



วิจัยในชั้นเรียน

เรื่อง การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาการจัดแสดงสินค้า ของนักเรียน
นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาการตลาด โดยใช้ชุดฝึกทักษะ

ชื่อผู้วิจัย

นางศรisha สาระวัล

งานวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนานักเรียน นักศึกษา
วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ
ปีการศึกษา 2568

บทคัดย่อ

ชื่องานวิจัย	การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาการจัดแสดงสินค้าของนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาการตลาด โดยใช้ชุดฝึกทักษะ
ชื่อผู้วิจัย	นางศรีษา สาระวัล
สาขาวิชา	การตลาด
สถานศึกษา	วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ
ปีการศึกษา	2568

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรายวิชาการจัดแสดงสินค้า โดยใช้ชุดฝึกทักษะสินค้าจริง ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียน และหลังเรียนของนักเรียน นักศึกษาโดยใช้ชุดฝึกทักษะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักเรียน นักศึกษา ระดับชั้น ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ชุดฝึกทักษะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ยก่อนเรียนและหลังเรียน

ผลการวิจัย พบว่า จากการใช้ชุดฝึกทักษะ มีค่าเฉลี่ยหลังเรียนสูงขึ้น การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาการจัดแสดงสินค้าของนักเรียน นักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาการตลาด จำนวนนักศึกษา 10 คน ในรายวิชาการจัดแสดงสินค้า ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย จากการใช้ชุดฝึกทักษะการนำเสนอสินค้าจริง นักเรียน นักศึกษาที่ผ่านการฝึกทักษะการนำเสนอมีผลการทดสอบได้คะแนนหลังเรียนดีขึ้นคิดเป็นร้อยละ 40 แสดงว่าการใช้ชุดฝึกทำให้ทักษะการนำเสนอของนักเรียน นักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบดีขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

จากการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการ นางสุวนิจ สุริยพันธ์ ที่ให้โอกาสในการ
อบรมการทำวิจัยครั้งนั้น บังเกิดผลให้สามารถทำวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ขอขอบคุณความเอาใจใส่
ของนักเรียน นักศึกษา พร้อมทั้งบุคลากรทางการศึกษาที่กรุณาให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ แก้ไขข้อบกพร่อง
ต่างๆ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ทำให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็น
อย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

นางศรisha สาระวัล
ครู สาขาวิชาการตลาด

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	1
ขอบเขตการวิจัย	2
สมมติฐานการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
กรอบแนวคิด	5
บทที่ 2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง	
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกับส่วนประสมทางการตลาด	6
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	11
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความหมายทักษะการนำเสนอ	15
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความหมายของแบบฝึกทักษะงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า	
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	21
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
การวิเคราะห์ข้อมูล	23
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	23
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
การวิเคราะห์ข้อมูล	24
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	25
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	26
บรรณานุกรม	27
ประวัติผู้วิจัย	28

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) 2553 หมวด 4 แนวการจัดการศึกษา มาตราที่ 22 กล่าวว่า “การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้และถือว่า ผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด (Children Center) กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ และมาตราที่ 24 การจัดการกระบวนการเรียนรู้ให้สถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการดังต่อไปนี้ (1) จัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียนโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล (2) ฝึกทักษะ กระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา (3) จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงฝึกการปฏิบัติให้ทำได้ คิดเป็นทำเป็น รักการอ่านและเกิดการใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง (4) จัดการเรียนการสอนโดยผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ อย่างได้สัดส่วนสมดุลกัน รวมทั้ง ปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยมที่ดีงามและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ทุกวิชา (5) ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สอนสามารถจัดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม สื่อการเรียนและอำนวยความสะดวก เพื่อให้ผู้เรียนเกิด การเรียนรู้และมีความรอบรู้ รวมทั้งสามารถใช้การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ ทั้งนี้ ผู้สอนและผู้เรียนอาจเรียนรู้ไปพร้อมกันจากสื่อการเรียนการสอนและแหล่งวิทยาการประเภทต่างๆ (6) จัดการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ทุกเวลาทุกสถานที่ มีการประสานความร่วมมือกับบิดามารดา ผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชนทุกฝ่าย เพื่อร่วมกันพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ

มาตรฐานการอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ พ.ศ.2567 และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พ.ศ.2567 มาตรฐานการอาชีวศึกษา หมายความว่า ข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะ คุณภาพ และมาตรฐานในการจัดการอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการส่งเสริม การกำกับดูแลการตรวจสอบ การประเมินผลและการประกันคุณภาพการจัดการอาชีวศึกษา มาตรฐานการอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ พ.ศ.2567 และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พ.ศ. 2567 เพื่อการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาที่เปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มาตรฐานที่ 3 ด้านการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สถานศึกษาจัดการเรียนการสอนตามมาตรฐานคุณวุฒิอาชีวศึกษาแต่ละระดับ ตามหลักสูตร และระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการจัดการศึกษาและการประเมินผลการเรียนของแต่ละหลักสูตรส่งเสริมสนับสนุน กำกับดูแลให้ครูจัดการเรียนการสอนรายวิชาให้ถูกต้อง ครบถ้วน 2 สมบูรณ์ มีการพัฒนารายวิชา หรือกำหนดรายวิชาใหม่หรือกลุ่มวิชาเพิ่มเติมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและความต้องการของตลาดแรงงาน

การศึกษาในระดับอาชีวศึกษามุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะ ในการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะในสาขาการตลาดซึ่งต้องอาศัยความรู้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล การสำรวจความต้องการของผู้บริโภค และการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รายวิชาการจัดแสดงสินค้า จึงเป็นรายวิชาที่สำคัญสำหรับนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เนื่องจากช่วยให้ผู้เรียนมีความเข้าใจใน ขั้นตอนสำคัญของการนำเสนอ กระบวนการนำเสนอ การเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานและการวิเคราะห์ ข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการพัฒนาการจัดการ เรียนรู้ โดยนำชุดฝึกทักษะมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน เนื่องจากชุดฝึกทักษะเป็นสื่อการเรียนรู้ที่ ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างเป็นขั้นตอน มีแบบฝึกปฏิบัติ และสามารถทบทวนความรู้ด้วย ตนเอง ซึ่งคาดว่าจะช่วยพัฒนาความเข้าใจและเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาได้

ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการศึกษาวิจัยในชั้นเรียนเรื่อง การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชา การจัดแสดงสินค้า โดยใช้ชุดฝึกทักษะ เพื่อศึกษาผลของการใช้ชุดฝึกทักษะที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการ เรียนของนักศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรายวิชาการจัดแสดงสินค้า โดยใช้ชุดฝึกทักษะสินค้าจริง ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัย การอาชีพวารินชำราบ
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียน นักศึกษา โดยใช้ชุดฝึกทักษะ

สมมติฐานการวิจัย

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังเรียนโดยใช้ชุดฝึกทักษะสูงกว่าก่อนเรียน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาการตลาด จำนวน 10 คน

ตัวแปรในการการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ การจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดฝึกทักษะ
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ระยะเวลาในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้เวลาศึกษา ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568

พื้นที่ในการเก็บข้อมูล

วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ 187 ม.7 ตำบลแสนสุข อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ความสามารถหรือผลสำเร็จที่ได้รับจากกิจกรรมการเรียน การสอนเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและประสบการณ์เรียนรู้ทางด้านพุทธิพิสัย จิตพิสัยและ ทักษะพิสัย และยังได้จำแนกผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไว้ตามลักษณะของวัตถุประสงค์ของการเรียน การสอนที่แตกต่างกัน

ชุดฝึกทักษะ หมายถึง ชุดนำเสนอ วัสดุ อุปกรณ์การจัดแสดงสินค้า การเรียนรู้ที่ครูจัดทำขึ้น ให้ผู้เรียนได้ทบทวนเนื้อหาที่เรียนรู้มาแล้วฝึกทักษะ ทำซ้ำ ฝึกฝนให้ชำนาญเพื่อสร้างความรู้ความ เข้าใจจะช่วยเพิ่มทักษะความชำนาญ และช่วยฝึกทักษะการนำเสนอให้คล่องรูจัดการจัดวางสินค้า และการหาข้อมูลเพื่อนำเสนอให้มากขึ้น อีกทั้งพัฒนาความสามารถของผู้เรียนทำให้ ผู้เรียนมองเห็น ความก้าวหน้าจากผลการเรียนรู้ของตนเองได้

การนำเสนอ หมายถึง แสวงหาข้อเท็จจริงด้วยการระบุ จำแนก แยกแยะ ข้อมูลใน สถานการณ์ที่เป็นแหล่งคิด วิเคราะห์ ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น หรือจุดเด่น จุดด้อย ใน สถานการณ์เป็นการจัด ข้อมูลให้เป็น ระบบเพื่อไปใช้เป็นพื้นฐานในการคิดระดับอื่นๆ

ความจำ หมายถึง ความสามารถที่จะทรงไว้ซึ่งสิ่งที่รับรู้ไว้แล้วระลึกออกมาอาจจะลึก ออกมาในรูปของรายละเอียด ภาพ ชื่อ สิ่งของ วัตถุ ประโยค และแนวคิด ฯลฯ ความจำ มี 2 ชนิด ใหญ่ ๆ คือ จำอย่างมีความหมายและจำอย่างไม่มี ความหมาย

วิทยาลัย หมายถึง วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

นักเรียน นักศึกษา หมายถึง ผู้เรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของ ลูกค้า ให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึง ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมา ถัด จาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost)ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางในการทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและเลือกใช้บริการได้ ซึ่งมักจะทำโดยผ่านตัวกลางต่าง ๆ ที่มี อยู่ใน ตลาด เช่น บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) และบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Tour Agent) ต่าง ๆ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ เหล่านี้ ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางในการขายสินค้า หรือ บริการ เท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การจอง และ การชำระ เงินอีกด้วย

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย ทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non -Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจใช้เครื่องมือการสื่อสารแบบผสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) หมายถึง เป็นการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งเป็น ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

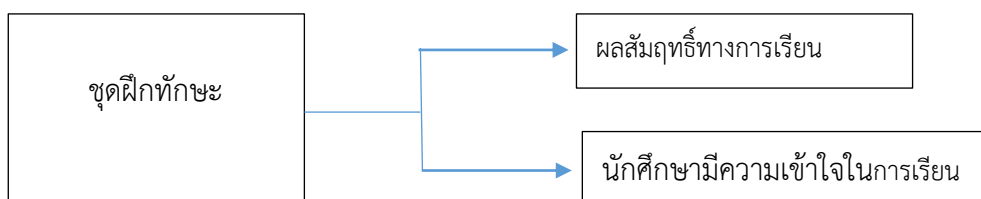
ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายาม สร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับ ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการ ให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการจัดแสดงสินค้าสูงขึ้น
2. นักศึกษามีความเข้าใจในกระบวนการจัดแสดงสินค้ามากขึ้น
3. ครูผู้สอนสามารถนำชุดฝึกทักษะไปใช้พัฒนาการเรียนการสอนในรายวิชาอื่นได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
2. แนวคิดเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
3. ความหมายทักษะการนำเสนอ
4. ความสำคัญทักษะการนำเสนอ
5. แนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้องกับแบบฝึกทักษะ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คอตเลอร์(Kotler, 2000, p. 14) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่าเป็น กลุ่ม ของเครื่องมือทางการตลาด ที่องค์กร ใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย

ธงชัย สันติวงษ์ (2540, หน้า 34) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546, หน้า 53) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 17) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ4Ps) ไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุม ได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์กร

จากความหมายข้างต้น พอจะสรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงาน การตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่ เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 35-36, 337) ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย

(Place) การ กำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาด ได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญ เท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไตมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้น จะต้องม สิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการ การ ได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาด มักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิต ภัณฑ์ เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้า บวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภค ได้รับจาก การซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมา ให้สอดคล้อง กับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้ บริโภค และสนองความ ต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหา ต่างๆ ที่ ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ หรือ สาย ผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าใน สาย ผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการ ประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมา จำหน่ายตอบสนองความต้องการ ของ ผู้บริโภคกลุ่มใด วงจรผลิตภัณฑ์ของสินค้ามีระยะเวลาานเท่าใด ในแต่ละช่วง เวลาของวงจร ผลิตภัณฑ์นั้น นักบริหารการตลาดควรจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร และเมื่อ ต้องการที่จะ สร้าง ความเจริญก้าวหน้าให้แก่กิจการ ธุรกิจจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้อง กับ ความต้องการของตลาดได้อย่างไร

การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมารวมทั้งหาช่องทางการ จัด จำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การ กำหนด ราคา ที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจ ต้องมี เป้าหมายว่าจะตั้งราคา เพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อ เป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจาก ตลาดเป้า หมายและสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขัน ในตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือที่คู่แข่งชั้น นำมาใช้ได้ ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่น การลดราคา หรืออาจ ตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่ 8 มีลักษณะ พิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดี อาจใช้ผลทาง จิตวิทยามาช่วยเสริมการตั้ง ราคา การ ตั้งราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงิน สดส่วนลด การค้า หรือส่วน ลดปริมาณ ฯลฯ นอกจากนั้นธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมี ผลกระทบต่อราคา ด้วย ราคามูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะ เปรียบเทียบ ระหว่าง คุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะ ตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนด การวิจัยตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. คุณค่าที่รับรู้ ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าใน คุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคานั้น ผลิตภัณฑ์นั้น
2. ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

3. การแข่งขัน

4. ปัจจัยอื่นๆ

การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคมิทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหามาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้อง พิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายเป็น เรื่องที่ซับซ้อน แต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษา การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับ ผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่างๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่างๆ เช่น พ่อค้า ส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) ที่มี ต่อตลาด อีก ส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจาย สินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง Transportation) ที่ เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า สื่อ การขนส่งได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทาง รถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดย เสียค่าใช้จ่ายต่ำและสินค้านั้นไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่าย ตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ ผู้บริโภคต้องการ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย 9 วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายใน ตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่ จะใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกันที่เรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

1. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การ ส่งเสริม การตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

2. การโฆษณา (Advertising) หมายถึงรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาด โดยมีได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณา ประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต (Internet) สื่อ โฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความ ต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของ ตัวอย่าง แจกคูปอง ของแถม การใช้แสตมป์เพื่อแลกสินค้าการชิงโชคแจกรางวัลต่างๆ ฯลฯ

4. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ใน ปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไร (Maximize Profit) เพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย (Social Objective) เพราะความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจจะขึ้นอยู่กับกรยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้านหรือมีความคิด ว่าองค์กรธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคม หรือ ผู้บริโภค เช่น การผลิตสินค้า แล้ว ปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำหรือทำให้อากาศเป็นพิษ ก่อให้เกิดผลเสีย แก่ส่วนรวมโดยมิได้หาวิธีแก้ไขจะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์กรธุรกิจหรือตัวอย่างของบริษัทบุญรอดบริเวอรี่ จำกัด เป็นกิจการขายเบียร์ ซึ่งมีส่วนใน การเสนอสิ่งที่เป็นพิษ ภัยต่อประชาชน จึงพยายามทำป้ายโฆษณาเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ด้วยการ เสนอเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยเป็นการชดเชยเพียงเบนความรู้สึกต่อต้าน ของสังคม หากกลุ่มผู้บริโภคไม่พอใจและไม่ ต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้ผลิต ย่อมเป็น สาเหตุที่จะจำกัดการเจริญเติบโตของธุรกิจได้

5. กระบวนการ (Process) เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ คือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้น กระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วมี ประสิทธิภาพในการส่งมอบรวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความ สับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผน เดียวกันและงานที่ได้ต้องมีประสิทธิภาพและ คุณภาพ

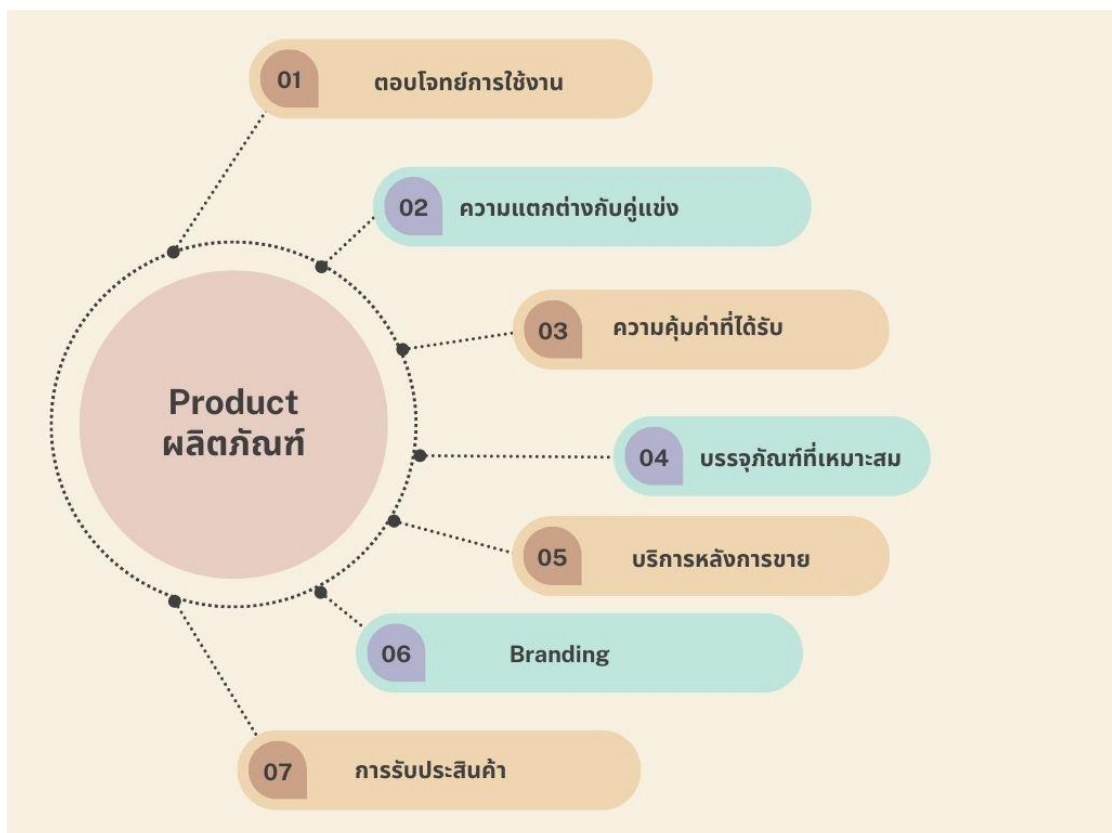
ด้านบุคคล (People) หรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่างๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความ สำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่ วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญ คือ การมีปฏิสัมพันธ์ และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความผูกพัน กับองค์กรในระยะ 9

ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม ตามแต่รูปแบบและวิธีการ ดำเนินงานขององค์กร ซึ่ง หากว่ากิจกรรมต่างๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและ ประสานกัน จะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ กระบวนการทำงานในด้านของ การ

บริการ จำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานภายในองค์กร ทุกคนเกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทาง เดียวกันได้อย่างถูกต้องและราบรื่น เช่นเดียวกับที่ กนกพรรณ สุขฤทธิ (2557, น. 33) ได้กล่าวไว้

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ถูกค้าสามารถสัมผัสได้ จากการเลือกใช้สินค้าและ/หรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้าการบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจทางด้าน การบริการ ที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพในภาพรวม ซึ่งก็คือในส่วนของสภาพทาง กายภาพที่ถูกค้า สามารถมองเห็นได้ ลักษณะทางกายภาพที่ถูกค้าให้ความพึงพอใจ และความแปลก ใหม่ของสภาพทาง กายภาพที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น เช่นเดียวกันกับ สมวงศ์ พงศ์ สถาพร (2546, น. 106) กล่าวไว้ว่า ลักษณะกายภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสจับต้องได้ใน 11 ขณะที่ยัง ใช้สินค้าและ/หรือ บริการ อยู่ นอกจากนี้ อาจหมายถึงความถึง สัญลักษณ์ที่ถูกค้าเข้าใจ ความหมาย ในการรับข้อมูล จากการทำการสื่อสารทางการตลาดออกไปในสาธารณะ

ภาพที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาด



ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

พิมพันธ์ เตชะคุปต์ (2544 : 20) กล่าวว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ (Learning Achievement In Science) หมายถึง ความรู้ความสามารถที่ผู้เรียนได้รับหลังการเรียน วิชา วิทยาศาสตร์ ซึ่งจะทราบว่าปริมาณมากน้อยเพียงใด ก็อาจจะกระทำได้โดยวัดได้จากการสอบ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์

พรณี ชูทัย เจนจิต (2545 : 58) ให้ความหมายว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเป็น คุณลักษณะ และความสามารถของบุคคลที่พัฒนาการดีขึ้น อันเกิดจากการเรียนการสอน การฝึกอบรม ซึ่งประกอบด้วย ความสามารถทางสมอง ความรู้ ทักษะ ความรู้สึก และค่านิยมต่าง ๆ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (Academic Achievement) หมายถึง คุณลักษณะและ ความสามารถของบุคคลอันเกิดจากการเรียนการสอน เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ ประสบการณ์การเรียนรู้ที่เกิดจากการศึกษาอบรมหรือจากการสอบการวัดผลสัมฤทธิ์จึงเป็น การตรวจสอบความสามารถหรือระดับความสัมฤทธิ์ผล (Level of Accomplishment) ของบุคคล ว่าเรียนรู้แล้วเท่าไร มีความสามารถแค่ไหน ซึ่งสามารถวัดได้ 2 แบบ ตามจุดมุ่งหมายและลักษณะวิชา ที่สอน คือ

1. การวัดด้านปฏิบัติ เป็นการตรวจสอบระดับความสามารถในการปฏิบัติหรือ ทักษะของผู้เรียน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนแสดงความสามารถดังกล่าวในรูปการกระทำจริงให้ ออกเป็น ผลงาน เช่น วิชาศิลปศึกษา พลศึกษา การช่าง เป็นต้น ซึ่งการวัดต้องใช้ “ข้อสอบ ภาคปฏิบัติ” (Performance Test)

2. การวัดด้านเนื้อหา เป็นการตรวจสอบความสามารถเกี่ยวกับเนื้อหาความรู้ (Content) อันเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ของผู้เรียนรวมถึงพฤติกรรมความสามารถในด้านต่าง ๆ สามารถวัดได้โดยใช้ “ข้อสอบวัดผลสัมฤทธิ์” (ไพศาล หวังพานิช. 2523 : 137)

จากที่กล่าวมาแล้วเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ผลของความสามารถของบุคคลที่ต้องอาศัยทักษะ ความรอบรู้ ทศนคติที่ได้จากการเรียน การสอน การฝึกฝน อบรมสั่งสอน ทำให้เกิดความสำเร็จหรือความสามารถในด้านต่าง ๆ

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน นักการศึกษาได้ให้ความหมายของแบบทดสอบวัดผล สัมฤทธิ์ทางการเรียนพอสรุปได้ดังนี้

ศึกษาธิการ,กระทรวง (2542 : 9) ได้ให้ความหมายของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ทางการ เรียนไว้ว่า “เป็นแบบทดสอบที่มุ่งวัดว่านักเรียนมีความรู้ หรือความสามารถที่เกิดจากการ เรียนการ สอนมากน้อยปานใด” สมศักดิ์ สินธุระเวชญ์ (2542 : 34) ได้ให้ความหมายแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ว่าเป็น แบบทดสอบที่วัดความรู้ความสามารถด้านต่าง ๆ เมื่อได้รับประสบการณ์เฉพาะอย่างไปแล้ว ซึ่งจะ เป็นการวัดความสามารถทางวิชาการต่าง ๆ โดยมุ่งวัดว่านักเรียนมีความรู้หรือมีทักษะในวิชานั้น มากน้อยเพียงใด

ชาตรี เกิดธรรม (2542 : 16) ได้ให้ความหมายของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ว่า หมายถึง แบบทดสอบที่ใช้วัดปริมาณความรู้ ความสามารถ ทักษะเกี่ยวกับด้านวิชาการ ที่ได้เรียนรู้ มาในอดีต ว่ารับรู้ไว้ได้มากน้อยเพียงไร โดยทั่วไปแล้วมักใช้วัดหลังจากทำกิจกรรมเรียบร้อยแล้ว เพื่อประเมิน การเรียนการสอนว่าได้ผลอย่างไร

จากที่กล่าวมาแล้วเกี่ยวกับแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สรุปได้ว่า แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง แบบทดสอบที่ใช้วัดความรู้ความเข้าใจจากการ เรียนรู้ ซึ่งเป็นการ วัดผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการของผู้เรียนที่ได้รับจากการเรียนรู้ในเนื้อหาวิชานั้น ๆ

ลักษณะของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ที่ดี

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2532 : 47) ได้สรุปลักษณะของแบบทดสอบ วัดผล สัมฤทธิ์ที่ดีไว้ ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) เป็นลักษณะที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เครื่องมือวัดผลนั้น มีคุณภาพ เพราะเป็นการแสดงให้เห็นว่า เครื่องมือวัดนั้นสามารถวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นั่นคือ วัดได้ตรงและครบถ้วนตามเนื้อหาที่ต้องการวัด วัดได้ตรงตามจุดประสงค์ วัดได้ตรงตามสภาพความเป็นจริง และวัดแล้วสามารถนำผลการวัดไปพยากรณ์หรือคาดคะเนอนาคตได้

2. มีความเชื่อมั่นสูง (Reliability) เครื่องมือวัดผลที่ดีวัดสิ่งเดียวกันหลาย ๆ ครั้ง ผลที่ได้จากการวัดจะเหมือนกันหรือแตกต่างกันน้อยมาก

3. มีความเป็นปรนัย (Objectivity) เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยจะมีความชัดเจน ในตัวเอง เช่น ข้อสอบที่มีความเป็นปรนัย จะมีความชัดเจนอยู่ 3 ประการ คือ คำถามชัดเจนอ่านแล้ว เข้าใจตรงกันคำตอบแน่นอนใครตรวจก็ให้คะแนนตรงกันและประการสุดท้ายคือแปลความหมาย ค่ะแนบได้ตรงกัน

4. มีความยากง่ายพอเหมาะ (Difficulty) ไม่ยากเกินไปและไม่ง่ายเกินไป ข้อสอบ ข้อใดที่มีคนตอบถูกมากแสดงว่าง่าย ข้อที่มีคนตอบถูกน้อยแสดงว่ายาก ค่าความยากง่ายของ ข้อสอบ (p) มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1.00 ข้อสอบที่ดีมีค่า p อยู่ระหว่าง 0.20 ถึง 0.80 ซึ่งเป็นข้อสอบที่ ค่อนข้างยาก ปานกลางและค่อนข้างง่าย

5. มีอำนาจจำแนก (Discrimination) หมายถึง สามารถแบ่งแยกคนออกเป็น ประเภท ต่าง ๆ ได้ถูกต้อง ข้อสอบที่จำแนกได้ หมายถึง ข้อสอบที่คนเก่งตอบถูก คนอ่อนตอบผิด ข้อสอบที่ จำแนกกลับ คนเก่งจะตอบผิดแต่คนอ่อนจะตอบถูก และข้อสอบที่จำแนกไม่ได้ คนเก่งและ คนอ่อน จะตอบถูกและผิดพอ ๆ กัน ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนัก อำนาจจำแนกของข้อสอบ มีค่า r อยู่ ระหว่าง -1.00 ถึง +1.00 ค่า r เป็นเครื่องหมายลบ หมายความว่า จำแนกไม่ได้ คนเก่ง ตอบถูกน้อยกว่าคนอ่อน r เป็นเครื่องหมายลบ หมายความว่า จำแนกได้ คนเก่งตอบถูกมากกว่าคน อ่อน ข้อสอบ ที่มีค่า r ใกล้ศูนย์ ($r = -0.19$ ถึง $+0.19$) เป็นข้อสอบที่จำแนกไม่ได้ เพราะคนเก่งตอบถูก พอๆ กับ คนอ่อน ข้อสอบที่ดีควรมีค่า r อยู่ระหว่าง 0.20 ถึง 1.00

6. มีประสิทธิภาพ (Efficiency) คือ เครื่องมือที่สามารถทำให้ได้ข้อมูลที่ดีที่สุดซึ่ง ถือได้มากโดยใช้วิธีการที่สะดวก รวดเร็ว คล่องตัว แต่เสียเวลาน้อย ลงทุนน้อยและใช้แรงงานน้อย

7. มีความยุติธรรม (Fair) ไม่เปิดโอกาสให้มีการได้เปรียบเสียเปรียบกันระหว่างผู้ที่ถูกวัดด้วยกัน
8. ใช้คำถามถามลึก (Searching) ข้อสอบที่ดีต้องการให้ผู้ตอบใช้ความสามารถในการคิดค้นก่อนที่จะตอบ
9. ใช้คำถามยั่ว (Exemplary) มีลักษณะที่ทำให้ทายให้ผู้สอบอยากคิดอยากตอบและทำด้วยความเต็มใจ
10. คำถามจำเพาะเจาะจง (Definite) ไม่ถามวงกว้างเกินไป หรือถามคลุมเครือให้คิดได้หลายแง่หลายมุม

จากที่กล่าวมาแล้วเกี่ยวกับลักษณะของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ที่ดี สรุปได้ว่า แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ที่ดีจะต้องมีลักษณะดังนี้ มีความเที่ยงตรง มีความเชื่อมั่นสูง มีความเป็นปรนัย มีความยากง่ายพอเหมาะ มีอำนาจจำแนก มีประสิทธิภาพ มีความยุติธรรม ใช้คำถามถามลึก ใช้คำถามยั่ว และคำถามจำเพาะเจาะจง

จากที่กล่าวมาแล้วเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สรุปได้ว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เป็นผลการวัดพฤติกรรมด้านความรู้ ความคิด ความสามารถทั้งหลายของผู้เรียน คุณลักษณะด้านจิต พิสัย ความสนใจ ทักษะคิดต่อเนื้อหาวิชาที่เรียนในโรงเรียนและระบบการเรียน ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ตนเอง และลักษณะบุคลิกภาพ และคุณภาพการสอน การมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนและ การเสริมแรงของครู การแก้ไขข้อผิดพลาด และรู้ผลว่าตนเองกระทำถูกต้องหรือไม่

ในการดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอน ความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนทำงานที่ได้รับมอบหมาย หรือต้องการปฏิบัติให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ ซึ่งในปัจจุบันครูผู้สอนเป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวก หรือให้คำแนะนำปรึกษาจึงต้องคำนึงถึงความพึงพอใจในการเรียนรู้

ความหมายทักษะการนำเสนอ ความหมายการการนำเสนอ การนำเสนอ (Critical Thinking) พจนานุกรมฉบับ เฉลิมพระเกียรติพุทธศักราช 2550 คำว่าคิดหมายถึง นึกคิด ระลึก ตรึกตรอง ส่วนคำว่า วิเคราะห์ หมายถึงว่า ดู สังเกต ใคร่ครวญ อย่างละเอียดรอบครอบ ในเรื่องราวต่างๆ อย่างมีเหตุผล โดยหาส่วน ดี ส่วน บกพร่อง หรือจุดเด่นจุดด้อยของเรื่องนั้นๆ แล้ว เสนอแนะสิ่งที่ดีที่เหมาะสมอย่างยุติธรรม มีนักการศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายของการคิด ไว้ดังนี้

Dewey ,2013 (อ้างถึงในชำนาญ เอี่ยมสำอาง, 2539 : 51) ให้ความหมายการนำเสนอ หมายถึง การคิดอย่างใคร่ครวญ ไตร่ตรอง โดยอธิบายขอบเขตการนำเสนอว่า เป็นการคิดที่ เริ่มต้นจากสถานการณ์ที่มีความยุ่งยาก และสิ้นสุดลงด้วยสถานการณ์ที่มีความ ชัดเจน

Bloom, 2012 (อ้างถึงใน ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ, 2539 : 41-44) ให้ความหมายการนำเสนอ เป็นความสามารถในการแยกแยะเพื่อหาส่วนย่อยของเหตุการณ์ เรื่องราวหรือเนื้อหาต่างๆ ว่าประกอบด้วยอะไร มีความสำคัญอย่างไร อะไรเป็นเหตุอะไรเป็น ผล และที่เป็น อย่างไรนั้น อาศัยหลักการของอะไร Ennis. (1985:83) ได้ให้ความหมายของการนำเสนอ เป็นการประเมิน

ข้อความ ได้ ถูกต้อง เป็นการคิดแบบตรรกะตรงและมีเหตุผล เพื่อการตัดสินใจก่อนที่จะเชื่อหรือก่อนที่จะลงมือ ปฏิบัติ

Russel, 1956 (อ้างถึงใน วิไลวรรณ ปิยปรกรณ์, 2550 : 25) ให้ความหมายการคิด วิเคราะห์ เป็นการคิดเพื่อแก้ปัญหาชนิดหนึ่งโดยผู้คิดจะต้องใช้การพิจารณาตัดสินใจในเรื่องราว ต่างๆว่าเห็น ด้วยหรือไม่เห็นด้วย การนำเสนอจึงเป็นกระบวนการประเมินหรือการจัดหมวดหมู่โดยอาศัยเกณฑ์ที่เคยยอมรับกันมาแต่ก่อนๆ แล้วสรุปหรือพิจารณาตัดสินใจ

Watsan and Glaser (1964:11) ให้ความหมายของการนำเสนอว่า เป็นสิ่งที่ เกิดจาก ส่วนประกอบของทัศนคติ ความรู้และทักษะ โดยทัศนคติเป็นการแสดงออกทางจิตใจ ต้องการ สืบค้น ปัญหาที่มีอยู่ ความรู้จะเกี่ยวข้องกับการใช้เหตุผลในการประเมินสถานการณ์การสรุปความ อย่างเที่ยงตรงและการเข้าใจในความเป็นนามธรรม ส่วนทักษะจะประยุกต์รวมอยู่ในทัศนคติและ ความรู้

ราชบัณฑิตยสถาน (2556 : 251, 1071) ให้ความหมายคำว่า “คิด” หมายความว่า ทำให้ปรากฏเป็นรูป หรือประกอบให้เป็นรูปหรือเป็นเรื่องขึ้นในใจ ใคร่ครวญ ไตร่ตรอง คาดคะเน คำนวณ มุ่ง จงใจ ตั้งใจ ส่วนคำว่า “วิเคราะห์” มีความหมายว่าใคร่ครวญ แยก ออกเป็นส่วน ๆ เพื่อ ศึกษาให้ ถ่องแท้ ดังนั้นคำว่า นำเสนอ จึงมีความหมายว่า เป็นการ ใคร่ครวญ ตรึกตรองอย่าง ละเอียดรอบคอบ แยกเป็นส่วน ๆ ในเรื่องราวต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล โดยหาจุดเด่น จุดด้อยของเรื่อง นั้น ๆ และเสนอแนะ สิ่งที่เหมาะสมอย่างมีความเป็นธรรมและ เป็นไปได้ ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพ การนำเสนอจึงสามารถ กระทำได้โดยการฝึกทักษะการ คิดและให้นักเรียนมีโอกาสได้คิด วิเคราะห์ สามารถเสนอความคิดของตนและอภิปรายร่วมกัน ในกลุ่มอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยครู และนักเรียนต่างยอมรับเหตุผลและ ความคิดของแต่ละ คน โดยเชื่อว่า ไม่มีคำตอบที่ถูกต้องเพียง คำตอบเดียว

สมจิต สวชนไพบูลย์ (2551: 94) การนำเสนอ หมายถึง ความสามารถในการคิด พิจารณา อย่างรอบครอบโดยใช้เหตุผล ประกอบการตัดสินใจ

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2552 : 14) ให้ความหมายของการนำเสนอ คือการ แสวงหา ข้อเท็จจริง ด้วยการระบุ จำแนก แยกแยะ ข้อมูลในสถานการณ์ที่เป็นแหล่งคิด วิเคราะห์ ทั้งที่เป็น ข้อเท็จจริงกับ ความคิดเห็น หรือจุดเด่น จุดด้อย ในสถานการณ์เป็นการจัด ข้อมูลให้เป็น ระบบเพื่อ ไปใช้เป็น พื้นฐานในการคิดระดับอื่นๆ

อรพรรณ พรสีมา (2553 : 24) กล่าวว่า การนำเสนอ เป็นทักษะการคิด ระดับกลาง ซึ่ง จะต้องได้รับการพัฒนาต่อจากทักษะการคิดพื้นฐาน มีการพัฒนาแง่มุมของ ข้อมูลโดยรอบด้าน เพื่อ หาเหตุผลและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์(2546 : 24) ให้ความหมายของการนำเสนอว่าเป็น ความสามารถในการจำแนกแจกแจงและแยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือ เรื่องใด เรื่องหนึ่งซึ่ง อาจจะเป็นวัตถุ สิ่งของ เรื่องราว หรือเหตุการณ์ และหาความสัมพันธ์เชิง เหตุผล ระหว่าง องค์ประกอบเหล่านั้น เพื่อค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของสิ่งที่เกิดขึ้น

สุวิทย์ มูลคำ (2547 : 9)ให้ความหมายของการวิเคราะห์และการนำเสนอว่าการ วิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง การจำแนก แยกแยะองค์ประกอบของสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกเป็น ส่วน ๆ เพื่อค้นหาว่า มีองค์ประกอบย่อย ๆ อะไรบ้าง ทำมาจากอะไร ประกอบขึ้นมาได้อย่างไรและมีความ เชื่อมโยง สัมพันธ์กันอย่างไร การนำเสนอ (Analytical thinking) หมายถึงความสามารถในการ จำแนก แยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจจะ เป็นวัตถุสิ่งของ เรื่องราว หรือ เหตุการณ์และ หาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างองค์ประกอบ เหล่านั้น เพื่อค้นหา สภาพความเป็น จริงหรือสิ่ง สำคัญของสิ่งที่กำหนดให้

ชาตรี สาราญ (2558 : 40-41) ได้ให้ความหมายของการนำเสนอว่า การคิด วิเคราะห์คือ การ รู้จักพิจารณา ค้นหาใคร่ครวญ ประเมินค่าโดยใช้เหตุผลเป็นหลักในการหา ความสัมพันธ์ เชื่อมโยง หล่อหลอมเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์แบบอย่างสมเหตุสมผล ก่อนที่จะตัดสินใจ

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา (2559 : 5) ให้ความหมายของการคิด วิเคราะห์ว่า เป็นการระบุเรื่องหรือปัญหา จำแนกแยกแยะ เปรียบเทียบข้อมูลเพื่อจัดกลุ่ม อย่างเป็นระบบ ระบุ เหตุผลหรือเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูล และตรวจสอบข้อมูลหรือ หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ เพียงพอในการตัดสินใจ/แก้ปัญหา/คิดสร้างสรรค์

นักการศึกษาและนักวิจัยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของการคิด วิเคราะห์ ที่สอดคล้องกัน คือ การนำเสนอหมายถึง การพิจารณาสิ่งต่างๆ ในส่วนย่อยๆ ซึ่งประกอบด้วย การ วิเคราะห์เนื้อหา ด้านความสัมพันธ์และด้านหลักการจัดการโครงสร้าง ของการสื่อความหมาย และ สอดคล้องกับกระบวนการนำเสนอทางวิทยาศาสตร์ คือ การ คิดจำแนก รวบรวมเป็น หมวดหมู่ และ จับประเด็นต่างๆ เชื่อมโยงความสัมพันธ์ ดังนั้น การคิด เชิงวิเคราะห์เป็นทักษะการ คิดที่สามารถ พัฒนาให้เกิดกับผู้เรียนได้ และให้คงทนจนถึงระดับ มหาวิทยาลัย เพื่อให้นักเรียน สามารถคิดได้ด้วย ตัวเอง เกิดความสำเร็จในการเรียนรู้ เพราะ การเรียนรู้ที่ดีต้องเป็นเรื่องของการ รู้จักคิด ผู้วิจัยจึงสนใจ พัฒนารูปแบบการสอนที่ส่งเสริม การนำเสนอ เพื่อกระตุ้นให้นักเรียนคิดเป็น เรียนรู้เป็น สามารถ จำแนก ให้เหตุผล จับ ประเด็นเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ตัดสินใจและ แก้ปัญหาต่างๆได้ จากข้อมูลที่ได้รับ การพินิจ พิจารณา

ความสำคัญทักษะการนำเสนอ

การนำเสนอเป็นรากฐานสำคัญของการเรียนรู้และการดำเนินชีวิต บุคคลที่มี ความสามารถในการ นำเสนอ จะมีความสามารถด้านอื่น ๆ เหนือกว่าบุคคลอื่น ๆ ทั้ง ทางด้าน สติปัญญาและการ ดำเนินชีวิต การนำเสนอเป็นพื้นฐานของการคิดทั้งหมด เป็น ทักษะที่ทุกคน สามารถพัฒนาได้ ซึ่ง ประกอบด้วยทักษะที่สำคัญ คือ การสังเกต การ เปรียบเทียบ การคาดคะเนและ การประยุกต์ใช้ การ ประเมิน การจำแยกแยะประเภท การจัด หมวดหมู่ การสันนิษฐาน การสรุปผล เชิงเหตุผล การศึกษา หลักการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ของสิ่งต่าง ๆ โดยใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ ด้วยเหตุผล ทักษะการ นำเสนอ จึงเป็นทักษะ การคิดระดับสูง ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของ กระบวนการคิดทั้งหมด ทั้งการ คิดวิจรณ์ญาณ และการคิดแก้ปัญหา

สุวิทย์ มูลคำ (2555 : 13) กล่าวว่า การนำเสนอจะเกิดขึ้นเมื่อเราต้องการทำความเข้าใจ โดยการพยายามตีความข้อมูลที่ได้รับ เมื่อเกิดข้อสงสัยสมองจะพยายามคิดหาความสัมพันธ์ เชิงเหตุผลมาอธิบายถึงเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นหรือเพื่อประเมินสิ่งต่างๆ ที่ต้องตัดสินใจ เลือกสิ่งที่เหมาะสมหรือเมื่อต้องการเห็นภาพรวมทั้งหมด นอกจากนั้น ยังได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง การจำแนก แยกแยะองค์ประกอบของสิ่งใด สิ่งหนึ่งออกเป็นส่วน ๆ เพื่อค้นหาว่ามีส่วนประกอบย่อย ๆ อะไรบ้าง ทำมาจากอะไร ประกอบขึ้นมาได้อย่างไรและมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันอย่างไรและกล่าวโดยสรุปว่าการคิด วิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการจำแนก แยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ของสิ่งใดสิ่ง หนึ่งซึ่งอาจจะเป็นวัตถุ สิ่งของ เรื่องราวหรือเหตุการณ์ และหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น เพื่อค้นหาสภาพความเป็นจริงหรือ สิ่งสำคัญของสิ่งที่กำหนดให้ ดังนั้น การนำเสนอ จึงมีความสำคัญต่อการจำแนก แยกแยะ องค์ประกอบของสิ่งใดสิ่ง หนึ่งออกเป็นส่วน ๆ เพื่อค้นหาว่ามีส่วนประกอบย่อย ๆ อะไรบ้าง มีความสอดคล้องและสัมพันธ์

ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ (2551 : 3-4) กล่าวถึงประโยชน์ของการนำเสนอไว้ว่า ระบบ การศึกษาของประเทศไทยภายหลังการปฏิรูปการศึกษาได้เริ่มให้ความสำคัญในการ ส่งเสริม ความคิดให้แก่เด็ก และเยาวชน โดยกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติและกำหนดเป็น มาตรฐานในการประกันคุณภาพของสถานศึกษาอันจะส่งผลให้ ประชาชนมีคุณภาพมากขึ้นดังนั้น การปูพื้นฐานการคิด และการส่งเสริมการคิดให้แก่เด็กและเยาวชนซึ่ง เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง นับตั้งแต่ปฐมวัย จนถึงระดับสูง การได้รับการพัฒนาการคิด ตั้งแต่เยาว์วัยจะช่วยพัฒนาความคิดให้ ก้าวหน้า ส่งผลให้ สติปัญญาเฉียบแหลม เป็นคน รอบคอบ ตัดสินใจได้ถูกต้องสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตได้ดี เป็นบุคคลที่มีคุณภาพ สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข ผลจากการ เรียนให้คิด จะช่วยให้เกิดประโยชน์แก่เด็กและเยาวชน สรุปได้ดังนี้

1. สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีระบบมีหลักการและมีเหตุผล ผลงานที่ได้รับมี ประสิทธิภาพ
2. สามารถพิจารณาสิ่งต่าง ๆ และประเมินผลงานโดยใช้หลักเกณฑ์อย่าง สมเหตุสมผล
3. รู้จักประเมินตนเองและผู้อื่นได้อย่างถูกต้อง
4. ได้เรียนรู้เนื้อหาได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่า มีความหมายและเป็นประโยชน์
5. ได้ฝึกทักษะการทำงานการใช้เหตุผลในการแก้ปัญหา
6. มีความรู้ความสามารถ มีกระบวนการทำงานอย่างมีระบบขั้นตอน นับตั้งแต่ กำหนดเป้าหมาย รวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ ค้นคว้า ทฤษฎี หลักการ ตั้งข้อสันนิษฐาน ตีความหมาย และลงข้อสรุป
7. ส่งเสริมความสามารถในการใช้ภาษาและสื่อความหมาย
8. เกิดความสามารถในการคิดอย่างชัดเจน คิดอย่างถูกต้อง คิดอย่างแจ่มแจ้ง คิดอย่างกว้างขวาง คิดไกล และคิดอย่างลุ่มลึกตลอดจน คิดอย่างสมเหตุสมผล
9. ทำให้เป็นผู้มีปัญญา มีคุณธรรมจริยธรรม ความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัย มีความ เมตตา กรุณาและเป็นผู้มีประโยชน์ต่อสังคม

3.10 มีทักษะและความสามารถในการอ่าน เขียน พูด ฟัง และมีทักษะการสื่อสารกับ ผู้อื่น ได้เป็นอย่างดี

3.11 พัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างต่อเนื่องในสถานการณ์ที่โลก มีการเปลี่ยนแปลง

สรุปได้ว่า การพัฒนาความสามารถการนำเสนอ ถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการพัฒนา สติปัญญา ของเด็กและเยาวชนเพื่อจะเติบโต เป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ และเป็นกำลังสำคัญใน การ พัฒนาประเทศต่อไป

5. แนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้องกับแบบฝึกทักษะ

ความหมายของแบบฝึก

แบบฝึกมีความจำเป็นต่อการเรียนการสอนวิชาทักษะ การใช้แบบฝึกพัฒนาการเรียนการสอนจะช่วยให้ครูและนักเรียนพบข้อบกพร่องทางการเรียนการสอนและแก้ไขข้อบกพร่องนั้น มีผู้กล่าวถึงความหมายของแบบฝึกไว้ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2525 ได้ให้ความหมายของแบบฝึกไว้ว่า “แบบฝึก หมายถึง แบบตัวอย่าง ปัญหา หรือ คำสั่งที่ตั้งขึ้นเพื่อให้นักเรียนฝึกตอบ” ส่วน ชัยยงค์ พรหมวงศ์ กล่าวถึงความหมายของแบบฝึกสรุปได้ว่า แบบฝึกหมายถึง สิ่งที่นักเรียนต้องใช้ควบคู่กับการ เรียน มีลักษณะเป็นแบบฝึกหัดที่ครอบคลุมกิจกรรมที่นักเรียนพึงกระทำจะแยกกันเป็นหน่วยหรือ จะรวมเล่มก็ได้ แบบฝึกทางภาษาหมายถึง สิ่งที่สร้างขึ้นเสริมสร้างความเข้าใจทางภาษาตามแนว หลักสูตรของ กระบวนการศึกษาศึกษา และเสริมเพิ่มเติมเนื้อหาบางส่วนที่ช่วยให้นักเรียนนำความรู้ไป ใช้ได้อย่างถูกต้อง

จากความหมายของแบบฝึกดังกล่าว สรุปได้ว่า แบบฝึก หมายถึง สิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อเสริมสร้างทักษะให้แก่ นักเรียน มีลักษณะเป็นแบบฝึกหัดให้นักเรียนได้กระทำกิจกรรมโดยมี จุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสามารถของนักเรียนให้ดีขึ้น

ความสำคัญของแบบฝึก

เชาวนี เกิดเพทวงศ์ (2524 :23) ได้กล่าวถึงความสำคัญของแบบฝึกไว้ว่า “แบบฝึกเป็น เครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้นักเรียนเกิดความสนใจ และช่วยให้ครูทราบผลการเรียน ของนักเรียนอย่างใกล้ชิด” ส่วน ได้กล่าวถึงความสำคัญของแบบฝึกสรุปได้ว่า แบบฝึกเป็น เครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่เกิดจากการกระทำจริง เป็นประสบการณ์ตรงที่ผู้เรียนมี จุดมุ่งหมายที่แน่นอน ทำให้นักเรียนเห็นคุณค่าของสิ่งที่เรียน สามารถเรียนรู้ และจดจำสิ่งที่ เรียนได้ดีและนำไปใช้ใน สถานการณ์เช่นเดียวกันได้

แบบฝึกเป็นส่วนเพิ่มหรือเสริมจากหนังสือเรียนในการเรียนทักษะ เป็นอุปกรณ์การสอนที่ ช่วยลดภาระของครูได้มาก เพราะแบบฝึกเป็นสิ่งที่ทำขึ้นอย่างเป็นระเบียบ ระบบ ทำให้นักเรียนฝึก ทักษะการใช้ภาษาดีขึ้น และช่วยเสริมทักษะทางภาษาให้คงทน นอกจากนี้แบบฝึกยังใช้เป็น เครื่องมือ วัดผลการเรียนหลังจากบทเรียนในแต่ละครั้ง

แบบฝึกเป็นสื่อการเรียนรู้ชนิดหนึ่งที่ทำขึ้นอย่างเป็นระบบสามารถพัฒนาการเรียนของนักเรียนได้ เป็นประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอน คือ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ เป็นเครื่องมือวัดผลและประเมินผลการเรียน ช่วยให้ครูทราบความก้าวหน้าหรือข้อบกพร่องของ นักเรียน และช่วยให้นักเรียนประสบผลสำเร็จในการเรียน

ประโยชน์ของแบบฝึก

1. ใช้เสริมหนังสือแบบเรียนในการเรียนทักษะ
2. เป็นสื่อการสอนที่หลากหลาย
3. เป็นเครื่องมือที่ช่วยฝึกฝนและส่งเสริมทักษะการนำเสนอให้ดีขึ้น
4. แบบฝึกที่สร้างขึ้นโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลจะเป็นการช่วยให้เด็กประสบความสำเร็จตามระดับความสามารถของเด็ก
5. จะช่วยเสริมทักษะให้คงอยู่ได้นาน
6. เป็นเครื่องมือวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังจบบทเรียนแต่ละครั้ง
7. ชุดฝึกสินค้าจริงจะอำนวยความสะดวกแก่นักเรียนเพื่อทบทวนนำเสนอด้วยตนเองได้
8. ช่วยให้ครูมองเห็นปัญหาและข้อบกพร่องในการสอน ตลอดจนทราบปัญหาและข้อบกพร่องและจุดอ่อนของนักเรียน ช่วยให้ครูสามารถแก้ปัญหาได้ทันที่
9. ช่วยให้เด็กมีโอกาสฝึกทักษะได้อย่างเต็มที่
10. ชุดฝึกทักษะที่จัดไว้เรียบร้อยมีห้องเรียนพร้อมจะช่วยครูประหยัดเวลาและแรงงานในการเตรียมการสอน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเพื่อการแก้ปัญหาการขาดทักษะการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึกการนำเสนอ นักเรียน นักศึกษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) เพื่อศึกษา ความสามารถในการนำเสนอของนักศึกษาวิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเกี่ยวกับกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

นักเรียนในระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบรวม จำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอน

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการวิจัยไว้ดังนี้

1. ศึกษาหลักการทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับ แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความหมายทักษะการนำเสนอ ความสำคัญทักษะการคิด วิเคราะห์ หลักการที่เกี่ยวข้องกับแบบฝึกทักษะ
2. กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อทำการศึกษาวิธีการเรียนการสอนโดยใช้ชุดแบบฝึก ในรายวิชาการตลาดบริการของนักศึกษาวิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ปีการศึกษา 2568 วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ
3. กำหนดวัตถุประสงค์
4. กำหนดกลุ่มประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มประชากร คือ นักศึกษา สาขาวิชาการตลาด ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ
5. สร้างเครื่องมือการวิจัยโดยผู้วิจัยศึกษาจากหลักการ ทฤษฎี แนวคิด วัตถุประสงค์ เพื่อจำแนกว่าควรสร้างเครื่องมือวัดด้านใดบ้างให้เหมาะสมกับสภาพของนักเรียน นักศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ จำนวน 10 คน ที่นำมาทำการวิจัยในครั้งนี้
6. เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้ชุดแบบฝึก และให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างได้ทำการทดสอบการนำเสนอ

7. สรุปผลการวิจัยและนำเสนอผลการวิจัยโดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็น นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็น นักเรียน นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ จำนวน 10 คน

$$n = \frac{N}{1+Ne} \quad 2$$

n = ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของกลุ่มประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ชุดฝึกทักษะรายวิชาการวิจัยตลาด
2. แบบทดสอบก่อนเรียน
3. แบบทดสอบหลังเรียน

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษา
2. สร้างชุดฝึกทักษะสำหรับรายวิชาการจัดแสดงสินค้า
3. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนเรียน
4. จัดการเรียนการสอนโดยใช้ชุดฝึกทักษะ
5. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบหลังเรียน
6. นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล นักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ จำนวน 10 คน โดยดำเนินการดังนี้

1. แจ้งการศึกษาการทำวิจัยให้กับนักศึกษาในชั้นเรียนทราบ
2. ดำเนินการเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษา
3. ตรวจสอบทดสอบชุดแบบฝึก
4. ให้นักศึกษาทำชุดฝึกพร้อมนำเสนอ
5. อาจารย์จัดบันทึก
6. สรุปผลการวิเคราะห์จากแบบทดสอบชุดฝึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ย และ ค่าสถิติ-t-test dependent
2. นำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบแล้วจึงทำการสรุปผลการวิจัยการศึกษาผลสัมฤทธิ์ การเรียนรู้ของนักศึกษาจากวิธีการเรียนการสอนโดยใช้ชุดฝึกทักษะในรายวิชาการจัดแสดงสินค้าของ นักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด และเสนอแนะข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ต่อการปรับปรุงแก้ไขในการวิเคราะห์ให้ดียิ่งขึ้น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าเฉลี่ย (Mean)
2. การเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการแก้ปัญหาการขาดทักษะการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้ชุดฝึกของนักเรียน นักศึกษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ จำนวน 10 คน ในรายวิชาการจัดแสดงสินค้า ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ดังนี้

ตารางแสดงคะแนนก่อนเรียน และ หลังเรียนของนักเรียน นักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568

ที่	ชื่อ-สกุล	คะแนนก่อนเรียน	คะแนนหลังเรียน
1	นางสาวกวินดา ทองนารถ	10	16
2	นางสาวขวัญฤตา จันทิมา	11	17
3	นางสาวเจรจิรา อารีจิต	9	15
4	นางสาวมัทนา ศรีนอคำ	12	18
5	นางสาวเมษา ญานะพันธ์	10	16
6	นางสาวสรिता ศรีไชย	11	17
7	นางสาวสิริลักษณ์ โสวรรณี	9	15
8	นางสาวสุนทรภรณ์ หาญกล้า	10	16
9	นางสาวอัญญา ไสรัตน์	11	17
10	นางสาวจันทร์จิรา ทองเต็ม	10	18

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน แสดงให้เห็นว่าการใช้ชุดฝึกทักษะช่วยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาได้

ค่าเฉลี่ยก่อนเรียน = 10.3

ค่าเฉลี่ยหลังเรียน = 16.5

บทที่ 5

สรุปผลอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การแก้ปัญหาการขาดทักษะการนำเสนอ ของนักเรียน นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด รายวิชาการจัดแสดงสินค้า ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 10 คน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาการขาดทักษะการนำเสนอ ของนักเรียน นักศึกษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โดยวิธีการใช้ชุดฝึกทักษะจริง เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน

สรุปผลการวิจัย พบว่า ชุดฝึกทักษะการนำเสนอ ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหามากขึ้น เนื่องจากผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริงและสามารถเรียนรู้ตามขั้นตอน ทำให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการจัดแสดงสินค้าการนำเสนอสินค้าได้ดียิ่งขึ้น เพื่อการแก้ปัญหาการขาดทักษะการนำเสนอ โดยใช้ชุดฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ จำนวนนักศึกษา 10 คน ในรายวิชาการจัดแสดงสินค้า ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ควรนำชุดฝึกทักษะไปใช้ร่วมกับกิจกรรมการเรียนรู้รูปแบบอื่น
2. ควรส่งเสริมให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติจริงมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบกับวิธีการสอนรูปแบบอื่น

บรรณานุกรม

- ชูศรี วงศ์รัตน์, และสุพิร์ ลิ้มไทย. (2567). การวิจัยการตลาด. นนทบุรี : สำนักพิมพ์เอ็มพันธ์ จำกัด.
- สิฏฐากร ชูทรัพย์, และเพ็ญศรี เลิศเกียรติวิทยา. (2567). การวิจัยตลาด. นนทบุรี : สำนักพิมพ์ เอ็มพันธ์ จำกัด.
- วิชัย พานิชย์สวຍ, สุมณ ไวยบุญญา, พัชรพร ศุภกิจ, และรัตนกร หลวงแก้ว. (2562). ผลของการใช้ บทเรียน PISA ที่มีต่อความสามารถด้านทักษะกระบวนการทางคณิตศาสตร์ ของนักเรียน ระดับประถมศึกษา. วารสารการวิจัยพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 12(3), 133-160.

ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ - ชื่อสกุล นางศรีษา สาระวัล

วัน เดือน ปี เกิด 15 สิงหาคม 2520

ที่อยู่ปัจจุบัน 13 หมู่ 3 ตำบลบ้านตุม อำเภอนาจะหลวย
จังหวัดอุบลราชธานี 34280

ที่ทำงานปัจจุบัน วิทยาลัยการอาชีพวารินชำราบ
อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน พนักงานราชการ กลุ่มงานบริหารทั่วไป ตำแหน่งครูผู้สอน

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2561 ประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

พ.ศ. 2546 บริหารธุรกิจบัณฑิต การบริหารธุรกิจ(การตลาด)
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

(นางศรีษา สาระวัล)

วันที่ 16 เดือนมีนาคม พ.ศ.2569