูล ประเภทของข้อมูลที่ต้องการ จัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือในการจัดทำวิจัย เตรียมบุคลากร กำหนดระเบียบวิธีการเลือกตัวอย่าง กำหนดขนาดตัวอย่าง วิธีการในการบันทึกข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนกำหนดเวลา งบประมาณ ในการปฏิบัติงาน และวิธีการติดต่อหาข้อมูล

ขั้นที่ 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการปฏิบัติงานภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการตามที่กำหนดไว้ ใช้การสำรวจ การสังเกต การทดลอง หรือการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการ เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้เวลา ค่าใช้จ่าย กำลังคน และความอดทนในการปฏิบัติงานสูง

เป็นขั้นตอนหลังจากมีการพัฒนาแผนการวิจัยงานแล้ว ก็จะมีการรวบรวมข้อมูล วิธีการรวบรวมข้อมูลขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล ว่าเป็นข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งแต่ละประเภทมีวิธีการแตกต่างกัน

ขั้นที่ 4. การประมวลผลข้อมูล

การนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจัดหมวดหมู่ ตรวจสอบความถูกต้อง บันทึกผลของข้อมูลให้เป็น ระเบียบตามวิธีการสถิติ ซึ่งอาจปฏิบัติด้วยมือหรือด้วยเครื่องจักร เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นการจัดระเบียบให้กับข้อมูล เพื่อให้สามารถนำไปแสดงผลได้

ขั้นที่ 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำข้อมูลที่ประมวลผลไว้แล้วปรากฏในรูปแบบตารางต่างๆ มาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีการต่าง ๆ ทางสถิติหรือคณิตศาสตร์พื้นฐาน เพื่อจะได้แปลความหมายของข้อมูล ให้เป็นผลที่จะนำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ได้

เป็นขั้นที่นำเอาสิ่งที่ค้นพบจากข้อมูลที่รวบรวมในขั้นที่ 4 มาวิเคราะห์และตีความหมายโดยอาศัยเทคนิคทางด้านสถิติมาแทนค่า

ขั้นที่ 6. การนำเสนอรายงาน

หลังจากที่วิเคราะห์ผลและแปลความหมาย สรุปผลข้อมูลได้แล้ว ว่าเป็นไปตามที่ตั้งสมมุติฐานหรือไม่ ผู้วิจัยจะต้องรวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลทั้งหมด ให้อยู่ในรูปแบบลักษณะของรายงานเพื่อนำเสนอผู้ต้องการใช้ข้อมูลนั้น การนำเสนอข้อมูลอาจจัดทำในรูปลายลักษณ์อักษรเพียงอย่างเดียว หรืออาจจะต้องนำเสนอด้วยปากเปล่าก็ได้ จึงต้องมีการจัดเตรียมรายละเอียดที่น่าสนใจ สร้างเครื่องมือนำเสนอข้อมูล เพื่อให้ผู้อ่านรายงานรับรู้ได้ง่าย เข้าใจได้ชัดเจนถูกต้อง และมองเห็นคุณค่าของงานวิจัยนั้น

ขั้นที่ 7. การติดตามผล

ข้อผูกพันโดยตรงระหว่างผู้รับรายงานและผู้จัดทำวิจัยได้สิ้นสุดลงแล้ว นับแต่มีการยอมรับในรายงานที่เสนอ และรับรายงานไปเรียบร้อย หากแต่ผู้ทำวิจัยทุกคน ควรรู้สึกที่ตนเองยังมีพันธะกับงานวิจัยที่ได้จัดทำเสร็จเรียบร้อยแล้วว่า งานวิจัยของตนเองดีหรือไม่ ให้ประโยชน์ต่อผู้รับรายงานตรงวัตถุประสงค์ ผู้ใช้บริการนำผลวิจัยไปใช้หรือเอาไปเก็บไว้ โดยพันธะข้อนี้ทำให้ผู้วิจัยจะต้องไปติดตามผลงานของตนเอง โดยการสอบถาม หรือติดตามผลอย่างเงียบ ๆ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบเหตุและหาทางช่วยแก้ไขก่อนที่จะเป็นข่าวแพร่กระจายออกไป

กิจกรรมการสอน

1. แจงจุดประสงค์การเรียนรู้วิชา การวิจัยตลาด ให้นักศึกษาทราบและเฝ้าความสนใจ ด้วยการสนทนาซักถามถึงวิธีการวิจัยตลาด ในวงการธุรกิจ
2. ครูอธิบายความหมาย วัตถุประสงค์ ประโยชน์ ความสำคัญและกระบวนการของการวิจัยตลาด
3. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด
4. แจงผลการปฏิบัติทำแบบฝึกหัด ตรวจแบบฝึกหัด
5. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา วิจัยตลาด ก่อนเรียนและหลังเรียน เป็นแบบทดสอบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 25 ข้อ

ระยะเวลา

คาบ 1-2	สภาพการเรียนรู้การสอน	ใช้เวลา (นาที)
-	แจ้งจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม อธิบายรายวิชา	10
-	ทดสอบก่อนเรียน (pretest)	25
-	เข้าสู่บทเรียน ตอนที่ 1	35
-	ซัก-ถามเนื้อหาวิชา	10
-	ทำแบบฝึกหัด	15
-	เฉลยแบบฝึกหัด	5
		<u>100</u>
คาบ 3-4	- บทเรียนจากหนังสือเรียน การวิจัยตลาด ของกรมอาชีวศึกษา	5
	- เข้าสู่บทเรียน ตอนที่ 2	40
	- ซัก-ถามเนื้อหาวิชา	10
	- ทำแบบฝึกหัด	15
	- เฉลยแบบฝึกหัด	5
	- ทดสอบหลังเรียน (posttest)	25
		<u>100</u>

สื่อการสอน

1. บทเรียนจากหนังสือเรียน การวิจัยตลาด ของกรมอาชีวศึกษา
2. แบบฝึกหัดวิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด

การวัดผลประเมินผล

ประเมินผลจากแบบฝึกหัดโดยให้ผ่านเกณฑ์ 60 %

ประเมินผลจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยให้ผ่านเกณฑ์ 50 % ขึ้นไป

เอกสารประกอบการสอน

หนังสือเรียน สบต 2205 การวิจัยตลาด ของกรมอาชีวศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
(ปวส.) พ.ศ. 2536 สังกัด กระทรวงศึกษาธิการ

ภาคผนวก ง

แผนการสอนบทเรียนวิทัศน์

วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี

แผนการสอน

โดยใช้บทเรียนวิดีโอ

ใช้เวลาสอน 4 คาบ ๆ ละ 50 นาที

คณะวิชา บริหารธุรกิจ แผนกวิชา การตลาด

รหัสวิชา สบต 2205 วิชา การวิจัยตลาด

ท = ป = น 2 : 2 : 3

แผนการสอนรายวิชา

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษาวิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาดนี้แล้ว นักศึกษาจะต้องสามารถ

1. บอกความหมายของการวิจัยตลาดได้
2. บอกวัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาดได้
3. บอกความสำคัญของการวิจัยตลาดได้
4. บอกประโยชน์ของการวิจัยตลาดได้
5. บอกชนิดของแหล่งข้อมูลทางการวิจัยตลาดได้
6. บอกประเภทของการวิจัยตลาดได้
7. บอกกระบวนการของการวิจัยตลาดได้
8. วิเคราะห์กระบวนการของการวิจัยตลาด 7 ขั้นตอนได้
9. บอกเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยตลาดได้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบวิธีการแก้ปัญหาและวางแผนด้านการตลาด ซึ่งต้องอาศัยผลจากการวิจัยตลาดเป็นหลักพิจารณาและสามารถทราบหลักปฏิบัติในการวิจัยตลาดเรื่องต่าง ๆ ได้ถูกต้อง

เนื้อหา

ตอนที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัยตลาด

- ความหมายและความสำคัญของการวิจัยตลาด
- ประโยชน์ของการวิจัยตลาด
- ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตลาด
- วัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาด
- ขอบเขตของการวิจัยตลาด

ตอนที่ 2 การวิจัยตลาดกับวิธีการทางวิทยาศาสตร์

- ขอบข่ายของวิธีการทางวิทยาศาสตร์
- กระบวนการของการวิจัยตลาด 7 ขั้นตอน

ข้อบ่งชี้เนื้อหา

ตอนที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัยตลาด

ในตอนที่ 1 นี้จะกล่าวถึงเนื้อหาของความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัยตลาด รวม

- 5 เรื่องคือ
- 1.1 ความหมายและความสำคัญของการวิจัยตลาด
 - 1.2 ประโยชน์ของการวิจัยตลาด
 - 1.3 ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตลาด
 - 1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาด
 - 1.5 ขอบเขตของการวิจัยตลาด

การตลาดในปัจจุบันเป็นตลาดที่ให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภค (Consumer Oriented Marketing) นักการตลาดจะต้องเข้าใจ ความต้องการ บุคลิกลักษณะนิสัย พฤติกรรม ค่านิยม ความรู้ ความเชื่อ และ เจตคติของผู้บริโภค สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนช่วยให้ นักการตลาดศึกษาข้อมูลก่อนที่จะวางแผนเพื่อประเมินสถานการณ์ทางการตลาดได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

การวิจัยตลาดต้องมีลักษณะสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. ตรงไปตรงมา (objective)
2. มีหลักฐาน (empirical))
3. มีระบบ (systematic)
4. มีการควบคุม (control)

ความหมายของการวิจัยตลาด คือ การรวบรวม บันทึก และวิเคราะห์ข้อมูลที่จะช่วยให้การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการรวบรวม บันทึก และวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวนี้โดยตรงไปตรงมา มีหลักฐาน มีระบบ และมีการควบคุมเป็นอย่างดี

ประโยชน์ของการวิจัยตลาด

- การวิจัยตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการตัดสินใจ
- การวิจัยตลาดเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในสภาวะของความไม่แน่นอน
- การวิจัยตลาดช่วยให้มองเห็นทิศทางของการตลาด

ปัญหาที่เกี่ยวเนื่องกับงานวิจัยตลาด (กรมอาชีวศึกษา : การวิจัยตลาด. 2527 หน้า 6)

- การเกรงความสูญเสียสถานภาพ
- ความไม่เข้าใจและไม่ยอมรับข้อมูลจากการวิจัย
- การขาดผู้ชำนาญการ
- การวิจัยไม่เป็นกิจกรรมถาวรของบริษัท
- ความขัดแย้งระหว่างฝ่ายการตลาดและฝ่ายวิจัย
- ความตระหนี่

วัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาด

1. เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ที่จะช่วยให้การตัดสินใจของฝ่ายจัดการแม่นยำมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อช่วยการวางแผนการปฏิบัติการภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพที่จะส่งผลผลิตออกสู่ตลาดได้สม่ำเสมอและได้กำไรสูง
4. เพื่อช่วยให้ฝ่ายจัดการสามารถควบคุมการทำงานต่าง ๆ ได้อย่างถ่วงถ่วง ทำให้การบรรลุเป้าหมายขององค์การนั้นเป็นไปได้อย่างยิ่งยั้ง
5. เพื่อให้ฝ่ายจัดการสามารถประเมินได้ว่าบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้มากน้อยเพียงใด

เป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือ การบริหารการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั่นเอง

วงการธุรกิจทุกวันนี้ได้อาศัยวิธีการวิจัยตลาดในด้านต่าง ๆ ซึ่งแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้

4 ประเภท คือ

1. การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ
2. การวิจัยการขาย
3. การวิจัยผู้บริโภค
4. การวิจัยโฆษณา

1. การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ

- 1.1 การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่และศักยภาพของตลาด
- 1.2 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง
- 1.3 การทดสอบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน
- 1.4 การวิจัยการบรรจุหีบห่อ การออกแบบหรือลักษณะทางกายภาพ

2. การวิจัยการตลาด

- 2.1 การวัดศักยภาพของตลาด
- 2.2 การวิเคราะห์ส่วนครองตลาด
- 2.3 การพิจารณาลักษณะของตลาด
- 2.4 การวิจัยยอดขาย
- 2.5 การกำหนดโควตาการขายและอาณาเขตการขาย

3. การวิจัยผู้บริโภค

- 3.1 การศึกษาถึงสิ่งที่ผู้บริโภคควรรู้
- 3.2 การศึกษาจิตวิทยาที่มีผลต่อผู้บริโภค
- 3.3 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
- 3.4 การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์

4. การวิจัยโฆษณา

- 4.1 การวิจัยการจูงใจ
- 4.2 การวิจัยข้อความการโฆษณา
- 4.3 การวิจัยสื่อโฆษณา
- 4.4 การศึกษาประสิทธิภาพในการโฆษณา
- 4.5 การศึกษาการโฆษณาของคู่แข่ง

ตอนที่ 2 การวิจัยตลาดกับวิธีการทางวิทยาศาสตร์

- ขอบข่ายของวิธีการทางวิทยาศาสตร์
- กระบวนการของการวิจัยตลาด 7 ขั้นตอน

วิธีการวิจัยตลาดเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์ซึ่งนักวิทยาศาสตร์พยายามจะอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ โดยมองความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์นั้นเพื่อที่เขาจะสามารถทำนายและควบคุมปรากฏการณ์ต่าง ๆ ได้ หากมีข้อพิสูจน์ให้เห็นว่า การคาดคะเนนั้น ๆ ถูกต้อง ความสัมพันธ์ดังกล่าวก็จะกลายเป็นทฤษฎีที่ทุกคนยอมรับและนำไปใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ

ขอบข่ายของวิธีการทางวิทยาศาสตร์

- ระบุปัญหาให้ตรงประเด็น
- ต้องมีข้อสันนิษฐานหรือการคาดคะเนคำตอบ
- ทดสอบเพื่อพิสูจน์ต้องมีมาตรฐานที่เข้มงวด
- เมื่อได้ข้อสรุปอย่ายืนยันว่าเป็นความจริงสูงสุดที่เปลี่ยนแปลงมิได้
- ควรจบด้วยคำถามว่าทำไมจึงเป็นอย่างที่เป็นและทำไมไม่มีอย่างอื่นอีก

กระบวนการของการวิจัยตลาด

การวิจัยตลาดเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์เป็นสิ่งที่ต้องมีระบบ ระเบียบและขั้นตอนที่แน่นอน การวิจัยตลาดก็เช่นกันจะต้องมีการวางแผนงานที่ชัดเจน มีคำถามที่จะเป็นเครื่องกำหนดแนวทางของการศึกษาค้นคว้าวิจัย มีสมมุติฐานจนเป็นคำตอบการคาดคะเนของผู้วิจัย จนในที่สุดก็ได้ข้อมูลออกมาวิเคราะห์หาความหมายให้เกิดความเข้าใจสภาวะตลาดเพิ่มเติม บันได 7 ขั้นสู่ความสำเร็จ มีดังนี้

1. การกำหนดปัญหา
2. การศึกษาและกำหนดรูปแบบ/วิธีการที่จะหาข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การประมวลผลข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอรายงาน
7. การติดตามผล

ขั้นที่ 1. การกำหนดปัญหา

การกำหนดปัญหาของการวิจัยเป็นขั้นตอนขั้นแรกสำหรับผู้วิจัยตลาดต้องระบุปัญหาและวัตถุประสงค์ เพื่อจะสรุปและจำกัดขอบเขตของปัญหาที่จะต้องมีการแก้ไขโดยการทำการวิจัย รวมทั้งการสรุปข้อสมมุติฐาน หรือสาเหตุของปัญหานั้น เพื่อเป็นการกำหนดทิศทาง ขอบเขตของงานวิจัยให้สามารถในการวิจัยร่วมกัน ปัญหาการวิจัยมีมากมายและมีความสำคัญแตกต่างกัน ถ้าทำการวิจัยทุกปัญหาย่อมทำให้เกิดค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นบริษัทจึงต้องเลือกปัญหาที่สำคัญซึ่งเป็นปัญหาเฉพาะหน้าที่ต้องแก้ปัญหา ก่อน จะทำให้ขอบเขตของการวิจัยแคบลง ทำให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่าย และได้ผลประโยชน์จากการวิจัยนั้นอย่างคุ้มค่า ภายในข้อจำกัดของเวลา งบประมาณ กำลังคน อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มี

ขั้นที่ 2. การศึกษาและกำหนดรูปแบบ/วิธีการที่จะหาข้อมูล

เป็นการกำหนดแผนงานที่จะปฏิบัติเพื่อให้ได้ข้อมูลมาพิสูจน์ข้อสรุปสมมุติฐานที่กำหนดไว้ จะมี การกำหนดแบบของการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล แหล่งข้อมูล ประเภทของข้อมูลที่ต้องการ จัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือในการจัดทำวิจัย เตรียมบุคลากร กำหนดระเบียบวิธีการเลือกตัวอย่าง กำหนดขนาดตัวอย่าง วิธีการในการบันทึกข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนกำหนดเวลา งบประมาณ ในการปฏิบัติงาน และวิธีการติดต่อหาข้อมูล

ขั้นที่ 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการปฏิบัติงานภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการตามที่กำหนดไว้ ใช้การสำรวจ การสังเกต การทดลอง หรือการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการ เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้เวลา ค่าใช้จ่าย กำลังคน และความอดทนในการปฏิบัติงานสูง

เป็นขั้นตอนหลังจากมีการพัฒนาแผนการวิจัยงานแล้ว ก็จะมีการรวบรวมข้อมูล วิธีการรวบรวม ข้อมูลขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล ว่าเป็นข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งแต่ละประเภทมีวิธีการแตกต่างกัน

ขั้นที่ 4. การประมวลผลข้อมูล

การนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจัดหมวดหมู่ ตรวจสอบความถูกต้อง บันทึกผลของข้อมูลให้เป็น ระเบียบตามวิธีการสถิติ ซึ่งอาจปฏิบัติด้วยมือหรือด้วยเครื่องจักร เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นการจัดระเบียบ ให้กับข้อมูล เพื่อให้สามารถนำไปแสดงผลได้

ขั้นที่ 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำข้อมูลที่ประมวลผลไว้แล้วปรากฏในรูปตารางต่างๆ มาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีการต่าง ๆ ทางสถิติหรือคณิตศาสตร์พื้นฐาน เพื่อจะได้แปลความหมายของข้อมูล ให้เป็นผลที่จะนำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ได้

เป็นขั้นที่นำเอาสิ่งที่ค้นพบจากข้อมูลที่รวบรวมในขั้นที่ 4 มาวิเคราะห์และตีความหมายโดยอาศัยเทคนิคทางด้านสถิติมาแทนค่า

ขั้นที่ 6. การนำเสนอรายงาน

หลังจากที่วิเคราะห์ผลและแปลความหมาย สรุปผลข้อมูลได้แล้ว ว่าเป็นไปตามที่ตั้งสมมุติฐานหรือไม่ ผู้วิจัยจะต้องรวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลทั้งหมด ให้อยู่ในรูปลักษณะของรายงานเพื่อนำเสนอผู้ต้องการใช้ข้อมูลนั้น การนำเสนอข้อมูลอาจจัดทำในรูปลายลักษณ์อักษรเพียงอย่างเดียว หรืออาจจะต้องนำเสนอด้วยปากเปล่าก็ได้ จึงต้องมีการจัดเตรียมรายละเอียดที่น่าสนใจ สร้างเครื่องมือนำเสนอข้อมูล เพื่อให้ผู้อ่านรายงานรับรู้ได้ง่าย เข้าใจได้ชัดเจนถูกต้อง และมองเห็นคุณค่าของงานวิจัยนั้น

ขั้นที่ 7. การติดตามผล

ข้อผูกพันโดยตรงระหว่างผู้รับรายงานและผู้จัดทำวิจัยได้สิ้นสุดลงแล้ว นับแต่มีการยอมรับในรายงานที่เสนอ และรับรายงานไปเรียบร้อยแล้ว หากแต่ผู้ทำวิจัยทุกคน ควรรู้สึกว่าจะตนเองยังมีพันธะกับงานวิจัยที่ได้จัดทำเสร็จเรียบร้อยแล้วว่า งานวิจัยของตนเองดีหรือไม่ ให้ประโยชน์ต่อผู้รับรายงานตรงวัตถุประสงค์ ผู้ใช้บริการนำผลวิจัยไปใช้หรือเอาไปเก็บไว้ โดยพันธะอันนี้ทำให้ผู้วิจัยจะต้องไปติดตามผลงานของตนเอง โดยการสอบถาม หรือติดตามผลอย่างเงียบ ๆ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบเหตุและหาทางช่วยเหลือแก้ไขก่อนที่จะเป็นข่าวแพร่กระจายออกไป

กิจกรรมการสอน

1. แจกจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมการเรียนรู้วิชา การวิจัยตลาด ให้นักศึกษาทราบและทำความเข้าใจด้วยการบอกว่าวัตถุประสงค์ที่จะให้เรียนต่อไปนี้ เป็นวิชา การวิจัยตลาด ให้นักศึกษาคูแล้ว สังเกตสาระสำคัญ เพื่อเตรียมทำแบบฝึกหัด
2. ให้นักศึกษาคูบทเรียนวัตถุประสงค์ วิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด
3. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด
4. แจกผลการปฏิบัติทำแบบฝึกหัด ตรวจแบบฝึกหัด
5. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา วิจัยตลาด ก่อนเรียนและหลังเรียน เป็นแบบทดสอบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 25 ข้อ

ระยะเวลา

คาบที่ 1-2	สภาพการเรียนรู้การสอน	ใช้เวลา (นาที)
	- แจกจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม อธิบายรายวิชา	10
	- ทดสอบก่อนเรียน (pretest)	25
	- แจกนักศึกษาให้ทราบเกี่ยวกับการเรียนด้วยบทเรียนวิดีโอ	10
	- ให้นักศึกษาตอบทบทวนวิดีโอ ตอนที่ 1	25
	- ชัก-ถาม เนื้อหาวิชา	10
	- ทำแบบฝึกหัด	15
	- เฉลยแบบฝึกหัด	5
		<u>100</u>
คาบที่ 3-4	- ทบทวนบทเรียน	5
	- ให้นักศึกษาตอบทบทวนวิดีโอ ตอนที่ 2	40
	- ชัก-ถาม เนื้อหาวิชา	10
	- ทำแบบฝึกหัด	15
	- เฉลยแบบฝึกหัด	5
	- ทดสอบหลังเรียน (posttest)	25
		<u>100</u>

สื่อการสอน

1. บทเรียนจากวิดีโอ วิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด
2. แบบฝึกหัดวิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด

การวัดผลประเมินผล

ประเมินผลจากแบบฝึกหัดโดยให้ผ่านเกณฑ์ 60 %

ประเมินผลจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยให้ผ่านเกณฑ์ 50 % ขึ้นไป

เอกสารประกอบการสอน

หนังสือเรียน สบต 2205 การวิจัยตลาด ของกรมอาชีวศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พ.ศ. 2536 สังกัด กระทรวงศึกษาธิการ

ภาคผนวก จ

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา การวิจัยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด

แบบทดสอบก่อนปรับปรุง

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
วิชา การวิจยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจยตลาด
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

- คำชี้แจง : 1. แบบทดสอบมีคำถามทั้งหมด 30 ข้อ ใช้เวลาทำ 25 นาที
2. ให้เลือกคำตอบที่ดีที่สุดเพียง 1 คำตอบ
-

1. ข้อใดให้ความหมายของการวิจยตลาดได้เหมาะสมที่สุด

- ก. การนำเอาข้อมูลทางการตลาดมาวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลออกมาเป็นแผนแบบจำลองหรือแผนภาพเชิงสถิติที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารงานด้านตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ข. การเก็บรวบรวม บันทึก และวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่จะช่วยให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดบังเกิดสัมฤทธิ์ผล
- ค. การสำรวจหรือการแสวงหาข้อมูลทางการตลาดที่ตรงประเด็นมาวิเคราะห์เชิงสถิติ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดในทุก ๆ ส่วนประสมของตลาด
- ง. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิทางการตลาดมาศึกษาและใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ในเชิงสถิติวิเคราะห์เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ

2. ข้อใดไม่ใช่วัตถุประสงค์ของการวิจยตลาด

- ก. เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ที่จะช่วยให้การตัดสินใจของฝ่ายการตลาดแม่นยำมากยิ่งขึ้น
- ข. เพื่อให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- ค. เพื่อช่วยการวางแผนการปฏิบัติการภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพที่จะส่งผลผลิตออกสู่ตลาดได้สม่ำเสมอและได้กำไรสูง
- ง. เพื่อให้ฝ่ายจัดการสามารถประเมินได้ว่าบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของกิจการให้เกิดความพอใจได้มากน้อยเพียงใด

3. ข้อใดแสดงความสำคัญของการวิจยตลาด

- ก. การหาความต้องการของสินค้าและการบริการในตลาด
- ข. การทำให้ความต้องการนั้นมีผลต่อสินค้าและชรายตัวในอนาคต
- ค. การประสพผลสำเร็จในอนาคต โดยมีกำไรและทำให้บริษัทเจริญเติบโต
- ง. การศึกษาเจตคติบุคคลลักษณะนิสัยของกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกัน

4. ข้อใดเป็นกระบวนการของการวิจัยตลาดเป็นอันดับแรก

- ก. การระบุปัญหา
- ข. การศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัญหา
- ค. การตั้งคำถามสำหรับการวิจัย
- ง. การศึกษาข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องก่อน

5. ประเด็นตามข้อใดที่จัดได้ว่าเป็นประโยชน์ของการวิจัยตลาด

- ก. การวิจัยตลาดไม่ใช้กิจกรรมของบริษัทที่ต้องกระทำตลอดไป
- ข. การวิจัยตลาดช่วยให้มองเห็นทิศทางและแนวโน้มทางการตลาด
- ค. การวิจัยตลาดที่ซับซ้อนพร้อมของฝ่ายการตลาดให้เห็นได้
- ง. การวิจัยตลาดช่วยสร้างศรัทธาให้แก่ผู้บริหารธุรกิจ

6. ทิว่า "การวิจัยตลาดเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์อย่างหนึ่ง" ข้อใดแสดงเหตุผลสนับสนุนคำกล่าวนี้

- ก. ในสภาพการณ์ของตลาดย่อมมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน จำเป็นต้องศึกษาและหาข้อพิสูจน์ยืนยันว่า การคาดคะเนตลาดนั้นถูกต้องหรือไม่ เช่นเดียวกับการวิธีการทางวิทยาศาสตร์
- ข. วิทยาศาสตร์เป็นเรื่องการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อปรากฏการณ์ต่าง ๆ การวิจัยตลาดก็เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรของกิจกรรมทางการตลาดเช่นกัน
- ค. การทำนายทิศทางและแนวโน้มอนาคตของตลาดของนักวิจัยตลาดที่มีลักษณะเช่นเดียวกับการทำนายการคาดคะเนปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของนักวิทยาศาสตร์
- ง. ความรู้ทางวิทยาศาสตร์สามารถนำมาประยุกต์กับงานวิจัยตลาดได้ทุกขั้นตอนนับตั้งแต่ปัญหาหรือข้อสมมุติฐาน การพิสูจน์และการรายงานผล

7. ข้อใดไม่ใช่กิจกรรมที่ทำกิจกรรมการวิจัยตลาด

- ก. บริษัทตัวแทนโฆษณา
- ข. บริษัทที่ปรึกษาการวิจัยตลาด
- ค. สถาบันทางการแพทย์
- ง. หน่วยงานธุรกิจที่ประกอบอาชีพอิสระ

8. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะสำคัญของการวิจัยตลาด

- ก. ความเป็นปรนัย (objective)
- ข. มีเหตุผลพิสูจน์ได้ (empirical)
- ค. มีระบบ (systematic)
- ง. มีความชัดเจน (clear)

9. แหล่งรวบรวมความรู้เพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัย คือ
 - ก. วิทยาลัย/โรงเรียน
 - ข. มหาวิทยาลัยต่าง ๆ
 - ค. กิจการต่างๆ/ภาคเอกชน
 - ง. ห้องสมุด
10. การที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยการสำรวจ/สัมภาษณ์ จัดเป็นชนิดของแหล่งข้อมูลใด
 - ก. แหล่งปฐมภูมิ
 - ข. แหล่งทุติยภูมิ
 - ค. แหล่งอ้างอิง
 - ง. ถูกทั้ง ก, ข และ ค
11. การที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารอ้างอิง/สิ่งตีพิมพ์ จัดเป็นชนิดของแหล่งข้อมูลใด
 - ก. แหล่งปฐมภูมิ
 - ข. แหล่งทุติยภูมิ
 - ค. แหล่งอ้างอิง
 - ง. ถูกทั้ง ก, ข และ ค
12. เครื่องมือชนิดใดที่ผู้วิจัยตลาดนิยมใช้กันทั่วไปในปัจจุบัน
 - ก. การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม
 - ข. การสำรวจภาคสนาม
 - ค. การทดลองในสนาม
 - ง. การทดสอบตลาด
13. ข้อใดไม่ใช่สาระขอบเขตประเภทของงานวิจัยตลาด
 - ก. การวิจัยการขาย
 - ข. การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ
 - ค. การวิจัยการโฆษณา
 - ง. การวิจัยการประชาสัมพันธ์
14. ถ้าจะวิจัยผู้บริโภค ผู้วิจัยจะต้องทราบเกี่ยวกับตัวผู้บริโภคในเรื่องใด
 - ก. ต้องศึกษาผลกระทบจากสื่อมวลชน โฆษณา
 - ข. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
 - ค. ศึกษาตัวแปรทางจิตวิทยา
 - ง. อะไรคือปัญหาในการดำรงชีวิตของผู้บริโภค

15. ตัวแปรที่นักวิจัยตลาดสนใจศึกษา มีชื่อเรียกทางสถิติว่า
 - ก. ตัวแปรอิสระ
 - ข. ตัวแปรตาม
 - ค. ตัวแปรเกิน
 - ง. ตัวแปรซ้อน
16. ตัวแปรที่นักวิจัยตลาดคาดว่าจะเป็สาเหตุของปรากฏการณ์ทางการตลาด มีชื่อเรียกทางสถิติว่า (ใช้ตัวเลือกตอบจากข้อ 15)
17. ตัวแปรประเภทใดที่นักวิจัยตลาดจะต้องหาทางคัดทอนออกไปโดยใช้เทคนิคทางสถิติ (ใช้ตัวเลือกตอบจากข้อ 15)
18. การที่ฝ่ายบริหารตัดสินใจปรับนโยบายการขายให้สอดคล้องกับรูปแบบชีวิตของผู้บริโภค เป็นผลมาจากกิจกรรมตามข้อใด
 - ก. ข้อเสนอแนะ
 - ข. ข้อเสนอแนะ
 - ค. ข้อเสนอแนะ
 - ง. ผลที่คาดว่าจะได้รับ
19. ถ้าผู้อุปถัมภ์รายการบันเทิงจัดคอนเสิร์ต ต้องการทราบว่าปฏิกิริยาของผู้ฟังเป็นอย่างไร ผู้วิจัยควรทำการสำรวจแบบใดจึงจะเหมาะสมที่สุด
 - ก. การสังเกต
 - ข. การเข้าร่วมสังเกต
 - ค. การสัมภาษณ์
 - ง. การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม
20. ถ้าผู้วิจัยต้องการข้อมูลปริมาณการส่งสินค้าเข้าและส่งออก ข้อใดไม่ใช่แหล่งข้อมูล
 - ก. กรมสรรพากร
 - ข. กรมสรรพสามิต
 - ค. กรมการค้าภายใน
 - ง. กรมศุลกากร
21. ข้อใดไม่ใช่การคาดคะเนความต้องการของตลาด
 - ก. รายได้ของประชากรแต่ละท้องถิ่น
 - ข. อุปสงค์และอุปทานของตลาด
 - ค. ฤดูกาลของตลาด
 - ง. ราคาของสินค้า

22. ทัศนคติของร้านค้าส่งจะเข้ามามีบทบาทบิดเบือนข้อมูล มีผลกระทบต่องานวิจัยด้านใด
- การทดสอบเขตทางภูมิศาสตร์
 - การทดสอบเมืองหรือจังหวัด
 - การทดสอบร้านค้า
 - การทดสอบการจัดจำหน่าย
23. ข้อใดจัดว่าเป็นการวิจัยโฆษณา
- การวิจัยรูปแบบหีบห่อ
 - การวิจัยส่วนแบ่งตลาด
 - การวิจัยร้านค้า
 - การวิจัยแหล่งจัดจำหน่ายสินค้า
- ข้อ 24 - ข้อ 28 ให้ใช้ตัวเลือกตอบดังต่อไปนี้
- การกำหนดปัญหา
 - การศึกษา/วิธีการที่จะหาข้อมูล
 - การรวบรวมข้อมูล
 - การประมวลผลข้อมูล
24. การศึกษาจำนวนและแนวโน้มในการจัดเตรียมสต็อกอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์วิทยุสื่อสาร
25. การแจกแจงข้อมูล โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่
26. ค่าร้อยละที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ
27. ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่ 1 มค. - 15 กพ.
28. สร้างเครื่องมือแบบสอบถามให้นักวิทยุสมัครเล่นตอบข้อมูล
29. การเขียนรายงานการวิจัยเป็นขั้นตอนที่ต้องทำต่อจากขั้นตอนใด ในการวิจัยตลาด
- การแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล
 - การวางแผนวิเคราะห์ข้อมูล
 - การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - การจัดทำโครงการวิจัย
30. การทำงานวิจัยตลาดสิ้นสุดลงแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ
- การสรุปผลสถานการณ์ทางการตลาด
 - การติดตามผล
 - การนำเสนอไปใช้
 - การทำรายงานเสนอต่อผู้บริหาร

แบบทดสอบก่อนการสอบ

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
วิชา การวิจยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจยตลาด
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

- คำชี้แจง : 1. แบบทดสอบมีคำถามทั้งหมด 25 ข้อ ใช้เวลาทำ 25 นาที
2. ให้เลือกคำตอบที่ดีที่สุดเพียง 1 คำตอบ
-

1. ข้อใดให้ความหมายของการวิจยตลาดได้เหมาะสมที่สุด

- ก. การนำเอาข้อมูลทางการตลาดมาวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลออกมาเป็นแผนแบบจำลองหรือแผนภาพเชิงสถิติที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารงานด้านตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ข. การเก็บรวบรวม บันทึก และวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่จะช่วยให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดบังเกิดสัมฤทธิ์ผล
- ค. การสำรวจหรือการแสวงหาข้อมูลทางการตลาดที่ตรงประเด็นมาวิเคราะห์เชิงสถิติ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดในทุก ๆ ส่วนประสมของตลาด
- ง. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิทางการตลาดมาศึกษาและใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ในเชิงสถิติวิเคราะห์เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ

2. ข้อใดไม่ใช่วัตถุประสงค์ของการวิจยตลาด

- ก. เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ที่จะช่วยให้การตัดสินใจของฝ่ายการตลาดแม่นยำมากยิ่งขึ้น
- ข. เพื่อให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- ค. เพื่อช่วยการวางแผนการปฏิบัติการภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพที่จะส่งผลผลิตออกสู่ตลาดได้สม่ำเสมอและได้กำไรสูง
- ง. เพื่อให้ฝ่ายจัดการสามารถประเมินได้ว่าบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของกิจการให้เกิดความพอใจได้มากน้อยเพียงใด

3. ข้อใดแสดงความสำคัญของการวิจยตลาด

- ก. การหาความต้องการของสินค้าและการบริการในตลาด
- ข. การทำให้ความต้องการนั้นมีผลต่อสินค้าและขยายตัวในอนาคต
- ค. การประสพผลสำเร็จในอนาคต โดยมีกำไรและทำให้บริษัทเจริญเติบโต
- ง. การศึกษาเจตคติบุคลิกลักษณะนิสัยของกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกัน

4. ข้อใดเป็นกระบวนการของการวิจัยตลาดเป็นอันดับแรก
 - ก. การระบุปัญหา
 - ข. การศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัญหา
 - ค. การตั้งคำถามสำหรับการวิจัย
 - ง. การศึกษาข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องก่อน
5. ประเด็นตามข้อใดที่จัดได้ว่าเป็นประโยชน์ของการวิจัยตลาด
 - ก. การวิจัยตลาดไม่ใช้กิจกรรมของบริษัทที่ต้องกระทำตลอดไป
 - ข. การวิจัยตลาดช่วยให้มองเห็นทิศทางและแนวโน้มทางการตลาด
 - ค. การวิจัยตลาดชี้ข้อบกพร่องของฝ่ายการตลาดให้เห็นได้
 - ง. การวิจัยตลาดช่วยสร้างศรัทธาให้แก่ผู้บริหารธุรกิจ
6. ท้าว "การวิจัยตลาดเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์อย่างหนึ่ง" ข้อใดแสดงเหตุผลสนับสนุนคำกล่าวนี้
 - ก. ในสภาพการณ์ของตลาดย่อมมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน จำเป็นต้องศึกษาและหาข้อพิสูจน์ยืนยันว่า การคาดคะเนตลาดนั้นถูกต้องหรือไม่ เช่นเดียวกับการทางวิทยาศาสตร์
 - ข. วิทยาศาสตร์เป็นเรื่องการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อปรากฏการณ์ต่าง ๆ การวิจัยตลาดก็เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรของกิจกรรมทางการตลาดเช่นกัน
 - ค. การทำนายทิศทางและแนวโน้มอนาคตของตลาดของนักวิจัยตลาดที่มีลักษณะ เช่นเดียวกับการทำนายการคาดคะเนปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของนักวิทยาศาสตร์
 - ง. ความรู้ทางวิทยาศาสตร์สามารถนำมาประยุกต์กับงานวิจัยตลาดได้ทุกขั้นตอนนับตั้งแต่ปัญหาหรือข้อสมมุติฐาน การพิสูจน์และการรายงานผล
7. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะสำคัญของการวิจัยตลาด
 - ก. มีความเป็นปรนัย (objective)
 - ข. มีเหตุผลพิสูจน์ได้ (empirical)
 - ค. มีระบบ (systematic)
 - ง. มีความชัดเจน (clear)
8. แหล่งรวบรวมความรู้เพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัย คือ
 - ก. วิทยาลัย/โรงเรียน
 - ข. มหาวิทยาลัยต่าง ๆ
 - ค. กิจการต่างๆ/ภาคเอกชน
 - ง. ห้องสมุด

9. การที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยการสำรวจ/สัมภาษณ์ จัดเป็นชนิดของแหล่งข้อมูลใด
 - ก. แหล่งปฐมภูมิ
 - ข. แหล่งทุติยภูมิ
 - ค. แหล่งอ้างอิง
 - ง. ถูกทั้ง ก, ข และ ค
10. การที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารอ้างอิง/สิ่งตีพิมพ์ จัดเป็นชนิดของแหล่งข้อมูลใด
 - ก. แหล่งปฐมภูมิ
 - ข. แหล่งทุติยภูมิ
 - ค. แหล่งอ้างอิง
 - ง. ถูกทั้ง ก, ข และ ค
11. เครื่องมือชนิดใดที่ผู้วิจัยตลาดนิยมใช้กันทั่วไปในปัจจุบัน
 - ก. การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม
 - ข. การสำรวจภาคสนาม
 - ค. การทดลองในสนาม
 - ง. การทดสอบตลาด
12. ถ้าจะวิจัยผู้บริโภค ผู้วิจัยจะต้องทราบเกี่ยวกับตัวผู้บริโภคในเรื่องใด
 - ก. ต้องศึกษาผลกระทบจากสื่อมวลชน โฆษณา
 - ข. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
 - ค. ศึกษาตัวแปรทางจิตวิทยา
 - ง. อะไรคือปัญหาในการดำรงชีวิตของผู้บริโภค
13. ตัวแปรที่นักวิจัยตลาดสนใจศึกษา มีชื่อเรียกทางสถิติว่า
 - ก. ตัวแปรอิสระ
 - ข. ตัวแปรตาม
 - ค. ตัวแปรเกิน
 - ง. ตัวแปรซ้อน
14. ตัวแปรที่นักวิจัยตลาดคาดว่าจะเป็สาเหตุของปรากฏการณ์ทางการตลาด มีชื่อเรียกทางสถิติว่า
(ใช้ตัวเลือกตอบจากข้อ 13)
15. ตัวแปรประเภทใดที่นักวิจัยตลาดจะต้องหาทางตัดทอนออกไปโดยใช้เทคนิคทางสถิติ
(ใช้ตัวเลือกตอบจากข้อ 13)

16. การที่ฝ่ายบริหารตัดสินใจปรับนโยบายการขายให้สอดคล้องกับรูปแบบชีวิตของผู้บริโภค เป็นผลมาจากกิจกรรมตามข้อใด
- ข้อสมมุติฐาน
 - ข้อจำกัด
 - ข้อเสนอแนะ
 - ผลที่คาดว่าจะได้รับ
17. ถ้าผู้ประกอบการรายการบันเทิงจัดคอนเสิร์ต ต้องการทราบว่าปฏิริยาของผู้ฟังเป็นอย่างไร ผู้วิจัยควรทำการสำรวจแบบใดจึงจะเหมาะสมที่สุด
- การสังเกต
 - การเข้าร่วมสังเกต
 - การสัมภาษณ์
 - การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม
18. ถ้าผู้วิจัยต้องการข้อมูลปริมาณการส่งสินค้าเข้าและส่งออก ข้อใดไม่ใช่แหล่งข้อมูล
- กรมสรรพากร
 - กรมสรรพสามิต
 - กรมการค้าภายใน
 - กรมศุลกากร
19. ทัศนคติของร้านค้าส่งจะเข้ามามีบทบาทบิดเบือนข้อมูล มีผลกระทบต่องานวิจัยด้านใด
- การทดสอบเขตทางภูมิศาสตร์
 - การทดสอบเมืองหรือจังหวัด
 - การทดสอบร้านค้า
 - การทดสอบการจัดจำหน่าย
20. ข้อใดจัดว่าเป็นการวิจัยโฆษณา
- การวิจัยรูปแบบหีบห่อ
 - การวิจัยส่วนแบ่งตลาด
 - การวิจัยร้านค้า
 - การวิจัยแหล่งจัดจำหน่ายสินค้า

ข้อ 21 - ข้อ 23 ให้ใช้ตัวเลือกตอบดังต่อไปนี้

- ก. การกำหนดปัญหา
- ข. การศึกษา/วิธีการที่จะหาข้อมูล
- ค. การรวบรวมข้อมูล
- ง. การประมวลผลข้อมูล

21. การศึกษาจำนวนและแนวโน้มในการจัดเตรียมสต็อกอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์วิทยุสื่อสาร

22. ค่าร้อยละที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

23. สร้างเครื่องมือแบบสอบถามให้นักวิทยุสมัครเล่นตอบข้อมูล

24. การเขียนรายงานการวิจัยเป็นขั้นตอนที่ต้องทำต่อจากขั้นตอนใด ในการวิจัยตลาด

- ก. การแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล
- ข. การวางแผนวิเคราะห์ข้อมูล
- ค. การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ง. การจัดทำโครงการวิจัย

25. การทำงานวิจัยตลาดสิ้นสุดลงแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ

- ก. การสรุปผลสถานการณ์ทางการตลาด
- ข. การติดตามผล
- ค. การนำเอาไปใช้
- ง. การทำรายงานเสนอต่อผู้บริหาร

แบบทดสอบหลังการสอบ

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
วิชา การวิจยตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิจยตลาด
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

- คำชี้แจง : 1. แบบทดสอบมีคำถามทั้งหมด 25 ข้อ ใช้เวลาทำ 25 นาที
2. ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียง 1 คำตอบ
-

1. ข้อใดให้ความหมายของการวิจยตลาดได้เหมาะสมที่สุด

- ก. การนำเอาข้อมูลทางการตลาดมาวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลออกมาเป็นแผนแบบจำลองหรือแผนภาพเชิงสถิติที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารงานด้านตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ข. การสำรวจหรือการแสวงหาข้อมูลทางการตลาดที่ตรงประเด็นมาวิเคราะห์เชิงสถิติ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดในทุก ๆ ส่วนประสมของตลาด
- ค. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิทางการตลาดมาศึกษาและใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ในเชิงสถิติวิเคราะห์เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ
- ง. การเก็บรวบรวม บันทึก และวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่จะช่วยให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดบังเกิดสัมฤทธิ์ผล

2. ข้อใดไม่ใช่วัตถุประสงค์ของการวิจยตลาด

- ก. เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ที่จะช่วยให้การตัดสินใจของฝ่ายการตลาดแม่นยำมากยิ่งขึ้น
- ข. เพื่อให้ฝ่ายจัดการสามารถประเมินได้ว่าบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของกิจการให้เกิดความพอใจได้มากน้อยเพียงใด
- ค. เพื่อให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- ง. เพื่อช่วยการวางแผนการปฏิบัติการภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพที่จะส่งผลผลิตออกสู่ตลาดได้สม่ำเสมอและได้กำไรสูง

3. ข้อใดแสดงความสำคัญของการวิจยตลาด

- ก. การศึกษาเจตคติบุคลิกลักษณะนิสัยของกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกัน
- ข. การหาความต้องการของสินค้าและการบริการในตลาด
- ค. การทำให้ความต้องการนั้นมีผลต่อสินค้าและขยายตัวในอนาคต
- ง. การประสพผลสำเร็จในอนาคต โดยมีกำไรและทำให้บริษัทเจริญเติบโต

4. ข้อใดเป็นกระบวนการของการวิจัยตลาดเป็นอันดับแรก
 - ก. การศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัญหา
 - ข. การระบุปัญหา
 - ค. การตั้งคำถามสำหรับการวิจัย
 - ง. การศึกษาข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องก่อน
5. ประเด็นตามข้อใดที่จัดได้ว่าเป็นประโยชน์ของการวิจัยตลาด
 - ก. การวิจัยตลาดช่วยให้มองเห็นทิศทางและแนวโน้มทางการตลาด
 - ข. การวิจัยตลาดไม่ใช่กิจกรรมของบริษัทที่ต้องกระทำตลอดไป
 - ค. การวิจัยตลาดชี้ข้อบกพร่องของฝ่ายการตลาดให้เห็นได้
 - ง. การวิจัยตลาดช่วยสร้างศรัทธาให้แก่ผู้บริหารธุรกิจ
6. ทว่า "การวิจัยตลาดเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์อย่างหนึ่ง" ข้อใดแสดงเหตุผลสนับสนุนคำกล่าวนี้
 - ก. ในสภาพการณ์ของตลาดย่อมมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน จำเป็นต้องศึกษาและหาข้อพิสูจน์ยืนยันว่า การคาดคะเนตลาดนั้นถูกต้องหรือไม่ เช่นเดียวกับวิธีการทางวิทยาศาสตร์
 - ข. วิทยาศาสตร์เป็นเรื่องการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการปรากฏการณ์ต่าง ๆ การวิจัยตลาดก็เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรของกิจกรรมทางการตลาดเช่นกัน
 - ค. ความรู้ทางวิทยาศาสตร์สามารถนำมาประยุกต์กับงานวิจัยตลาดได้ทุกขั้นตอนนับตั้งแต่ปัญหาหรือข้อสมมุติฐาน การพิสูจน์และการรายงานผล
 - ง. การทำนายทิศทางและแนวโน้มอนาคตของตลาดของนักวิจัยตลาดที่มีลักษณะเช่นเดียวกับการทำนายการคาดคะเนปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของนักวิทยาศาสตร์
7. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะสำคัญของการวิจัยตลาด
 - ก. มีความชัดเจน (clear)
 - ข. ความเป็นปรนัย (objective)
 - ค. มีเหตุผลพิสูจน์ได้ (empirical)
 - ง. มีระบบ (systematic)
8. แหล่งรวบรวมความรู้เพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัย คือ
 - ก. ห้องสมุด
 - ข. วิทยาลัย/โรงเรียน
 - ค. มหาวิทยาลัยต่าง ๆ
 - ง. กิจกรรมต่างๆ/ภาคเอกชน

9. เครื่องมือชนิดใดที่ผู้วิจัยตลาดนิยมใช้กันทั่วไปในปัจจุบัน
 - ก. การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม
 - ข. การสำรวจภาคสนาม
 - ค. การทดลองในสนาม
 - ง. การทดสอบตลาด
10. การที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยการสำรวจ/สัมภาษณ์ จัดเป็นชนิดของแหล่งข้อมูลใด
 - ก. แหล่งทุติยภูมิ
 - ข. แหล่งอ้างอิง
 - ค. แหล่งปฐมภูมิ
 - ง. ถูกทั้ง ก, ข และ ค
11. การที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารอ้างอิง/สิ่งตีพิมพ์ จัดเป็นชนิดของแหล่งข้อมูลใด
 - ก. แหล่งทุติยภูมิ
 - ข. แหล่งปฐมภูมิ
 - ค. แหล่งอ้างอิง
 - ง. ถูกทั้ง ก, ข และ ค
12. ถ้าจะวิจัยผู้บริโภค ผู้วิจัยจะต้องทราบเกี่ยวกับตัวผู้บริโภคในเรื่องใด
 - ก. ต้องศึกษาผลกระทบจากสื่อมวลชน โฆษณา
 - ข. ศึกษาตัวแปรทางจิตวิทยา
 - ค. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
 - ง. อะไรคือปัญหาในการดำรงชีวิตของผู้บริโภค
13. ตัวแปรที่นักวิจัยตลาดสนใจศึกษา มีชื่อเรียกทางสถิติว่า
 - ก. ตัวแปรอิสระ
 - ข. ตัวแปรตาม
 - ค. ตัวแปรเกิน
 - ง. ตัวแปรซ้อน

14. ตัวแปรที่นักวิจัยตลาดคาดว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ทางการตลาด มีชื่อเรียกทางสถิติว่า (ใช้ตัวเลือกตอบจากข้อ 13)
15. ตัวแปรประเภทใดที่นักวิจัยตลาดจะต้องหาทางตัดทอนออกไปโดยใช้เทคนิคทางสถิติ (ใช้ตัวเลือกตอบจากข้อ 13)
16. ถ้าผู้อุปถัมภ์รายการบันเทิงจัดคอนเสิร์ต ต้องการทราบว่าปฏิกิริยาของผู้ฟังเป็นอย่างไร ผู้วิจัยควรทำการสำรวจแบบใดจึงจะเหมาะสมที่สุด
 - ก. การสังเกต
 - ข. การเข้าร่วมสังเกต
 - ค. การสัมภาษณ์
 - ง. การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม
17. ถ้าผู้วิจัยต้องการข้อมูลปริมาณการส่งสินค้าเข้าและส่งออก ข้อใดไม่ใช่แหล่งข้อมูล
 - ก. กรมสรรพากร
 - ข. กรมสรรพสามิต
 - ค. กรมการค้าภายใน
 - ง. กรมศุลกากร
18. อคติของร้านค้าส่งจะเข้ามามีบทบาทบิดเบือนข้อมูล มีผลกระทบต่องานวิจัยด้านใด
 - ก. การทดสอบเขตทางภูมิศาสตร์
 - ข. การทดสอบเมืองหรือจังหวัด
 - ค. การทดสอบการจัดจำหน่าย
 - ง. การทดสอบร้านค้า
19. ข้อใดจัดว่าเป็นการวิจัยโฆษณา
 - ก. การวิจัยส่วนแบ่งตลาด
 - ข. การวิจัยร้านค้า
 - ค. การวิจัยแหล่งจัดจำหน่ายสินค้า
 - ง. การวิจัยรูปแบบหีบห่อ

ข้อ 20 - ข้อ 22 ให้ใช้ตัวเลือกตอบดังต่อไปนี้

- ก. การกำหนดปัญหา
 - ข. การศึกษา/วิธีการที่จะหาข้อมูล
 - ค. การรวบรวมข้อมูล
 - ง. การประมวลผลข้อมูล
20. การศึกษาจำนวนและแนวโน้มในการจัดเตรียมสต็อกอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์วิทยุสื่อสาร
21. ค่าร้อยละที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ
22. สร้างเครื่องมือแบบสอบถามให้นักวิทยุสมัครเล่นตอบข้อมูล
23. การเขียนรายงานการวิจัยเป็นขั้นตอนที่ต้องทำต่อจากขั้นตอนใด ในการวิจัยตลาด
- ก. การวางแผนวิเคราะห์ข้อมูล
 - ข. การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - ค. การจัดทำโครงการวิจัย
 - ง. การแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล
24. การที่ฝ่ายบริหารตัดสินใจปรับนโยบายการขายให้สอดคล้องกับรูปแบบชีวิตของผู้บริโภค เป็นผลมาจากกิจกรรมตามข้อใด
- ก. ข้อสมมุติฐาน
 - ข. ข้อจำกัด
 - ค. ข้อเสนอแนะ
 - ง. ผลที่คาดว่าจะได้รับ
25. การทำงานวิจัยตลาดสิ้นสุดลงแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ
- ก. การสรุปผลสถานการณ์ทางการตลาด
 - ข. การนำเอาไปใช้
 - ค. การทำรายงานเสนอต่อผู้บริหาร
 - ง. การติดตามผล

เฉลยแบบบททดสอบชุดต่างๆ

แบบทดสอบก่อนการปรับปรุง

1. ข	6. ง	11. ข	16. ก	21. ก	26. ง
2. ง	7. ค	12. ก	17. ค	22. ง	27. ข
3. ง	8. ง	13. ง	18. ค	23. ก	28. ข
4. ก	9. ง	14. ค	19. ข	24. ก	29. ก
5. ข	10. ก	15. ข	20. ข	25. ค	30. ข

แบบทดสอบก่อนการสอน

1. ข	6. ง	11. ก	16. ค	21. ก
2. ง	7. ง	12. ค	17. ข	22. ง
3. ง	8. ง	13. ข	18. ข	23. ข
4. ก	9. ก	14. ก	19. ง	24. ก
5. ข	10. ข	15. ค	20. ก	25. ข

แบบทดสอบหลังการสอน

1. ง	6. ค	11. ก	16. ข	21. ง
2. ข	7. ก	12. ข	17. ข	22. ข
3. ก	8. ก	13. ข	18. ค	23. ง
4. ข	9. ก	14. ก	19. ง	24. ค
5. ก	10. ค	15. ค	20. ก	25. ง

ภาคผนวก จ

บทเรียนวิทัศน์

ตอนที่ 1 การวิจัยตลาด

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
1	F/I Cu Caption - พรทิพย์ วิกฤษทวีพงษ์ - ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอก ธุรกิจศึกษา - มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) - เสนอ บทเรียนวิดีโอทัศน์ วิชา การวิจัยตลาด - ระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง - เรื่อง กระบวนการของการวิจัยตลาด - รศ. สำอางค์ งามวิชา ประธานกรรมการ - รศ.ดร. สมสรร วงษ์อ่อนน้อย กรรมการ - อาจารย์วิรัช ผ่องทัญกุล ที่ปรึกษาฝ่ายโทรทัศน์	F/I เสียงดนตรี F/O เสียงดนตรี
2	คอมพิวเตอร์กราฟิค ข้อความว่า ตอนที่ 1 การวิจัยตลาด - ความหมาย - ประเภทของการวิจัยตลาด	การวิจัยตลาดคือ การรวบรวม บันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลที่จะช่วยให้การวางแผนธุรกิจทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยตลาดมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ 1. ตรงไปตรงมา (objection) 2. มีหลักฐาน (empirical) 3. มีระบบ (systematic) 4. มีการควบคุม (control)

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
3	ร้านสยามซีเคียวริตี้ MS พืชกรหญิงบริเวณข้าง ๆ ร้าน ธุรกิจเกี่ยวกับวิทยุสื่อสาร มีอักษรภาพว่า <u>ปัญหาที่เกี่ยวข้อกับงานวิจัยตลาด</u> การเกรงความสูญเสียสถานภาพ ความไม่เข้าใจและไม่ยอมรับข้อมูล การขาดผู้ชำนาญการ ความขัดแย้งระหว่างฝ่ายการตลาดและฝ่ายวิจัย ความตระหนี่ <u>วัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาด</u> 1. เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล 2. เพื่อให้การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 3. เพื่อช่วยวางแผนการปฏิบัติการภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพ 4. เพื่อช่วยให้ฝ่ายจัดการสามารถควบคุมการทำงานต่าง ๆ ได้อย่างถ่วงถ่วง	สวัสดีค่ะ ท่านผู้ชมสาระของเทปละครโทรทัศน์ ต่อไปนี้เป็นคำแนะนำเรื่องเกี่ยวกับ กระบวนการของการวิจัยตลาด
4	Zoom Out ภาพ MS พืชกรหญิงหยุด เป็นภาพเต็มตัว	โดยมีวัตถุประสงค์หวังว่า หลังจากที่ท่าน ได้รับชมรับฟังจะได้ทราบถึงกระบวนการ วิจัยตลาดได้ดียิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์
5	One-Shot พืชกรหญิงเดินมา หยุดกลางร้านสยามซีเคียวริตี้ มีข้อความ <u>ประโยชน์ของการวิจัยตลาด</u> 1. เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการตัดสินใจ 2. ช่วยมองเห็นทิศทางของการตลาด	ต่อการตัดสินใจวางแผนและจัดลำดับขั้นตอน ในการกำหนดยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อลด ความเสี่ยงในทางธุรกิจ

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
6	LS สำนักงานธุรกิจแห่งหนึ่ง Cut ภาพสมศรีเดินไปหาเพื่อน 2 คน ที่โต๊ะทำงาน	บทบรรยาย (เสียงผู้ชายพูด) สมศรีสาวนักเรียนนอกซึ่งมีความสนใจที่จะ ดำเนินธุรกิจทางวิทยุสื่อสาร จึงมาปรึกษา เพื่อน 2 คน
7	Three-Shot สมศรีทักทายเพื่อน 2 คน	สมศรี: สวัสดีค่ะ พรณราย, สายสมร
8	Two-Shot พรณรายและสายสมรทักทายตอบ	พรณราย: สวัสดีค่ะ สมศรี สายสมร: สวัสดีค่ะ สมศรี
9	MS สมศรี	สมศรี: ฉันมาพบผู้จัดการตามที่นัดหมาย ไว้นะจะ เขาอยู่ไหมเชอ
10	MS พรณราย	พรณราย: แหม! รุนไทนกัน นิดแล้วมีหรือ จะพลาด
11	MS สายสมร	สายสมร: เคียวฉันจะไปบอกท่านก่อน รอสักครู่เชอคุยกับพรณรายไปก่อน นะสมศรี
12	MS สมศรี	สมศรี: ชอบใจมากจ๊ะ (เพื่อน)

ลำดับภาพ

เสียง

- | | |
|---|--|
| <p>ณ ห้องทำงานผู้จัดการทางการตลาด</p> <p>13 ภาพ LS ดร.พรทิพย์บนโต๊ะทำงาน</p> <p>ตัดภาพ KS สมศรีกับพรรณรายเดินเข้ามาพบ ดร.พรทิพย์ พร้อมทั้งยกมือไหว้ทักทาย</p> | <p>สมศรี: สวัสดีค่ะท่านผู้จัดการ (ดร.พรทิพย์)</p> |
| <p>14 Three-Shot ดร.พรทิพย์รับไหว้</p> <p>คุณสมศรีและคุณพรรณราย</p> | <p>ดร.พรทิพย์: สวัสดีค่ะ คุณสมศรี เรื่องของคุณพรรณรายและคุณสาธิตสมัครได้เรียนให้ทราบแล้วค่ะ</p> |
| <p>15 Group-Shot</p> <p>ภาพสาธิตสมัครนำกาแฟมาเสิร์ฟทั้ง 3 ที่</p> | <p>ทั้งสามคนกล่าว: ขอบคุณ</p> |
| <p>16 MS ดร.พรทิพย์ ค่อย Pan ไป</p> <p>ทางขวาเป็นภาพ Two-Shot พรรณรายและหยุดที่สมศรี</p> | <p>ดร.พรทิพย์: เริ่มเลยนะคะ เพื่อให้ธุรกิจวิทยุสื่อสารที่คุณสมศรีสนใจและบรรลุความสำเร็จได้ คุณจะต้องเข้าใจถึงหลักวิชาการวิจัยตลาด</p> |
| <p>17 LS ในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง</p> <p>Pan ไปทางขวาเรื่อย ๆ หยุดที่สินค้ากำลังเป็นที่นิยมในท้องตลาด</p> | <p>การวิจัยตลาดเป็นการดำเนินงานในการรวบรวมบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้องการศึกษาพร้อมทั้งแปลความหมายของข้อมูลอย่างเป็นระบบที่ชัดเจนในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตลาด</p> |
| <p>18 LS กิจกรรมวิทยุสื่อสารแห่งหนึ่งแถวบ้านหม้อ</p> | <p>ในที่นี้คุณสมศรีสนใจธุรกิจที่เกี่ยวกับวิทยุสื่อสาร</p> |

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
19	Cut ภาพ LS ภายในร้านวิทยุสื่อสาร Pan จากซ้ายไปขวา สินค้าและอุปกรณ์ ประเภทวิทยุสื่อสารต่าง ๆ	เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจ ในด้านการวางแผนและจัดลำดับ ยุทธวิธีทางการตลาดจึงจำเป็นต้องอาศัย กระบวนการของการวิจัยตลาด
20	LS กลุ่มตึกสำนักงานธุรกิจแถว ถนนสีลม (ถ่ายจากตลาดฟ้าอาคาร 5)	ก่อนอื่นเพื่อให้มีความเข้าใจอย่างชัดเจน มากยิ่งขึ้น ดิฉันจะอธิบายให้ทราบว่าวงการ ธุรกิจทุกวันนี้ได้อาศัยวิธีการวิจัยตลาดใน ด้านต่าง ๆ ซึ่งแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 4 ประเภท คือ
21	LS ผลิตภัณฑ์ในร้าน Seven- Eleven แห่งหนึ่ง ชื่อนตัวอักษรคำว่า "1. การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ" และถ่ายภาพไปเรื่อย ๆ	1. การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการวิจัยหาข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ใหม่และบริการที่เสนอขาย โดยจะหาข้อมูล ในด้านขนาด แบบรูปร่าง สี กลิ่น การบรรจุ หีบห่อ ประโยชน์ใช้สอยและราคา รวมทั้ง การทดสอบผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อนำมาใช้ในการ ออกแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายเกิดการยอมรับ มีปฏิกิริยาที่ดีที่จะ นำไปสู่สู่ทางของการแข่งขันทางการตลาดที่ ประสบความสำเร็จในอนาคต
22	LS ร้านค้าต่าง ๆ ในถนน เจริญสีทอง 13 ลักษณะการถ่ายภาพในขณะกำลังวิ่ง	2. การวิจัยการขาย เป็นการวิจัยหาข้อมูลทางการขาย ทำเลที่ตั้ง ช่องทางการจัดจำหน่าย การวิเคราะห์ตลาด

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
23	จับภาพร้านค้าไปเรื่อย ๆ หลาย ๆ Shot ซ้อนตัวอักษรคำว่า "2. การวิจัยการขาย" Pan ภาพคนซื้อของในตลาดแห่งหนึ่ง มีลักษณะเป็นกลุ่มบุคคลจำนวนมาก ซ้อนตัวอักษรคำว่า "3. การวิจัยผู้บริโภค"	ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก โอกาสในการขายและ สภาพการณ์การแข่งขันในตลาด ทั้งนี้เพราะ ข้อมูลทางการขายเป็นข้อมูลที่สำคัญและจำเป็น เป็นอย่างยิ่งในการดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ ในด้านการตลาด 3. การวิจัยผู้บริโภค การวิจัยผู้บริโภคเป็นการวิจัยที่สำคัญที่สุด และมักจะทำก่อนวิจัยข้ออื่น ๆ เนื่องจาก ผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการด้วยตนเอง ดังนั้นผู้บริโภคจึงเปรียบเสมือนพระราชา (The Customer is the King.) ของการตลาด ผลิตภัณฑ์ชนิดใดผลิตไม่ตรง กับความต้องการของผู้บริโภคย่อมขายไม่ได้ และในที่สุดก็หายไปจากท้องตลาด
24	Group-Shot คนรับประทาน อาหารในร้านอาหารแห่งหนึ่ง มีลักษณะจำนวนมาก	การวิจัยผู้บริโภคได้แก่การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม ในการซื้อ มูลเหตุจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลักษณะของผู้บริโภค
25	LS ป้ายหรือสื่อโฆษณาจำนวนมาก แถวถนนเยาวราช ซ้อนตัวอักษรคำว่า "4. การวิจัยโฆษณา"	4. การวิจัยโฆษณา เป็นการวิจัยเนื้อหา แนวความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนสื่อโฆษณา เพื่อใช้ประกอบการวางแผน โฆษณา ทั้งนี้เพราะการโฆษณาแต่ละครั้งต้องใช้ งบประมาณจำนวนมาก หากผิดพลาดจะทำให้
26	ภาพนิ่ง CU โปสเตอร์โฆษณางาน 2 - 3 แผ่น	ค่าใช้จ่ายที่ลงทุนไปสู่สูญเสียไปโดยเปล่าประโยชน์

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
27	พิธีกรหญิง ณ สถานที่ธุรกิจแห่งหนึ่ง ที่มีสวนไม้ประดับประกอบ	พิธีกรหญิง: ภาพที่ท่านได้รับชมรับฟังที่ผ่านมา เป็นการสรุปประเภทงานของการวิจัยตลาด ในด้านต่าง ๆ 4 ประเภท ได้แก่
28	Quick Out มาเป็นภาพคอมพิวเตอร์ กราฟิค ที่ค่อย ๆ ขึ้นทีละบรรทัด คำว่า 1. การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ 2. การวิจัยการขาย 3. การวิจัยผู้บริโภค 4. การวิจัยโฆษณา	1. การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ 2. การวิจัยการขาย 3. การวิจัยผู้บริโภค 4. การวิจัยโฆษณา
29	ตัดภาพมาเป็นภาพ MS พิธีกรหญิง Zoom Out ภาพ LS One-Shot พิธีกรหญิง	สิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ล้วนเป็นประโยชน์ที่ช่วยให้ นักการตลาดมองหาข้อมูลมาช่วยในการประเมิน สถานการณ์ ช่วยการบริหารและการตัดสินใจได้ อย่างถูกต้องและแม่นยำ การวิจัยตลาดจึงนับว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการดำเนินงานการตลาด ในปัจจุบัน เพื่อสร้างสรรค์ความเจริญรุ่งเรืองให้ แก่กิจการได้

ตอนที่ 2

กระบวนการวิจัยตลาด

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
1	คอมพิวเตอร์กราฟิค ข้อความว่า ตอนที่ 2 กระบวนการวิจัยตลาด	---
2	ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า MS พิกิรหญิง	ในทุกรูปแบบงานวิจัยตลาดทั้ง 4 ประเภท ต้อง อาศัยกระบวนการที่เรียกว่า "กระบวนการวิจัยตลาด" (Marketing Applications) เรามาชมดูซิว่า ดร.พรทิพย์ จะอธิบายให้คุณสมศรี ทราบเกี่ยวกับกิจการวิจัยสื่อสารคมนาคมว่าอย่างไร? เชิญรับชมได้เลยค่ะ
3	ฉากเดิมในห้องผู้จัดการการตลาด Three-Shot ดร.พรทิพย์, คุณสมศรีและคุณพรพรรณราย Zoom In จับมาเป็นภาพ ดร.พรทิพย์	ดร.พรทิพย์: ทุกรูปแบบของการวิจัยตลาดจะต้อง อาศัยกระบวนการวิจัยตลาดซึ่งมีขั้นตอนเป็นวิธีการ ทางวิทยาศาสตร์
4	คอมพิวเตอร์กราฟิค ข้อความขึ้นมาทีละบรรทัด คำว่า กระบวนการวิจัยตลาด มี 7 ขั้นตอน 1. การกำหนดปัญหา 2. การศึกษาและกำหนดรูปแบบ/วิธีการ ที่จะหาข้อมูล 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล 4. การประมวลผลข้อมูล 5. การวิเคราะห์ข้อมูล 6. การนำเสนอรายงาน 7. การติดตามผล	กระบวนการวิจัยตลาดจะต้องประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1. การกำหนดปัญหา 2. การศึกษาและกำหนดรูปแบบหรือวิธีการที่จะหา ข้อมูล 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล 4. การประมวลผลข้อมูล 5. การวิเคราะห์ข้อมูล 6. การนำเสนอรายงาน 7. การติดตามผล

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
5	Two-Shot ดร.พรทิพย์ กับ คุณสมศรี	ดร.พรทิพย์: เพื่อให้คุณสมศรีเข้าใจในกระบวนการวิจัยตลาดในเรื่องกิจการวิทยุสื่อสารดีขึ้น ดิฉันจะพาคุณและเพื่อนๆ ไปชมกิจการที่น่ากระบวนการวิจัยตลาดมาใช้
6	ณ ร้านวิทยุสื่อสารแห่งหนึ่งแถวบ้านหม้อ ดร.พรทิพย์ เดินเข้าไปทักทายคุณอนันต์ ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ	ดร.พรทิพย์: สวัสดีค่ะ คุณอนันต์ วันนี้ดิฉันขออนุญาตพาน้อง ๆ มาเยี่ยมชมกิจการและรบกวนคุณช่วยอธิบายกระบวนการวิจัยเกี่ยวกับกิจการวิทยุสื่อสารให้น้อง ๆ ฟัง คุณอนันต์: ไม่เป็นไร อันดีเป็นอย่างยิ่ง
7	Group-Shot ในร้านวิทยุสื่อสารแห่งนั้น คุณอนันต์, ดร.พรทิพย์, คุณสมศรี คุณพรพรรณราย และคุณสายสมร	ดร.พรทิพย์: คุณสมศรี คุณสายสมร คุณพรพรรณราย ทักทายคุณอนันต์ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการนี้ ทั้ง 3 คนกล่าวทักทายพร้อมทั้งยกมือไหว้ "สวัสดีค่ะ" คุณอนันต์ยกมือรับไหว้พร้อมทั้งกล่าว "สวัสดีครับ"
8	Two-Shot ดร.พรทิพย์ กับ คุณอนันต์	ดร.พรทิพย์: ดิฉันขอเรียนถามว่ากระบวนการวิจัยตลาดในกิจการวิทยุสื่อสารมีขั้นตอนอย่างไร คุณอนันต์: ก่อนที่จะทำกิจการธุรกิจวิทยุสื่อสารนี้ ผมได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเหล่านี้มาเปิดกิจการ
9	LS หน้าร้านสยามซีเคียวริตี้แถวบ้านหม้อ	เสียงบรรยายของคุณอนันต์
10	Group-Shot คนมาใช้บริการในร้านแห่งนั้น	ไม่ว่าเราจะทำธุรกิจประเภทใดก็ตาม ก่อนทำธุรกิจหลังทำธุรกิจ หรือระหว่างที่ทำธุรกิจนั้น เราควร

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
		ใช้การวิจัยตลาดมาช่วยพิจารณาการดำเนินงานธุรกิจในอนาคตแต่เนิ่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางการตัดสินใจ ลดความเสี่ยงต่อความเสียหาย เราสามารถใช้กระบวนการวิจัยตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จให้แก่กิจการได้ เริ่มต้นจาก
11	MS มุมหนึ่งของร้านวิทยุสื่อสาร ชื่อนักวิชาการว่า "1. การกำหนดปัญหา"	ขั้นแรก คือ การกำหนดปัญหา เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อจะสรุปและจำกัดขอบเขตของปัญหา เป็นการกำหนดทิศทางขอบเขตของงานวิจัย
12	LS อุปกรณ์วิทยุสื่อสาร VHF ในร้าน PAN ไปเรื่อย ๆ	สำหรับธุรกิจวิทยุสื่อสารนี้เป็นธุรกิจประเภทเกี่ยวกับการซื้อ ขาย เครื่องวิทยุสื่อสารคมนาคม (VHF) เพื่อทราบจำนวนและแนวโน้มในการจัดเตรียม stock อุปกรณ์เกี่ยวกับการตั้งสถานที่บ้าน ในรถยนต์ และอุปกรณ์การเปิดแบนด์
13	CU วิทยุสื่อสารคมนาคม (VHF) ZOOM OUT ให้เห็นอุปกรณ์ประกอบ วิทยุสื่อสารคมนาคม (VHF)	ในเรื่องการกำหนดปัญหาในการวิจัย ผมจึงศึกษาในเรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อจำนวน ยี่ห้อ ประเภท สื่อโฆษณา ช่วงเวลา ความต้องการและการตัดสินใจที่จะซื้อจากร้านใดในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น
14	CU แบบสอบถาม ชื่อนักวิชาการว่า "2. การศึกษาและกำหนดรูปแบบ/วิธีการที่จะหาข้อมูล" เป็นการกำหนดแผนงานที่จะปฏิบัติเพื่อให้ได้ข้อมูลมาพิสูจน์ข้อสรุปสมมติฐานที่กำหนดไว้	ขั้นที่ 2 ผมก็ศึกษาหาวิธีการที่จะได้ข้อมูลและกำหนดรูปแบบวิธีการหาข้อมูล

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
15	MS Two-Shot คุณอนันต์กับคุณสมศรีสนทนากันในบ้าน มินิแลปแห่งนั้น	สมศรี: การหาข้อมูลเราจะมีวิธีการหาอย่างไร คะคุณอนันต์ อนันต์: ก่อนอื่นคุณสมศรีต้องเข้าใจว่า ข้อมูลมีที่มา 2 แหล่ง คือ
16	CU แบบสอบถาม	คือ 1. แหล่งปฐมภูมิ โดยข้อมูลแบบปฐมภูมิได้มาจาก แบบสอบถามที่จัดทำขึ้น แล้วให้นักวิทยุสมัครเล่นที่อยู่ใน กรุงเทพตอบ
17	LS การสัมภาษณ์พนักงานขายของ ร้านจำหน่ายเครื่องวิทยุสื่อสารคมนาคม	และอีกส่วนหนึ่งได้จากการสัมภาษณ์พนักงานขาย ของร้านจำหน่ายเครื่องวิทยุสื่อสารคมนาคม (VHF) ในกรุงเทพมหานคร
18	CU นิตยสาร แสมต่าง ๆ CQ, 100 วัตต์ และ ว. 5	สำหรับข้อมูลแบบที่ 2 คือ แบบทุติยภูมิ ได้มาจาก นิตยสาร แสมต่าง ๆ เช่น CQ, 100 วัตต์ และ ว. 5 เป็นต้น
19	CU เอกสารต่าง ๆ ที่ใช้ หนังสือรวมประกาศของกรมไปรษณีย์ โทรเลข, สมาคมนักวิทยุอาสาสมัคร	นอกจากนิตยสารดังกล่าวยังใช้เอกสารต่าง ๆ ดังนี้ รวมประกาศของกรมไปรษณีย์โทรเลข, ศูนย์สายลม ศูนย์ควบคุมข่ายกรุงเทพและสหกรณ์วิทยุ อาสาสมัคร
20	CU คุณอนันต์ SUPER IMPOSITION รูป ๗ ด้านขวา LS อุปกรณ์วิทยุสื่อสารภายในร้าน สยามซีเคียวริตี้	อนันต์: จากการค้นคว้าข้อมูลทำให้ทราบว่าร้าน จำหน่ายเครื่องวิทยุสื่อสารคมนาคม ที่ได้รับอนุญาต จากกรมไปรษณีย์โทรเลข มีทั่วประเทศรวม 112 แห่ง แบ่งเป็นเขตกรุงเทพ 32 แห่ง เขตภาคเหนือ 15 แห่ง เขตภาคอีสาน 7 แห่ง

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
		เขตภาคกลาง 27 แห่ง, เขตภาคตะวันออก 7 แห่งและเขตภาคใต้ 24 แห่ง
21	LS กลุ่มคนกำลังใช้วิทยุคมนาคม (VHF) หรืออุปกรณ์เครื่องโมบาย	สำหรับผู้ได้ใบอนุญาตจากกรมไปรษณีย์โทรเลข แล้วมีจำนวน 130,000 คน และมีผู้สมัครสอบเพิ่มไปอีกว่า 10,000 คน เห็นไหมว่า กิจกรรมวิทยุคมนาคมน่าสนใจเพียงใด?
22	MS คุณอนันต์พูด PAN ไปทางขวา ในขณะที่พนักงานได้เสิร์ฟน้ำดื่มแก่คุณอนันต์ ดร.พรทิพย์ คุณสมศรี คุณพรรณราย และคุณสายสมร	อนันต์: ผมอธิบายตั้งนานแล้ว เชิญทานน้ำก่อนนะครับทุกท่าน
23	ภาพหลังจากทุกคนดื่มน้ำเสร็จ ตัดภาพมาเป็นภาพ MS คุณพรรณรายทำหน้าที่ส่งสัย	พรรณราย: แล้วขั้นตอนที่สองของกระบวนการวิจัยตลาดนั้นคืออะไรกันแน่คะคุณอนันต์
24	MS คุณอนันต์	อนันต์: ขั้นที่สองนี้ก็คือการวางแผนในการวิจัย
25	MS คุณสมศรี	สมศรี: แล้วจะต้องวางแผนในขั้นตอนนี้อย่างไรบ้างคะ คุณอนันต์
26	MS คุณอนันต์	อนันต์: ก่อนอื่นจะต้องวางแผนสร้างแบบสอบถาม ผมสร้างแบบสอบถามที่มีลักษณะใช้พนักงานสัมภาษณ์นำข้อมูลไปทดสอบ (Pretest) ก่อนจะเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์แบบ (try-out) และปรับปรุงแก้ไขจนเป็นมาตรฐานดีแล้ว ผมก็ได้ให้ ดร.พรทิพย์ ช่วยตรวจทานให้ นะครับ

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
27	MS ดร.พรทิพย์	ดร.พรทิพย์: ช่วยไม่มากนักหรอก ทำได้อยู่แล้วละ
28	OVER SHOULDER SHOT คุณอนันต์กำลังเขียนและศึกษา แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	อนันต์: โดยในแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ มีจำนวน 23 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ
29	LS ลูกค้าที่มาซื้ออุปกรณ์วิทยุสื่อสาร จำนวนมาก	ตอนที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ และสถานภาพ จำนวน 3 ข้อ
30	LS ผู้คนเดินไปมาหน้าร้านวิทยุสื่อสาร แถวบ้านหม้อ	ตอนที่ 2 ศึกษาสิ่งแวดล้อมทางสังคม 4 ข้อ ได้แก่ ระยะเวลาในการเป็นนักวิทยุสมัครเล่น อาชีพ รายได้ และการศึกษา
31	CU แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ในครั้งนี้	ตอนที่ 3 ศึกษาถึงทัศนคติบางประการในการ เลือกซื้อเครื่องวิทยุสื่อสารคมนาคมและอุปกรณ์ 16 ข้อ รวมทั้งสิ้น 23 ข้อ
32	MS คุณอนันต์	อนันต์: จากนั้นผมก็มากำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่พบในร้านขายวิทยุคมนาคม จำนวน 60 คน โดยไม่คำนึงถึง อายุ เพศ รายได้ หรือการศึกษา แต่ประการใด
33	MS สายสมร	สายสมร: จากนั้นเราทำอย่างไรต่อคะ คุณอนันต์
34	GROUP SHOT คนกำลังแจกแบบสอบถาม ชื่อนี้ว่า	อนันต์: จากนั้นผมก็ใช้ขั้นตอนที่ 3 คือ การเก็บ รวบรวมข้อมูล

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
	3. การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการปฏิบัติงานภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการตามที่กำหนดไว้ ใช้การสำรวจ การสังเกต หรือการทดลองเพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการ	
35	LS คุณอนันต์ถือแบบสอบถามและกำลังพูดคุยกับลูกค้าในร้านวิทยุสื่อสาร	สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผมใช้วิธีไปพบกลุ่มตัวอย่างโดยตรง
36	LS คุณอนันต์แจกแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยกับลูกค้า	และใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงระยะเวลา 1 เดือนกับ 15 วัน เท่านั้น ในช่วง 1 มกราคม ถึง 15 กุมภาพันธ์
37	MS คุณอนันต์กำลังทำ ดู หรือ อ่านแบบสอบถามที่ได้จากการวิจัย ขึ้นตัวอักษรคำว่า ขั้นตอนที่ 4 วิธีการประมวลผลข้อมูล การนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจัดหมวดหมู่ ตรวจสอบความถูกต้อง บันทึกผลของข้อมูลให้เป็นระเบียบตามวิธีการสถิติ อาจปฏิบัติด้วยมือหรือด้วยเครื่องจักรเพื่อให้สามารถนำไปแสดงผลได้	ขั้นตอนต่อมา คือ ขั้นตอนที่ 4 ผมก็ใช้วิธีการประมวลผลข้อมูล
38	MS คุณอนันต์กำลังทำตารางแจกแจงความถี่	เนื่องจากแบบสอบถามมีน้อยเพียง 60 ชุด ผมก็ใช้วิธีประมวลผลด้วยมือโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่
39	CU คำราสถิติต่าง ๆ หลายเล่ม ขึ้นตัวอักษรคำว่า	ขั้นตอนที่ 5 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
40	5. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่ประมวลผลไว้แล้วปรากฏ ในรูปตารางต่าง ๆ มาศึกษาวิเคราะห์ด้วย วิธีการต่าง ๆ ทางสถิติหรือคณิตศาสตร์พื้นฐาน เพื่อจะได้แปลความหมายของข้อมูลให้เป็นผล ที่จะนำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ได้ CU แผนภูมิ ให้เห็นสถิติพื้นฐานที่ใช้ในงานวิจัย	สำหรับงานวิจัยของผมใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ กราฟแผนภูมิ เป็นต้น
41	CU สมุดงานวิจัยต่าง ๆ ข้อต้นตัวอักษรคำว่า 6. การนำเสนอรายงาน หลังจากที่วิเคราะห์ผลและแปลความหมาย สรุปผลข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยต้องรวบรวมเรียบ เรียงข้อมูลทั้งหมดในรูปลักษณะรายงานเพื่อ นำเสนอในรูปลายลักษณ์อักษรหรือปากเปล่า โดยให้ผู้อ่านรายงานรับรู้ได้ง่าย เข้าใจได้ ชัดเจนถูกต้องและมองเห็นคุณค่าของงานวิจัยนั้น	ขั้นตอนที่ 6 เป็นการนำเสนอรายงาน ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบรายงาน
42	LS นักศึกษาหรือประชาชนกำลัง ค้นคว้างานวิจัยจากห้องสมุดในมหา วิทยาลัย มศว. หรือ เกษตรศาสตร์	จะต้องเขียนให้ชัดเจน (clear) มีเหตุผลสนับสนุน เพียงพอ (forceful) ที่สามารถสื่อความ เข้าใจและให้ความหมายได้ถูกต้องสอดคล้องกับ แผนงานวิจัยที่ได้เสนอไว้
43	LS คนเดินทั่วไปจำนวนมาก แถวถนนสีลม ข้อต้นตัวอักษรคำว่า	สำหรับขั้นตอนสุดท้ายก็คือ ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผล

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
	"7. การติดตามผล" เป็นข้อผูกพันโดยตรงระหว่างผู้รับรายงานและผู้จัดทำวิจัยว่างานวิจัยของตนได้ให้ประโยชน์ต่อผู้รับรายงานตรงวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยการสอบถามหรือติดตามเพื่อทราบเหตุและหาทางแก้ไข	
44	LS ตึกต่าง ๆ ภายในกรุงเทพฯ	ส่วนใหญ่เป็นข้อตกลงผูกพันระหว่างผู้วิจัยและผู้จ้างทำวิจัย
45	Pan ตึกธุรกิจต่าง ๆ หยุดที่สะพานแขวนพระราม 9	ซึ่งการติดตามผลจะได้ประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย โดยผู้จ้างทำวิจัยได้นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ให้ความเห็นชอบแล้ว
46	Group-Shot คุณอนันต์, ดร.พรทิพย์, คุณสมศรี, คุณพรรณราย คุณสายสมร	ดร.พรทิพย์: ชอบคุณมากคุณอนันต์ที่อธิบายกระบวนการวิจัยตลาดได้อย่างละเอียดเลย คงจะเป็นประโยชน์ต่อคุณสมศรีมาก
47	MS คุณพรรณราย	พรรณราย: ดิฉันฟังแล้วทำให้ทราบถึงกระบวนการวิจัยตลาดได้อย่างถ่องแท้
48	MS คุณสายสมร	สายสมร: พวกเรามารับทวนคุณอนันต์ตั้งนานแล้วเห็นควรจะลาคุณอนันต์ได้แล้ว
49	MS คุณสมศรี	สมศรี: คะ ดิฉันต้องขอขอบพระคุณ คุณอนันต์เป็นอย่างมากที่ได้ให้ความกรุณาในครั้งนี้

ลำดับภาพ	ภาพ	เสียง
50	MS คนอนันต์ Zoom-Out เห็น Group-Shot อีกครั้งแล้ว ตัดภาพ	อนันต์: ไม่เป็นไรครับ โอกาสหน้ามีปัญหาที่ต้องการปรึกษา ก็เชิญเลยนะครับ
51	CU พิธีกรหญิง หน้าร้านสยามซีเคียวริตี้ แล้วค่อย ๆ ZOOM OUT	จากสาระของละครดังกล่าวมาแล้วนั้น ท่านผู้รับชม รับฟังคงจะเข้าใจกระบวนการวิจัยตลาดได้ดีเพื่อการเรียนการสอนและลดความเสี่ยงภัยทางธุรกิจ หวังว่าท่านผู้รับชม รับฟังคงได้รับประโยชน์จากเทปโทรทัศน์สารละครเรื่องนี้ สวัสดีค่ะ

ภาคผนวก ช

แบบประเมินชุดบทเรียนวิดีโอทัศน์

แบบประเมินชุดบทเรียนวีดิทัศน์
วิชา การวิยัศตลาด เรื่อง กระบวนการของการวิยัศตลาด
เวลาฉาย 50 นาที

ท่านเห็นว่าสื่อที่ท่านกำลังประเมินมีมาตรฐานการประเมินในช่วงใด ให้ท่านทำเครื่องหมาย (J)
 ลงในช่องที่ต้องการ

เรื่องที่ประเมิน	ผลการประเมิน				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	พอใช้	ปรับปรุง
1. ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแผนการสอน					
2. การเสนอเรื่องตามลำดับขั้นตอน					
3. ความชัดเจนของภาพ					
4. การจัดภาพ					
5. ความเหมาะสมกลมกลืนของเสียงดนตรี					
6. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย					
7. ความเหมาะสมในด้านขนาด ลักษณะตัวอักษร					
8. เวลาในการฉายเทปโทรทัศน์					
9. งานศิลปะในการถ่ายทำมีความเหมาะสม					
10. คุณภาพโดยทั่วไป					
11. ความพึงพอใจจากการเห็นผลของการกระทำ					
12. ความรู้ที่นักศึกษาคาดว่าจะได้รับ					

ข้อเสนอแนะ

.....

ลงชื่อ ผู้ประเมิน
 (.....)

ภาคผนวก ซ

แบบตารางตรวจสอบความสอดคล้องของข้อสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้รายบุคคล

แบบตารางตรวจสอบความสอดคล้องของข้อสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้รายบุคคล

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อสอบแต่ละข้อที่แนบมาสามารถวัดได้ตรงจุดประสงค์กับการเรียนรู้หรือไม่
 ให้กาเครื่องหมาย (J) ในช่อง +1 ถ้าวัดได้ตรงจุดประสงค์
 ให้กาเครื่องหมาย (J) ในช่อง 0 ถ้าไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้
 ให้กาเครื่องหมาย (J) ในช่อง -1 ถ้าวัดได้ไม่ตรงจุดประสงค์ พร้อมให้ข้อเสนอแนะ

จุดประสงค์การเรียนรู้	ข้อสอบ	วัดได้ตรงหรือไม่			ความคิดเห็นหรือ ข้อเสนอแนะ
		ข้อที่	+1	0	
1. บอกความหมายของการวิจัยตลาดได้	1				
2. บอกวัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาดได้	2				
3. บอกความสำคัญของการวิจัยตลาดได้	3				
	8				
4. บอกประโยชน์ของการวิจัยตลาดได้	5				
5. บอกชนิดของแหล่งข้อมูลได้	7				
	9				
	10				
	11				
6. บอกประเภทของการวิจัยตลาดได้	13				
	14				
7. บอกกระบวนการของการวิจัยตลาดได้	4				

จุดประสงค์การเรียนรู้	ข้อสอบ ข้อที่	วัดได้ตรงหรือไม่			ความคิดเห็นหรือ ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
8. วิเคราะห์กระบวนการ ของการวิจัยตลาดได้	6				
	15				
	16				
	17				
	18				
	19				
	20				
	21				
	22				
	23				
	24				
	25				
	26				
	27				
	28				
	29				
	30				
9. บอกเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยตลาดได้	12				

ลงชื่อ.....ผู้ตรวจสอบ
()

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ	นางพรทิพย์	ชื่อสกุล	วิกัยทวิงษ์
เกิดวันที่	17	เดือน	พฤศจิกายน พุทธศักราช 2498
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร		
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	509/49 - 50 ถนนจรัญสนิทวงศ์ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700		
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	อาจารย์ 2 ระดับ 6		
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี ถนนจรัญสนิทวงศ์ 13 เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600		
ประวัติการศึกษา			
พ.ศ. 2514	มัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอัสสัมชัญศึกษา เขตบางรัก กรุงเทพฯ		
พ.ศ. 2517	ปวช. 3 (แผนกเลขานุการ) วิทยาลัยพณิชยการพระนคร กรุงเทพฯ		
พ.ศ. 2521	ปวส. 2 (แผนกเลขานุการ) วิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพ กรุงเทพฯ		
พ.ศ. 2523	ปม. (แผนกเลขานุการ) วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี กรุงเทพฯ		
พ.ศ. 2526	กศ.บ (ธุรกิจศึกษา ทางการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) กรุงเทพฯ		
พ.ศ. 2540	กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) กรุงเทพฯ		