

# แผนการจัดการเรียนรู้

รหัส.....32022002.....วิชา.....การวิจัยตลาด.....  
หลักสูตร.....ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2546.....  
ประเภทวิชา.....บริหารธุรกิจ.....

จัดทำโดย

นางปรารธนา ดวงแก้ว

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวนครราชสีมา

## คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบมุ่งเน้นสมรรถนะ รายวิชาการวิทย์ตลาด จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีสมรรถนะในการจัดทำวิทย์ตลาดได้อย่างน้อยคนละ 1 เรื่องมุ่งให้ผู้เรียนพัฒนาบทบาทของตนเองในการเป็นผู้แสวงหาความรู้ สร้างองค์ความรู้ใหม่ และเปลี่ยนบทบาทจากผู้สอนมาเป็นผู้ให้ความรู้ ผู้ชี้แนะ และพร้อมกันนี้ก็ได้แทรกคุณธรรมจริยธรรมอันพึงประสงค์เพื่อให้ผู้เรียนเป็นนักวิทย์ตลาดที่มีประสิทธิภาพ

นางปรารณา ดวงแก้ว

ครู

# สารบัญ

## หน้า

ลักษณะรายวิชา	4
ตารางวิเคราะห์หลักสูตร	5
กำหนดการสอน	6
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 1	7 - 12
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 2	13 - 18
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 3	19 - 24
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 4	25 - 29
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 5	30 - 35
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 6	36 - 41
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 7	42 - 48
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 8	49 - 54
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 9	55 - 60
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 10	61 - 66
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 11	67 - 71

## ลักษณะรายวิชา

รหัสและชื่อวิชา.....3202-2002 การวิจัยตลาด.....

หน่วยกิต(ชั่วโมง).....3 (3).....เวลาเรียนต่อภาค.....54....ชั่วโมง

รายวิชาตามหลักสูตร	ปรับคำอธิบายรายวิชาเป็นสมรรถนะ	ชั่วโมง
<p><b>จุดประสงค์รายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความเข้าใจขั้นตอนในการปฏิบัติงานวิจัย</li> <li>2. มีทักษะจัดทำเครื่องมือการวิจัย การวางแผน การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลความหมายและการนำเสนอ</li> <li>3. ตระหนักถึงความสำคัญของงานวิจัยตลาดที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมของธุรกิจ</li> </ol> <p><b>มาตรฐานรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ออกแบบเครื่องมือ วางแผนการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล การแปลความหมาย</li> <li>2. การนำเสนอและติดตามผลการวิจัย</li> </ol> <p><b>คำอธิบายรายวิชา</b></p> <p>ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับความหมายของการวิจัยตลาด ประเภทของการวิจัยตลาด หลักการและขั้นตอนในกระบวนการวิจัย เครื่องมือทางการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย การวางแผนการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์การอ่านและแปลความหมายของข้อมูล การนำเสนอและการติดตามผลการวิจัยโดยเน้นการปฏิบัติงานจริง</p>	<p><b>สมรรถนะรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถปฏิบัติงานวิจัยตลาดตามขั้นตอนของกระบวนการวิจัย</li> <li>2. ทำการออกแบบเครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลทางการวิจัยตลาด</li> <li>3. สามารถจัดทำวิจัยตลาดได้อย่างเหมาะสม</li> </ol>	
	<b>รวม</b>	<b>54</b>

## ตารางวิเคราะห์หลักสูตร

รหัส.....3202-2002.....วิชา.....การวิจัยตลาด.....หน่วยกิต.....3.....

ชั้น.....ปวส.1.....สาขาวิชา.....การตลาด.....

ชื่อหน่วย พฤติกรรม	พุทธิพิสัย						ทักษะพิสัย	จิตพิสัย	รวม	ลำดับความสำคัญ	จำนวนคาบ
	ความรู้	ความเข้าใจ	นำไปใช้	วิเคราะห์	สังเคราะห์	ประเมินค่า					
1.ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยตลาด	8	10	4	6					28	6	3
2.ประเภทของการวิจัยตลาด	8	8	8	8					32	3	3
3.การวางแผนการวิจัย	8	8	8	6					30	4	3
4.หลักการและขั้นตอนของการวิจัยตลาด	8	8	8	6					30	4	3
5.ปัญหา สมมติฐานและตัวแปร	8	8	8	8					32	3	3
6.แบบสอบถาม	8	8	10	10					36	1	9
7.ลักษณะและการเก็บรวบรวมข้อมูล	8	8	10	10					36	1	9
8. การคัดเลือกตัวอย่าง	7	7	10	8					32	3	6
9. วิธีการสถิติเบื้องต้น	8	8	7	10					33	2	6
10. การประมวล การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย	8	8	8	8					32	3	6
11. การนำเสนอผลการวิจัยและติดตามผล	7	7	9	6					29	5	3
<b>รวม</b>	86	88	90	86					350		54
<b>ความสำคัญ</b>	3	2	1	3							

## กำหนดการสอน

หน่วยที่	ชื่อหน่วย / รายการสอน	สัปดาห์ที่	ชั่วโมงที่
1	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยตลาด	1	1-3
2	ประเภทของงานวิจัยตลาด	2	1-3
3	การวางแผนการวิจัย	3	1-3
4	หลักการและขั้นตอนของการวิจัยตลาด	4	1-3
5	ปัญหา สมมติฐานและตัวแปร	5	1-3
6	แบบสอบถาม	6-8	1-9
7	ลักษณะและการเก็บรวบรวมข้อมูล	9-11	1-9
8	การคัดเลือกตัวอย่าง	12-13	1-6
9	วิธีการสถิติเบื้องต้น	14-15	1-6
10	การประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย	16-17	1-6
11	การนำเสนอผลการวิจัยและติดตามผล	18	1-3

หน่วยที่.....1.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยตลาด

เรื่อง ความหมายของการวิจัยตลาด , ตำแหน่งความก้าวหน้าของงานวิจัยตลาด , ประเภทต่าง ๆ ของหน่วยงานวิจัย และ จรรยาบรรณของนักวิจัยตลาด

### 1. สาระสำคัญ

การวิจัยตลาด เป็นกิจกรรมที่สำคัญสำหรับธุรกิจในปัจจุบันที่มีสถานะการแข่งขันกันอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้จากธุรกิจได้มีการตั้งหน่วยงานวิจัยตลาดในองค์กรของตนเองกรณีที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ถ้าเป็นธุรกิจขนาดกลางไปหาเล็ก ก็จะทำภารกิจหน่วยงานวิจัยภายนอก ทำการวิจัยเพื่อนำผลที่ไปปรับใช้ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด ดังนั้น การวิจัยตลาดจึงเป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล การบันทึก การวิเคราะห์ และแปลความหมายของข้อมูล เป็นไปอย่างมีขั้นตอน

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกความหมายของการวิจัยตลาดได้
- 2.บอกถึงลำดับขั้นตำแหน่งในสายงานวิจัยตลาดได้
- 3.อธิบายหน่วยงานวิจัยประเภทต่างๆ ได้
- 4.สามารถยกตัวอย่างหน่วยงานวิจัยได้
- 5.บอกประโยชน์ของการวิจัยตลาดได้
- 6.บอกจรรยาบรรณของนักวิจัยได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ความหมายของการวิจัยตลาด

มีผู้ที่เชี่ยวชาญด้านการวิจัยตลาดได้ให้ความหมายในลักษณะต่าง ๆ ได้ดังนี้

อาจารย์วิระ บุญญารักษ์ การวิจัยตลาดหมายถึง การนำเอาวิธีการทางวิทยาศาสตร์ มาใช้ในการแก้ปัญหาทางการตลาด

อาจารย์ประยูร บุญประเสริฐ การวิจัยตลาด หมายถึง การนำเอาวิธีการทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการสังเกต ทดลอง บันทึกและสำรวจอย่างละเอียดถี่ถ้วนเพื่อให้ได้ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภคและสภาพความเป็นไปของตลาด

Philip Kotler การวิจัยตลาด หมายถึง การออกแบบ การเก็บรวบรวม การวิเคราะห์และการรายงานข้อมูลอย่างเป็นระบบโดยผลสรุปที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประเด็นเฉพาะสถานการณ์ทางการตลาดที่บริษัทกำลังเผชิญอยู่

จากความหมายข้างต้น ทำให้สรุปความหมายของการวิจัยตลาดได้ดังนี้

1. เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา ค้นคว้าด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์อย่างเป็นระบบ
2. เป็นการศึกษา สนใจในเรื่องที่เป็นประเด็นปัญหาในเรื่องการตลาด สินค้าหรือบริการ
3. ประกอบด้วยกระบวนการค้นคิด วิเคราะห์สังเคราะห์อย่างเป็นระบบ
4. มุ่งหวังที่จะล่วงรู้ความต้องการในจิตใจของผู้บริโภค หรือตลาดเป้าหมาย

#### ตำแหน่งอาชีพในสายวิจัยตลาด

ความก้าวหน้าในสายวิจัยตลาดมีดังนี้

1. รองประธานฝ่ายวิจัยการตลาด เป็นตำแหน่งสูงสุดในสายงานนี้ รับผิดชอบด้านการวิจัยตลาดทั้งหมด บางบริษัทอาจไม่มีตำแหน่งนี้
2. ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย เป็นตำแหน่งระดับสูงเช่นกัน รับผิดชอบกิจการด้านการพัฒนาและการบริหารโครงการวิจัยตลาดทั้งหมด
3. ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย เป็นผู้ช่วยบริหารของผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย และควบคุมงานบางอย่างด้านการวิจัย
4. ผู้จัดการโครงการ รับผิดชอบงานทั้งหมดที่เกี่ยวกับการออกแบบ การดำเนินการวิจัย
5. ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติและประมวลผล เป็นผู้ชำนาญการด้านทฤษฎี และการประยุกต์เทคนิคทางสถิติ
6. นักวิเคราะห์อาวุโส มีหน้าที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการและอำนาจการ
7. นักวิเคราะห์ ปฏิบัติงานในรายละเอียดต่าง ๆ ในโครงการออกแบบและนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนการใช้จ่ายจริง



8. นักวิเคราะห์ขั้นต้น รับผิดชอบงานประจำตามที่ได้รับมอบหมาย
9. ผู้อำนวยการงานสนาม รับผิดชอบเกี่ยวกับการคัดเลือกฝึกอบรม ควบคุมประเมินการปฏิบัติงานของพนักงานภาคสนาม

### ประเภทต่างๆของหน่วยงานวิจัย

1. สถาบันวิจัยต่างๆ ตามมหาวิทยาลัยต่างๆมักจะมีวิชาวิจัยเพื่อให้นักศึกษาได้เรียน นอกจากนี้ยังมีการตั้งหน่วยงานวิจัยขึ้นในขณะนั้น ๆ เช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นต้น และมักจะรับงานวิจัยจากภายนอกมาทำด้วย
2. บริษัทวิจัยธุรกิจอิสระ เป็นบริษัทที่รับทำวิจัยธุรกิจและวิจัยตลาดเป็นจำนวนมาก มีผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยประจำอยู่
3. หน่วยงานวิจัยที่มีได้มุ่งหวังกำไร ได้รับเงินอุดหนุนในการจัดทำวิจัยจากรัฐบาลหรือหน่วยงานการกุศลต่าง ๆ เช่น สภาวิจัยแห่งชาติ เป็นต้น
4. ที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญ ส่วนมากมักจะเป็นอาจารย์ด้านการตลาด การโฆษณาของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

### ประโยชน์ของการวิจัยตลาด

1. เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่ง ดังนั้น เพื่อลดความผิดพลาดในการจัดกิจกรรมทางการตลาด นักการตลาดจึงจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยตลาด
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการทำวิจัย มาประกอบการวางแผนผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ เช่นสายงานด้านการขาย สายงานกฎหมาย ฝ่ายลูกค้า เป็นต้น

### จรรยาบรรณของนักวิจัย

1. ต้องรู้จักรักษาความลับ
2. ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริตและตรงต่อเวลา
3. ต้องมีความรับผิดชอบ
4. ต้องมีความคิดริเริ่ม
5. ต้องไม่มีอคติ
6. ต้องมีความอดทน
7. ต้องกล้าตัดสินใจ

#### 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูแนะนำรายวิชา วัตถุประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา การวัดและการประเมินผล</p> <p>1.2 ครูสอบถามการวิจั้ง่ายกับผู้เรียน</p> <p>1.3 อบรม ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและ คุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ในการเรียน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับความรู้ทั่วไป ของการวิจั้งตลาด ความหมายของการวิจั้งตลาด ความก้าวหน้าของการวิจั้งตลาด จรรยาบรรณของนักวิจั้งตลาด</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักเรียนเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักเรียนบางคน</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 1</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 1</p>	<p>1.1 นักเรียนรับฟังคำแนะนำ เสนอแนะและ สอบถามเมื่อสงสัย</p> <p>1.2 นักเรียนตอบคำถามตามความรู้เดิม</p> <p>1.3 นักเรียนรับฟังการอบรมคุณธรรมจริยธรรม และร่วมแสดงความคิดเห็น</p> <p>2.1 นักเรียนฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจาก หนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจั้งตลาด</p> <p>3.1 นักเรียนร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละ หัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักเรียนซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักเรียนบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักเรียนทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 1</p> <p>4.3 นักเรียนทำทดสอบหน่วยที่ 1</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุดาดวง เรืองรุจิระ
3. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
4. ใบความรู้เกี่ยวกับบริษัทรับทำวิจัยตลาด
5. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 1
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 1
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปของการวิจัยตลาด จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ห้องสมุดวิทยบริการ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**9. บันทึกหลักการสอน**

**9.1 ข้อเสนอหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....2.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย ประเภทของการวิจัยตลาด

เรื่อง ประเภทของการวิจัยตลาด

### 1. สาระสำคัญ

การวิจัยตลาดได้ถูกแบ่งออกเป็นแบบต่าง ๆ เช่น การวิจัยผู้บริโภค การวิจัยตลาด การวิจัยการจัดจำหน่าย การวิจัยการขาย การวิจัยโฆษณา การวิจัยผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งการแบ่งประเภทของการวิจัยนั้น ทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในการแก้ปัญหาที่แตกต่างกันของแต่ละธุรกิจนั่นเอง

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกประเภทของการวิจัยตลาดได้
- 2.อธิบายลักษณะของวิจัยแต่ละประเภทได้
- 3.สามารถบอกขอบเขตการวิจัยการขายได้
- 4.สามารถอธิบายประเด็นของการวิจัยผู้บริโภคได้
- 5.สามารถบอกรูปแบบการทดสอบตลาดได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ประเภทของการวิจัยตลาด

โดยทั่วไปนักวิจัยตลาดจะทำการแบ่งประเภทของการวิจัยตลาดอย่างกว้าง ๆ ได้เป็น 6 แบบ

##### 1. การวิจัยผู้บริโภค

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยผู้บริโภคเป็นแบบที่สำคัญที่สุด และมีมาก่อนแบบอื่นใดทั้งหมด การศึกษาวิจัยผู้บริโภคแบ่งออกเป็น การศึกษาถึงบุคลิกลักษณะของบุคคลแต่ละชั้นประเภทอาชีพ รายได้ เพศ อายุและศึกษาถึงคุณลักษณะของบุคคลเหล่านี้ โดยเฉพาะ การวิจัยผู้บริโภคมักจะศึกษาเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1.1 ใครเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์
- 1.2 ทำไมผู้อุปโภคบริโภคจึงซื้อผลิตภัณฑ์
- 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ใช้
- 1.4 ผู้ซื้อไปใช้ทำอะไร
- 1.5 วิเคราะห์ถึงจำนวนในการใช้ผลิตภัณฑ์
- 1.6 อุปนิสัยของผู้บริโภค
- 1.7 สถานที่ซื้อสินค้า
- 1.8 ความจงรักภักดีในตรายี่ห้อ

##### 2. การวิจัยเกี่ยวกับตลาด

การศึกษาวิจัยด้านนี้มุ่งเน้นเฉพาะเรื่องราวที่เกี่ยวกับตลาดโดยตรง เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาด ขอบเขตของการวิจัยเกี่ยวกับตลาด มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภค
2. การวิเคราะห์ตลาดผู้ค้าส่ง
3. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากตลาด
4. การศึกษาขนาดของตลาด
5. การศึกษาแนวโน้มของตลาด
6. สภาพการแข่งขันในตลาด
7. การกำหนดลักษณะเฉพาะของตลาด
8. การคาดคะเนเกี่ยวกับธุรกิจทั่วไปและสภาวะทางเศรษฐกิจ

##### 3. การวิจัยการขาย

เป็นการวิจัยถึงหัวใจของหน่วยธุรกิจที่นำรายได้เข้าสู่กิจการ ขอบเขตของการวิจัยการขายมักจะวิจัยหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิจัยช่องทางการจำหน่าย
2. การวิจัยเกี่ยวกับการจัดองค์การฝ่ายขายและการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการขาย
3. การวิจัยเกี่ยวกับเขตการขาย
4. การวิเคราะห์วิธีการขายในปัจจุบัน
5. การวิจัยเกี่ยวกับพนักงานขาย
6. การวิเคราะห์การพยากรณ์การขาย

#### 4. การวิจัยผลิตภัณฑ์

เป็นการรวมการวิจัยบริการด้วย เป็นการวิจัยเพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อศึกษาว่าลูกค้ายอมรับในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มากน้อยเพียงใด ประเด็นในการวิจัยผลิตภัณฑ์มีดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
2. สภาพการแข่งขันระหว่างผลิตภัณฑ์ของบริษัทกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน
- 3.ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท
4. การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน
5. การวิจัยการบรรจุภัณฑ์

#### 5. การวิจัยการโฆษณา

เป็นการวิจัยที่ทำให้ทราบว่า การโฆษณาที่กำลังดำเนินการอยู่หรือกำลังจะโฆษณาบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทหรือไม่เพียงไร ขอบเขตของการวิจัยการโฆษณามีดังนี้

1. การทดสอบแนวความคิดการโฆษณา
2. การทดสอบงานสร้างสรรค์
3. การทดสอบบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้า
4. การวิจัยเกี่ยวกับสื่อโฆษณา

6. การวิจัยด้านอื่น ๆ เป็นการวิจัยนอกเหนือจากหัวข้อการวิจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว เช่น การวิจัยเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง การวิจัยสถานที่ตั้งของโรงงาน เป็นต้น

#### การทดสอบตลาด

การทดสอบตลาดเป็นการวิจัยการตลาดแบบหนึ่ง เพื่อทดสอบการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งทางการตลาดในอาณาเขตใดอาณาเขตหนึ่ง ช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยมีจุดประสงค์เพื่อการคาดคะเนการขาย การดำเนินการทางการตลาด การตั้งเป้าหมายกำไร ตลอดจนมีกิจกรรมอื่นที่มีความสัมพันธ์กัน โดยรูปแบบของการทดสอบตลาด เช่น การทดสอบแบบเปรียบเทียบความรู้สึก การทดสอบผลิตภัณฑ์ การทดสอบช่องทางการจำหน่าย การทดสอบกลยุทธ์การส่งเสริมขาย เป็นต้น

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูสอบถามถึงประเด็นที่ควรทำวิจัยในกิจกรรมการตลาด</p> <p>1.2 ครูยกตัวอย่างปัญหาที่ให้นักศึกษาคิดหาคำตอบจากการทำวิจัย</p> <p>1.3 อบรม ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ในการเรียน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับประเภทของการวิจัยตลาด และนำเสนอตัวอย่างที่เกี่ยวข้องตามประเภทของการวิจัยตลาด</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคน</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 2</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 2</p>	<p>1.1 นักศึกษาเสนอประเด็นต่างที่ควรทำวิจัยเกี่ยวกับกิจกรรมการตลาด</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับปัญหาที่ครูผู้สอนยกมาเป็นสื่อการสอน</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรมจริยธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 2</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 2</p>



## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุดาดวง เรืองรุจิระ
3. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
4. ใบความรู้ตัวอย่างงานวิจัยประเภทต่าง ๆ
5. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 2
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 2
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเภทของการวิจัยตลาด จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ห้องสมุดวิทยบริการ หนังสือเกี่ยวกับการวิจัยตลาดตามหอสมุดทั่วไป สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**9. บันทึกหลักการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....3.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย การวางแผนการวิจัย

เรื่อง ขั้นตอนการวางแผนการวิจัย , ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการวิจัย ,รูปแบบของการออกแบบการวิจัย

### 1. สาระสำคัญ

การวิจัยที่จะให้ได้ผลดี ควรจะต้องมีการกำหนดขั้นตอนของการวิจัยเป็นอย่างดีเพื่อให้ทราบว่า การทำวิจัยในครั้งนั้นครอบคลุมกิจกรรมทุกสิ่งทุกอย่างตามโครงการที่ได้วางไว้

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1.บอกขั้นตอนของการวางแผนวิจัยได้

2.สามารถสรุปปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการวิจัยได้

3.อธิบายรูปแบบของการออกแบบการวิจัยได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ความหมายของการวางแผนการวิจัย

การวางแผนการวิจัย หมายถึง การออกแบบการวิจัยให้ครอบคลุมกิจกรรมที่ได้วางไว้ใน กระบวนการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นมา ปัญหาสาเหตุ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย สมมติฐานของการวิจัย นิยามคำศัพท์ ทฤษฎีต่าง ๆ แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การทบทวนวรรณกรรม ขั้นตอนนี้เปรียบเสมือนแบบพิมพ์เขียวที่ใช้เป็นแบบแผนในการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป

#### ขั้นตอนการวางแผนการวิจัย

ขั้นตอนการวางแผนการวิจัย ประกอบด้วย 10 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่แน่นอนรัดกุม
2. กำหนดสมมติฐาน (ถ้ามี) ในการวิจัยบางครั้งนักวิจัยทำวิจัยในเรื่องที่ยังไม่เคยมีการวิจัยในหัวข้อเรื่องนั้น ๆ มาก่อนเลย หรือนักวิจัยยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น จึงอาจทำวิจัยโดยไม่กำหนดสมมติฐาน
3. กำหนดขอบเขตการวิจัย และข้อจำกัดของการวิจัย
4. กำหนดชนิดของข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูล
5. กำหนดวิธีการคัดเลือกตัวอย่างและวิธีการเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง
6. การจัดข้อมูลเข้าตาราง
7. การประมวลผลข้อมูล
8. เขียนรายงานการวิจัย
9. แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงานวิจัย
10. แสดงตารางการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนของการวิจัยรวมทั้งการกำหนดระยะเวลาของแต่ละขั้นตอนด้วย

#### ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการวิจัย

1. ความรู้ความสามารถของนักวิจัย
2. ลักษณะของเรื่องที่จะทำวิจัย ต้องไม่ยากเกินไป กว้างเกินไป
3. แหล่งข้อมูล
4. สถานที่ บริเวณเป้าหมายที่จะทำวิจัยต้องอยู่ในสภาพที่นักวิจัยจะเก็บข้อมูลได้
5. ระยะเวลา
6. งบประมาณ

### รูปแบบของการออกแบบวิจัย

รูปแบบของการวิจัยแม้จะไม่ใช้มาตรฐานเดียวกัน แต่ถ้าจำแนกจากรูปแบบการวิจัยตามวัตถุประสงค์พื้นฐานของการวิจัย ซึ่งมองในแง่ของการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ก็สามารถแบ่งได้เป็น 3 แบบ คือ

1. การวิจัยเชิงค้นคว้า หรือการวิจัยเชิงสำรวจ เป็นการวิจัยแบบง่าย ๆ เพื่อค้นหาแนวคิด ความรู้ความเข้าใจอย่างทะลุปรุโปร่ง และข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น
2. การวิจัยเชิงพรรณนา หรือการวิจัยเชิงบรรยาย เป็นการวิจัยที่มีความลึกซึ้งและกว้างกว่า การวิจัยเชิงค้นคว้า มุ่งศึกษาความถี่และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว การอธิบายลักษณะและปรากฏการณ์ทางการตลาดที่เกิดขึ้นและการทำนายแนวโน้ม
3. การวิจัยเชิงเหตุผล เป็นการวิจัยที่มีความละเอียดลึกซึ้งกว้างขวางกว่าการวิจัยเชิงพรรณนา มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่เป็นเหตุและเป็นผล ที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์ทางการตลาด รูปแบบของการวิจัยเชิงเหตุผลที่ใช้กันมากที่สุดคือ การทดลอง

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามถึงการวางแผนที่นักศึกษาใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ</p> <p>1.2 ครูซักถามถึงกรณีที่ไม่วางแผนและเกิดปัญหาในด้านใดบ้าง</p> <p>1.3 อบรม ส่งเสริมคุณธรรมในการอยู่ร่วมกันในสังคม</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับการวางแผนการทําวิจัยตลาด</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคนด้วยการให้ลำดับการขั้นตอนการวางแผนการวิจัย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 3</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 3</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับการวางแผนที่ใช้ในกิจกรรมประจำวัน</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามกรณีบางครั้งที่ไม่ได้วางแผนและเกิดปัญหาขึ้น</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรมจริยธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 3</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 3</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุดาดวง เรืองรุจิระ
3. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
4. ใบความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการวางแผนการวิจัย
5. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 3
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 3
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวางแผนการวิจัย จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษา

ต่าง ๆ

**9. บันทึกหลักการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



หน่วยที่.....4.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย หลักการและขั้นตอนของการวิจัย

เรื่อง หลักการและขั้นตอนของการวิจัย

### 1. สาระสำคัญ

ขั้นตอนของการวิจัย มักจะเริ่มจากการระบุปัญหา การค้นแนวทางการแก้ปัญหา การออกแบบการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความหมายของข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

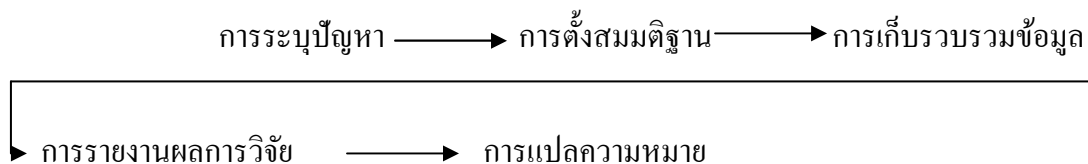
จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายขั้นตอนของการวิจัยได้
- 2.เขียนแผนภูมิขั้นตอนการวิจัยได้

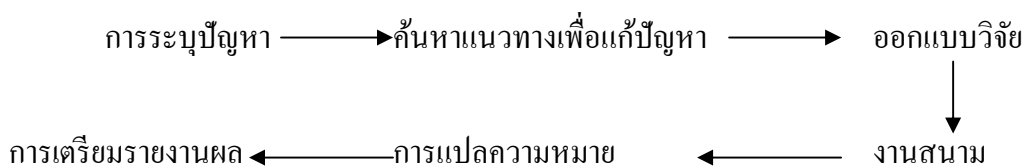
### 3. เนื้อหาสาระ

#### ลำดับขั้นตอนของการวิจัย

1. ลำดับขั้นตอนของการวิจัยตลาดตามแนวความคิดของ William m.pride and Ferrell ได้แบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้



2. ขั้นตอนการวิจัยตลาดตามแนวความคิดของ Naresh K. Malhotra ได้แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน



3. สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกาได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยตลาดได้ 7 ขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดปัญหาที่จะทำการวิจัยให้ชัดเจน
2. กำหนดรูปแบบการวิจัย
3. จัดทำแบบฟอร์มในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การคัดเลือกตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การจัดทำรายงานและเสนอผลการวิจัย
7. การติดตามผลการวิจัย

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามถึงขั้นตอนในการทำงานของนักศึกษา</p> <p>1.2 ครูยกตัวอย่างขั้นตอนในการทำงานอย่างง่าย</p> <p>1.3 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกัน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับขั้นตอนของการวิจัยตลาด</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคนเกี่ยวกับขั้นตอนของการวิจัยตลาด</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 4</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 4</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานของตนเอง</p> <p>1.2 นักศึกษาช่วยกันเสนอขั้นตอนในการทำงานอย่างง่าย</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 4</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 4</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุดาดวง เรืองรุจิระ
3. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
4. ใบความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการวางแผนการวิจัย
5. ใบมอบหมายงานการออกแบบขั้นตอนการวางแผนวิจัย

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 4
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 4
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับขั้นตอนการวิจัยตลาด จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลักการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....5.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย ปัญหา สมมติฐานและตัวแปร

เรื่อง ปัญหาของการวิจัย , ข้อควรพิจารณาในการเลือกปัญหา , สมมติฐาน  
และตัวแปร

### 1. สาระสำคัญ

จากขั้นตอนของการวิจัยตลาดมักจะเริ่มต้นที่ปัญหา ของการวิจัย เพราะถ้าผู้ทำวิจัยไม่ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงในการจัดทำวิจัย ย่อมจะส่งผลถึงข้อมูลที่จะได้รับทำให้ไม่สามารถนำผลที่ได้รับไปใช้ในการแก้ปัญหาได้

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายปัญหาของการวิจัยได้
- 2.สามารถแยกปัญหาทางการตลาดที่แท้จริงได้
- 3.บอกความหมายของสมมติฐานได้
- 4.อธิบายตัวแปรได้
- 5.สามารถยกตัวอย่างตัวแปรแบบต่าง ๆ ได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### การกำหนดหรือระบุปัญหาการวิจัย

เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดของการวิจัยตลาด ถ้าการระบุปัญหาได้กระทำอย่างถูกต้องชัดเจน และมีความแน่นอนก็จะมีส่วนทำให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์

ปัญหาของการวิจัย หมายถึง สิ่งที่นักวิจัยมีความอยากรู้อยากเห็นหรือสิ่งที่นักวิจัยต้องการศึกษาหาคำตอบหรือสิ่งที่นักวิจัยสงสัย โดยปกติแล้วปัญหาทางการตลาดที่เกิดขึ้นแต่ละครั้งจะมีปัญหาที่เกี่ยวข้องกันมากมาย ดังนั้น นักการตลาดต้องพยายามค้นหาว่าอะไรคือปัญหาที่แท้จริง และสาเหตุที่แท้จริงที่ทำให้เกิดปัญหาและปัญหานั้นอยู่ตรงไหน ขณะเดียวกันควรที่จะต้องกำหนดขอบเขตของปัญหาให้ถูกต้องเหมาะสมไม่กว้างไกลจนเกินไปหรือแคบจนเกินไป

**ปัญหาทางการตลาด** ที่เกิดขึ้นอาจสรุปเป็นลักษณะใหญ่ ๆ ได้ 2 ลักษณะ คือ

1. ปัญหาที่แสดงอาการชัดเจน หมายถึง ปัญหาที่แสดงอาการให้เห็นอย่างเด่นชัด
2. ปัญหาที่ไม่แสดงอาการชัดเจน เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในรูปแบบแฝง กล่าวคือ สาเหตุของปัญหาได้เกิดขึ้นนานแล้วก่อนที่จะแสดงอาการให้เห็นเด่นชัด

โดยในด้านการกำหนดขอบเขตของปัญหาให้เหมาะสม ไม่กว้างไกลเกินไป หลักเกณฑ์ในการกำหนดปัญหา ดังนี้

1. ปัญหาต้องชัดเจน ไม่คลุมเครือ และมีขอบเขตที่เหมาะสม
2. ปัญหาควรมีลักษณะเป็นคำถามที่มีความชัดเจนในตัว
3. กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างกันของปัญหา

จุดมุ่งหมายของการวิจัย หมายถึง วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของนักวิจัยที่ต้องการศึกษาในเรื่องนั้นมีอะไรบ้าง จุดมุ่งหมายจึงมีลักษณะคล้ายกับปัญหาของการวิจัยและอาจใช้แทนกันได้

#### การวิจัยเกิดจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทางทฤษฎี
2. ประสบการณ์ของนักวิจัย
3. ปรัชญาการณที่ที่เกิดขึ้น
4. อุดมการณ์ของนักวิจัย

#### ข้อควรพิจารณาในการกำหนดหัวข้อและปัญหาของการวิจัย

1. ไม่ควรทำวิจัยในเรื่องที่มีคนทำมาแล้ว

- 2.ขอบเขตของเรื่องต้องจำกัด แน่นอน ไม่กว้างเกินไป
- 3.ความสำคัญหรือประโยชน์ของหัวข้อเรื่องและปัญหาของการวิจัยต้องคุ้มค่ากับการทำการวิจัย
- 4.ควรเป็นเรื่องที่ผู้วิจัยสามารถทำได้สำเร็จ

#### ความหมายของสมมติฐาน

สมมติฐานหมายถึง ข้อคาดการณ์ที่นักวิจัยได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ว่าการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นควรจะใช้มาตรการใด

หรือ อาจหมายถึง ข้อเสนอที่เป็นข้อสมมติเกี่ยวกับคำตอบซึ่งคาดคะเนไว้ล่วงหน้าหรือเป็นการคาดคะเนคำตอบล่วงหน้าสำหรับปัญหาที่เกิดขึ้น อาจถูกหรือผิดก็ได้

แหล่งที่มาของสมมติฐาน

- 1.ได้จากประสบการณ์ของนักวิจัย
- 2.ได้จากสภาพแวดล้อมในสังคมนั้น
- 3.ได้จากความเชื่อหรืออุดมการณ์ของนักวิจัย
- 4.ได้จากแนวคิดในสาขาวิชานั้น ๆ

#### ตัวแปร

ในการตั้งสมมติฐานควรประกอบด้วยตัวแปรอย่างน้อย 2 ตัวขึ้นไปโดยตัวแปรแต่ละตัวที่ปรากฏในสมมติฐานต้องมีความสัมพันธ์กัน ตัวแปรอาจหมายถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคุณลักษณะเฉพาะในเรื่องที่เรากำลังศึกษา

ตัวแปรแบ่งได้เป็น 3 ประเภท

- 1.ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ หมายถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตาม เป็นตัวแปรที่มีอิสระในการกระทำ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ด้วยตัวของมันเอง
- 2.ตัวแปรตาม เป็นตัวแปรที่ไม่มีความเป็นอิสระในตัวของมันเอง ไม่สามารถเปลี่ยนเป็นอย่างอื่นได้ การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในตัวแปรตามนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรอิสระ
- 3.ตัวแปรแฝง เป็นตัวแปรที่แทรกขึ้นมา ซึ่งมีผลกระทบต่อตัวแปรตามเช่นกัน เป็นตัวแปรที่เกิดขึ้นจากลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค ภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น



## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูพูดถึงหัวข้อที่มักจะนำไปทำวิจัยทางการตลาด</p> <p>1.2 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการเป็นคนรับผิดชอบ</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับปัญหา สมมติฐาน และตัวแปร</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักเรียนเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนเสนอหัวข้อวิจัยทางการตลาด</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 5</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 5</p>	<p>1.1 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับหัวข้อการทำวิจัยที่ครูพูดถึง</p> <p>1.2 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p> <p>3.1 นักเรียนร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาเสนอหัวข้อวิจัยทางการตลาด</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 5</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 5</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุดาดวง เรืองรุจิระ
3. อินเทอร์เน็ต
4. ใบความรู้เกี่ยวกับหัวข้อการทำวิจัย
5. ใบมอบหมายงานการกำหนดหัวข้อการทำวิจัย

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 5
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 5
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

- นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวข้อการทำวิจัย จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

## 9. บันทึกหลักการสอน

### 9.1 ข้อสรุปหลังการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.2 ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.3 แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....6.....

จำนวน.....9.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย แบบสอบถาม

เรื่อง หลักในการออกแบบสอบถาม, ชนิดหรือรูปแบบของคำถาม , หนังสือขอความร่วมมือ

### 1. สาระสำคัญ

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการหาข้อมูลแบบปฐมภูมิ โดยผู้วิจัยอาจใช้แบบสอบถามได้กับการสัมภาษณ์โดยพนักงานสัมภาษณ์หรือส่งแบบสอบถามให้ผู้ถูกสอบถามด้วยตนเองแล้วส่งกลับคืนมารวมทั้งใช้กับการสังเกตการณ์ การใช้แบบสอบถามทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลต่าง ๆ ตามที่ต้องการได้รวดเร็วขึ้น เป็นรูปแบบเดียวกัน เปรียบเทียบข้อมูลได้เป็นอย่างดี

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกประเภทของแบบสอบถามได้
- 2.สามารถจัดทำแบบสอบถามเพื่อการวิจัยตลาดได้
- 3.อธิบายรูปแบบคำถามได้
- 4.สามารถเขียนจดหมายขอความร่วมมือได้

### 3. เนื้อหาสาระ

รูปแบบของแบบสอบถามที่นิยมใช้มี 5 ลักษณะใหญ่ๆ ดังนี้

1. ใช้พนักงานสัมภาษณ์ออกไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง
2. ใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์
3. ใช้แบบสอบถามทางไปรษณีย์
4. แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเอง
5. ใช้กับวิธีสังเกตการณ์

โดยในการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลนั้น มักจะเกิดปัญหาต่างๆที่พอสรุปได้ดังนี้

1. ความแตกต่างของบุคคลที่ไปสัมภาษณ์
2. คำถามที่พนักงานสัมภาษณ์ถามกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามอาจไม่เข้าใจคำถามดี

พอ

3. ผู้ตอบแบบสอบถามบางคนเข้าใจคำถามดี และอยากตอบคำถาม แต่ผู้ตอบลืมเรื่องสำคัญที่

จะตอบ

4. ผู้ตอบแบบสอบถามลังเลที่จะตอบคำถาม

#### หลักในการสร้างแบบสอบถาม

1. ความชัดเจน หลีกเลี่ยงคำถามที่คลุมเครือ การใช้คำหรือประโยคจะต้องมีความชัดเจน
2. ความง่าย คำถามแต่ละข้อควรครอบคลุมปัญหาเพียงประเด็นเดียวไม่ควรรวมคำถามตั้งแต่ 2 คำถาม หรือมากกว่าไว้ในคำถามเดียวกัน
3. ช่วยระลึกความทรงจำ
4. หลีกเลี่ยงการใช้คำถามที่ทำให้ผู้ตอบเกิดความงุนงงใจหรือลำบากใจ
5. คำถามควรมีลักษณะเดียวกับความนึกคิดของผู้ตอบ
6. หลีกเลี่ยงความเอนเอียง
7. สะดวกและง่ายแก่การตอบ
8. การพยายามเปิดเผยสิ่งจูงใจที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมาเป็นเรื่องที่ยาก แต่ก็มีวิธีการที่จะช่วยให้เราทราบสิ่งจูงใจในพฤติกรรมต่าง ๆ ด้วยคำถาม
9. หลีกเลี่ยงการใช้คำถามนำ จะเป็นการจูงใจให้ผู้ตอบเอนเอียงได้
10. ผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีความรู้ ประสบการณ์ในเนื้อหาที่จะทำวิจัยอย่างเพียงพอ
11. อย่างนี้ถือว่าผู้ตอบทราบเรื่องนั้นคืออยู่แล้ว

### ชนิดหรือรูปแบบของคำถาม

ชนิดหรือรูปแบบของคำถามที่ใช้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความลึกซึ้งของคำถาม หรือ ความรู้สึกของผู้ตอบ การจัดข้อมูลเข้าตาราง เป็นต้น สามารถสรุปชนิดหรือรูปแบบของคำถามชนิดต่างๆ ได้เป็น 3 แบบ ดังนี้

1.คำถามแบบปลายเปิดหรือแบบเปิด เป็นคำถามแบบตอบอย่างเสรี เป็นคำถามที่ไม่ได้จำกัดขอบเขตของคำตอบ ผู้ตอบสามารถตอบคำถามนั้น ๆ ตามความรู้สึกที่แท้จริงได้โดยเสรีและตามความต้องการที่แท้จริงของผู้ตอบได้เต็มที่ คำถามชนิดนี้มักเป็นคำถามที่ถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความเห็น แรงจูงใจของผู้ตอบ และใช้ได้ดีในกรณีที่ผู้วิจัยไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ มากพอ

2.คำถามแบบกำหนดแนวคำตอบ เป็นแบบให้ตอบเจาะจงซึ่งแคบกว่าแบบแรก การตั้งคำถามชนิดนี้จะใช้คำพูดที่เป็นแนวทางให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบอยู่ในแนวทางที่กำหนดให้

3.คำถามแบบปิด เป็นลักษณะของคำตอบที่นักวิจัยต้องการคำตอบตรงประเด็นที่ต้องการแง่แก่การตอบ ซึ่งอาจแบ่งย่อยได้หลายแบบเช่น

- 3.1 คำถามแบบให้เลือกคำตอบข้อดีที่สุดเพียงข้อเดียว
- 3.2 คำถามแบบให้เรียงลำดับความสำคัญ
- 3.3 คำถามแบบให้เลือกตอบระหว่าง 2 คำตอบ

### หนังสือขอความร่วมมือ

เป็นส่วนหนึ่งของแบบสอบถาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ หนังสือร้องขอความร่วมมืออาจพิมพ์เป็นใบปะหน้าแบบสอบถาม หรือพิมพ์ไว้ส่วนบนของแบบสอบถามได้

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามถึงการตั้งคำถามของนักศึกษาเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ</p> <p>1.2 ครูยกตัวอย่างการตั้งคำถามแบบง่าย ๆ ในการขอข้อมูลจากบุคคลอื่น</p> <p>1.3 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกัน</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับการตั้งคำถาม</p> <p>1.2 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับตัวอย่างคำถามที่ครูได้ยกตัวอย่าง</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม</p>
<p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับการออกแบบสอบถาม และให้มอบหมายให้นักศึกษาฝึกตั้งคำถามในระหว่างเรียนตามหัวข้อ</p>	<p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษาฝึกตั้งคำถามตามหัวข้อในการเรียน</p>
<p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p>	<p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p>
<p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนออกแบบสอบถามตามหัวข้อวิจัยของตนเอง</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 6</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 6</p>	<p>4.1 นักศึกษาออกแบบคำถามตามหัวข้อวิจัยของตนเอง</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 6</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 6</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุภาวราง เรื่องรุจิระ
3. อินเทอร์เน็ต
4. ใบความรู้เกี่ยวกับตัวอย่างการออกแบบสอบถาม
5. ใบมอบหมายงานการออกแบบสอบถามตามหัวข้อวิจัย

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 6
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 6
3. แบบประเมินผลการออกแบบสอบถาม

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวอย่างแบบสอบถาม จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต



**9. บันทึกหลักการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....7.....

จำนวน.....9.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย ลักษณะและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรื่อง ลักษณะของข้อมูล , การเก็บรวบรวมข้อมูล , การจัดเตรียมอุปกรณ์เก็บข้อมูล

### 1. สาระสำคัญ

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยตลาดจะมีข้อมูลด้วยกันอยู่ 2 ลักษณะคือ ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิมักจะทำการเก็บรวบรวมด้วยการสำรวจ สัมภาษณ์ สังเกตและทดลอง ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการคัดลอก

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายแหล่งที่มาของข้อมูลได้
- 2.บอกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิได้
- 3.บอกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิได้
- 4.สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิได้
5. ปฏิบัติงานได้ตามกำหนดเวลา

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ลักษณะข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

ข้อมูล หมายถึง หลักฐานที่ใช้อ้างอิงในการทำวิจัยซึ่งอาจเป็นเอกสาร หนังสือ ข่าว  
ข้อความ จำนวน ฯลฯ

ประเภทของข้อมูล หรือแหล่งที่มาของข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ หรือข้อมูลเบื้องต้น
2. ข้อมูลทุติยภูมิ หรือ ข้อมูลสำรอง

ข้อมูลปฐมภูมิ หมายถึง ข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมเป็นครั้งแรกด้วยตนเอง เช่น ข้อมูลที่ได้  
จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ เป็นต้น ในการวิจัยถ้าไม่มีข้อมูลหรือข้อมูลที่มีอยู่  
ไม่เพียงพอแก่การวิจัยตลาด หรือขาดข้อมูลบางส่วน จึงต้องมีการออกไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีก ซึ่ง  
ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมานี้ ถ้าเก็บด้วยตนเองหรือไม่ได้อาศัยข้อมูลที่มีผู้อื่นหาไว้แล้วเราเรียกว่า ข้อมูล  
ปฐมภูมิ

ข้อมูลทุติยภูมิ หมายถึง ข้อมูลที่มีผู้ทำการสำรวจวิจัยหรือเก็บรวบรวมมาแล้ว และข้อมูลนั้น  
ได้ถูกนำออกเผยแพร่สู่สาธารณชนด้วย เป็นข้อมูลที่นักวิจัยต้องศึกษาค้นคว้าอยู่ตลอดเวลา ต้องมั่นใจ  
ว่าตนเองมีข้อมูลเหล่านี้พร้อมอยู่ในมือหรือพร้อมที่จะศึกษาค้นคว้าอยู่ตลอดเวลา สิ่งที่จะระมัดระวัง  
เกี่ยวกับการนำข้อมูลทุติยภูมิมาใช้คือ ความน่าเชื่อถือ

#### การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ ประกอบด้วย

1.1 การเก็บข้อมูลโดยใช้พนักงานสัมภาษณ์ เป็นวิธีการเก็บข้อมูลที่นิยมใช้กัน  
มากและเป็นวิธีสำคัญวิธีหนึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านพฤติกรรมศาสตร์โดยการส่งพนักงาน  
สัมภาษณ์ออกไปเก็บข้อมูล เป็นการเก็บข้อมูลแบบเผชิญหน้า โดยอาศัยการสนทนาซักถาม ซึ่งต้อง  
ใช้พนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ต้องใช้เทคนิค เวลา และค่าใช้จ่ายสูง

วิธีการสัมภาษณ์ มี 3 แบบ คือ

1. การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม
2. การสัมภาษณ์โดยไม่ใช้แบบสอบถาม
3. การสัมภาษณ์ทางอ้อมแบบใช้แบบสอบถามหรือไม่ใช้แบบสอบถาม

ข้อดีของการเก็บข้อมูลโดยใช้พนักงานสัมภาษณ์

1. ช่วยแก้ปัญหาในการได้รับแบบสอบถามคืนน้อย
2. สามารถสังเกตพฤติกรรมต่างๆ ไปในตัวด้วย

3. สามารถอธิบายคำถามให้ผู้ตอบเข้าใจได้ดีกว่าแบบอื่น ๆ

4. เหมาะกับผู้ตอบที่มีการศึกษาต่ำหรืออ่านเขียนไม่ได้

ข้อเสียของการเก็บข้อมูลโดยการใช้พนักงานสัมภาษณ์

1. ค่าใช้จ่ายสูง สิ้นเปลืองเวลา แรงงานและต้องใช้ง่าลังคนมาก

2. หานบุคคลที่เหมาะสมเป็นผู้สัมภาษณ์ได้ยาก

3. ผู้สัมภาษณ์อาจแสดงความคิดเห็นของตนมากเกินไป

2. การเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์

เป็นการส่งแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบทางไปรษณีย์ และให้ผู้ตอบส่งกลับคืนมาทางไปรษณีย์เช่นกัน ไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานออกไปสัมภาษณ์

ข้อดีของการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์

1. เสียค่าใช้จ่ายถูก ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย และกำลังคน

2. ไม่ต้องเสียเวลา และงบประมาณในการอบรมเจ้าหน้าที่

3. หลีกเลี่ยงความเอียนเอียงหรืออคติที่อาจเกิดจากการสัมภาษณ์

ข้อเสียของการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์

1. อาจได้แบบสอบถามกลับคืนมาน้อย

2. หากเกิดความสงสัยคำถามในแบบสอบถาม ผู้ตอบไม่สามารถตอบได้

3. อาจเกิดจากการผิดพลาดจากการสุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บข้อมูลทางโทรศัพท์

ใช้ได้ผลกับบุคคลที่ถูกสัมภาษณ์ที่ไม่ค่อยมีเวลา หรือพบยาก

ข้อดีของการเก็บข้อมูลทางโทรศัพท์

1. สามารถเก็บข้อมูลได้ทันทีทันเหตุการณ์

2. รวดเร็วและประหยัด

3. ช่วยลดความคลาดเคลื่อนในเรื่องความจำของผู้ตอบ

ข้อเสียของการเก็บข้อมูลทางโทรศัพท์

1. ไม่สามารถแสดงรูปภาพ กราฟ แผนภูมิ ตัวเลขได้

2. ไม่สามารถสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภครได้

3. ต้องเลือกผู้ตอบที่มีโทรศัพท์เท่านั้น

2. การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์หมู่

เป็นการสัมภาษณ์โดยแบ่งเป็นกลุ่มย่อยๆ กลุ่มละไม่เกิน 10 คน โดยจะสัมภาษณ์ถามในเวลาเดียวกัน ด้วยคำถามเดียวกัน เป็นการสัมภาษณ์บุคคลหลาย ๆ คนในสถานที่เดียวกันและแต่ละคนต่างมีผลต่อการเก็บข้อมูล

ข้อดี คือสามารถเก็บข้อมูลติดต่อกันไปได้เลย รวดเร็ว ประหยัด

ข้อเสีย คือ ปัญหาบางอย่างอาจขาดไปหรือข้ามไป

### 3. การเก็บข้อมูล โดยการสังเกตการณ์

เป็นการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตเอาใจใส่มีการเตรียมเครื่องมือให้พนักงานสังเกตการณ์ได้ใช้ในการทำงานด้วย เช่น เครื่องบันทึกเสียง วิดีโอ ตารางบันทึกข้อมูล แบบฟอร์ม และเอกสารต่าง ๆ ซึ่งต้องเตรียมไว้อย่างพร้อมเพรียงสามารถใช้งานได้ทันที การเก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์สามารถนำมาใช้กับการวิจัยตลาดได้ในลักษณะต่าง ๆ เช่น

1. ใช้วิเคราะห์จำนวนลูกค้าที่เข้ามาชมสินค้าในร้านเฉย ๆ แต่ไม่ได้ซื้อ กับจำนวนผู้ที่เข้ามาชมแล้วซื้อด้วย

2. ใช้วิเคราะห์รูปแบบของการจราจรอาจมีผลต่อการขายการตลาด

3. ใช้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

วิธีการสังเกตการณ์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การสังเกตการณ์โดยการเข้าไปร่วมเป็นสมาชิก

2. การสังเกตการณ์โดยไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก

### 4. การเก็บข้อมูล โดยการทดลอง

เป็นการเก็บข้อมูลโดยการทดลอง ด้วยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเหตุการณ์เดียวกันกับที่ต้องการ เป็นการวิจัยเพื่อหาข้อมูลสำหรับปัญหาใดปัญหาหนึ่งโดยเฉพาะ โดยควบคุมปัจจัยอื่น ๆ ให้คงที่ การเก็บข้อมูลโดยการทดลอง ยังอาจใช้ในการวิจัยทดสอบอาณาเขตการขายได้

#### การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการหาข้อมูลจากหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง สถาบัน หรือองค์การใดองค์การหนึ่งที่ได้ทำการเก็บข้อมูลนั้น ๆ มาแล้ว แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เราอาจหาได้จากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1. จากบันทึกภายในของบริษัท

2. จากหน่วยงานราชการ

3. จากองค์การธุรกิจเอกชน

4. จากสมาคมการค้า

5. จากห้องสมุด

6. ค้นหาจากอินเทอร์เน็ต

#### การจัดเตรียมอุปกรณ์ในการจัดทำข้อมูล

อุปกรณ์ในการจัดทำข้อมูล หมายถึง แบบสอบถาม แผนภูมิภาพ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ ตารางและสิ่งของต่างๆ ที่นำมาใช้ในการจัดหาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ทราบทัศนคติ ความรู้สึก ความคิดเห็น รวมทั้งสิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ในจิตใจของผู้ตอบแบบสอบถามด้วย

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูยกตัวอย่างหัวข้อวิจัยอย่างง่ายและซักถามถึงวิธีการเก็บข้อมูลเพื่อสอบถามความเข้าใจเดิมก่อนการให้ความรู้</p> <p>1.2 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกัน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล</p> <p>2.2 ครูให้นักศึกษาทำการเก็บข้อมูลอย่างง่ายในพื้นที่ภายในสถานศึกษาระหว่างการเรียน</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนออกเก็บข้อมูลตามใบงานที่มอบหมาย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 7</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 7</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลตามความเข้าใจเดิมก่อนการเรียนรู้</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรมก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษาฝึกการเก็บข้อมูลแบบต่าง ๆ ในสถานศึกษาระหว่างการเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัยจากการฝึกเก็บข้อมูลระหว่างเรียน</p> <p>4.1 นักศึกษาเก็บข้อมูลตามใบงานที่มอบหมาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 7</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 7</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุภาควง เรืองรุจิระ
3. อินเทอร์เน็ต
4. ใบความรู้เกี่ยวกับแบบฟอร์มการเก็บข้อมูล
5. ใบมอบหมายงานการเก็บข้อมูล

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 7
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 7
3. แบบประเมินผลการเก็บแบบสอบถาม

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลักการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



หน่วยที่.....8.....

จำนวน.....6.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย การคัดเลือกตัวอย่าง

เรื่อง ประชากร , กลุ่มตัวอย่าง , ขั้นตอนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง , เทคนิคการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดของตัวอย่าง

### 1. สาระสำคัญ

การวิจัยที่มีการเก็บข้อมูลจากสมาชิก หรือจากทุกๆ หน่วยเรียกว่าเป็นการทำสำมะโน การทำวิจัยแบบนี้ต้องใช้เวลาานมากในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้งบประมาณมาก จึงจำเป็นที่จะต้องคัดเลือกตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มสมาชิกทั้งหมด ซึ่งการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างก็แบ่งได้ 2 แบบคือ เป็นไปตามหลักสถิติและไม่เป็นไปตามหลักสถิติ ขึ้นอยู่กับผู้จัดทำวิจัย

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความหมายของคำว่า ประชากร และกลุ่มตัวอย่างได้
- 2.อธิบายเหตุผลที่จำเป็นต้องมีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้
- 3.บอกขั้นตอนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้
- 4.สามารถอธิบายเทคนิคการคัดเลือกตัวอย่างได้
5. ปฏิบัติงานได้ตามกำหนดเวลา

### 3. เนื้อหาสาระ

ประชากร หมายถึง หน่วยที่จะศึกษาทั้งหมด หน่วยที่จะศึกษาจะมีจำนวนเท่าใดขึ้นอยู่กับเรื่องที่จะทำวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง บางส่วนของหน่วยที่จะศึกษา หรือบางส่วนของประชากรที่เราต้องศึกษา

**เหตุผลที่จำเป็นต้องมีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง**

1. การศึกษาวิจัยจากกลุ่มตัวอย่าง จะเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า และใช้เวลาน้อยกว่าขณะเดียวกันผลการวิจัยสามารถเชื่อถือได้

2. สามารถเก็บข้อมูลได้ลึกซึ้งกว่า

3. อาจให้ผลที่น่าเชื่อถือมากกว่า

**ขั้นตอนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง**

1. กำหนดกลุ่มประชากร

2. กำหนดกรอบการเลือกตัวอย่าง

3. เลือกวิธีการเลือกตัวอย่าง

4. กำหนดขนาดของตัวอย่าง

5. เลือกองค์ประกอบของตัวอย่าง

6. เก็บข้อมูลจากองค์ประกอบของตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกแล้วจากขั้นตอนที่ 5

**เทคนิคในการคัดเลือกตัวอย่าง**

1. การคัดเลือกตัวอย่างแบบที่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ

เป็นการคัดเลือกตัวอย่างที่เราสามารถกำหนดและทราบได้ว่า แต่ละหน่วยของประชากรมีโอกาสเท่าใด ที่จะได้รับเลือกมาเป็นตัวอย่าง หรือหมายถึง วิธีการเลือกตัวอย่างที่ประชากรทั้งหมดมีโอกาสถูกเลือกใช้เป็นตัวอย่างเท่าเทียมกันหมด เป็นการเลือกที่มีอิสระ แบ่งได้เป็น 4 แบบ คือ

1.1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยนำประชากรมารวมคละกันแล้วสุ่มหยิบตัวอย่างขึ้นมา โดยไม่พิจารณาถึงความแตกต่างทางด้านเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ฯลฯ จนกว่าจะได้ตัวอย่างครบตามต้องการหรือใช้ตารางเลขสุ่ม

1.2 การสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ เป็นการนำประชากรทั้งหมดมาแบ่งเป็นกลุ่มๆ ในจำนวนที่เท่า ๆ กัน จากนั้นจึงหยิบตัวอย่างจากประชากรแต่ละกลุ่มตามจำนวนที่กำหนดไว้ ขั้นตอนในการสุ่มมีดังนี้

1.2.1 กำหนดขนาดของตัวอย่าง ตามที่ต้องการสมมติเป็น  $n$

1.2.2 กำหนดจำนวนประชากรทั้งหมด สมมติเป็น  $N$

1.2.3 จำนวนช่วงของประชากรที่จะได้รับเลือกมาเป็นตัวอย่าง สมมติเป็น  $I$   
ดังนั้นสูตรในการหาช่วง  $I = N/n$

1.2.4 จัดเรียงลำดับแต่ละหน่วยของประชากร

1.2.5 สุ่มเลือกตัวอย่างหน่วยแรก

1.2.6 สุ่มเลือกตัวอย่างหน่วยต่อไป จนครบ  $N$  หน่วย

1.3 การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เป็นการสุ่มตัวอย่างที่แบ่งประชากรออกเป็นชั้นๆ ตามลักษณะของประชากร โดยให้ประชากรแต่ละชั้นหรือภายในชั้น เดียวกันมีลักษณะคล้ายคลึงกันมากที่สุด และให้ประชากรระหว่างชั้นมีลักษณะแตกต่างกันให้มากที่สุด จากนั้นจึงค่อยสุ่มเลือกตัวอย่างจากแต่ละชั้นจนกว่าจะได้จำนวนตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ในแต่ละชั้น

2. การเลือกตัวอย่างแบบที่ไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ

2.1 การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ เป็นการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มประชากรอย่างไม่มีระเบียบแบบแผนเก็บรวบรวมจนได้ตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนด

2.2 การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นการเลือกตัวอย่างจากกลุ่มประชากรที่เรามีความต้องการจะทำการศึกษาเฉพาะเจาะจง โดยผู้เชี่ยวชาญพิเศษในเรื่องนั้นๆ จะเป็นผู้ทำการเลือกตัวอย่างด้วยตนเอง

2.3 การเลือกตัวอย่างแบบโควตา เป็นวิธีการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดสัดส่วนตามองค์ประกอบของประชากร มี 4 ขั้นตอน

1. แบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย

2. เลือกกลุ่มที่จะศึกษาทุกกลุ่ม

3. กำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มย่อยให้เป็นสัดส่วนกับประชากร

4. ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

**การกำหนดขนาดของตัวอย่าง**

ผู้ทำการวิจัยต้องกำหนดให้แน่ชัดว่า จะใช้ตัวอย่างจำนวนเท่าใดหรืออาจเรียกว่าขนาดของตัวอย่างควรมีขนาดเท่าใด ถ้าขนาดของตัวอย่างมีขนาดใหญ่เพียงไร ผลที่ออกมาย่อมจะใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้นเท่านั้น ปัจจัยในการกำหนดขนาดของตัวอย่างว่าควรมีจำนวนเท่าใดควรมีขนาดเท่าใดนั้น มีดังนี้

1. ระดับความถูกต้องที่ต้องการเพื่อทำให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างถูกต้อง

2. ต้องคำนึงถึงเวลาและค่าใช้จ่ายในการเลือกตัวอย่าง

#### 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูยกตัวอย่างหัวข้อวิจัยอย่างง่ายและซักถามถึงวิธีการคัดเลือกตัวอย่างเพื่อสอบถามความเข้าใจเดิมก่อนการให้ความรู้</p> <p>1.2 อบรม คุณธรรมจริยธรรมในการประสานงานติดต่อกับบุคคลอื่น</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง และขนาดของตัวอย่าง</p> <p>2.2 ครูให้นักศึกษาทำการคำนวณการคัดเลือกตัวอย่างที่เป็นไปตามสถิติ และคำนวณหาขนาดตัวอย่าง</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนฝึกคำนวณในการคัดเลือกตัวอย่างและหาขนาดตัวอย่าง</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 8</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 8</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับการคัดเลือกตัวอย่างตามความเข้าใจเดิมก่อนการเรียนรู้</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรมก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษาฝึกปฏิบัติการคำนวณการคัดเลือกตัวอย่างและหาขนาดตัวอย่างในระหว่างการเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัยจากการฝึกเก็บข้อมูลระหว่างเรียน</p> <p>4.1 นักศึกษาเก็บข้อมูลตามใบงานที่มอบหมาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 8</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 8</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุภาวดี เรืองรุจิระ
3. การวิจัยตลาด ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิจิตรา ประเสริฐธรรม
4. ใบความรู้เกี่ยวกับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
5. ใบมอบหมายงานการคำนวณการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 8
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 8
3. แบบประเมินผลการคำนวณตามใบงานที่มอบหมาย

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับการคัดเลือกตัวอย่างจากบทที่ 3 ของงานวิจัย จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

## 9. บันทึกหลักการสอน

### 9.1 ข้อเสนอหลังการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.2 ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.3 แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....9.....

จำนวน.....6.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย วิธีการสถิติเบื้องต้น

เรื่อง การหาค่าอัตราส่วน , การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง, โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ (spss)

### 1. สาระสำคัญ

การทำให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น จึงจำเป็นอย่างยั้งที่ต้องนำวิธีการทางสถิติมาใช้ในการวิจัยตลาด ซึ่งมีตั้งแต่แบบง่ายๆ จนถึงขั้นยากและสลับซับซ้อนที่สุดแล้วแต่ข้อมูล เนื้อหาที่ทำวิจัย ความรู้ความเข้าใจของนักวิจัยในเรื่องสถิติของแต่ละคน สำหรับงานวิจัยที่ง่าย ๆ พื้น ๆ ไม่ยุ่งยากและผู้ที่ทำวิจัยมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องสถิติน้อยก็อาจใช้สถิติเบื้องต้นได้

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายวิธีการสถิติเบื้องต้นได้
- 2.อธิบายและยกตัวอย่างการหาค่าอัตราส่วนได้
- 3.อธิบายวิธีการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางเนื้อหาค่าเฉลี่ยได้
4. อธิบายและยกตัวอย่างฐานนิยมได้
5. ปฏิบัติงานได้ตามกำหนดเวลา

### 3. เนื้อหาสาระ

**วิธีการสถิติเบื้องต้น** ประกอบด้วย

1. การหาค่าอัตราส่วนหรือเปอร์เซ็นต์
2. การหาค่าความเป็นกลางของข้อมูล
3. การหาค่าการกระจายของข้อมูล
4. การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันของข้อมูล

**การหาค่าอัตราส่วนหรือเปอร์เซ็นต์**

เป็นการแปลงค่าความถี่ของแต่ละข้อมูลให้อยู่ในรูปอัตราส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ของข้อมูลทั้งหมด

**การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง**

เพื่อหาค่าเฉลี่ยซึ่งเป็นตัวเลขจำนวนเดียวแทนคะแนนทั้งหมดในข้อมูล ที่นิยมใช้กันมากมี 3 วิธี คือ

1. มัชฌิมเลขคณิต กรณีที่ข้อมูลไม่ได้จัดเรียงเป็นหมวดหมู่และจำนวนข้อมูลมีไม่มาก เราสามารถหามัชฌิมเลขคณิตได้โดยเอาข้อมูลทุกตัวมารวมกันแล้วหารด้วยจำนวนข้อมูล แต่ถ้าเป็นข้อมูลที่ได้จัดเรียงไว้แล้ว โดยอยู่ในตารางแจกแจงความถี่ ควรดำเนินการดังนี้

- 1.1 หาจุดกึ่งกลางของคะแนนในแต่ละชั้น
- 1.2 หาผลคูณของความถี่กับจุดกึ่งกลางในช่องผลคูณนี้ เขียนย่อว่า FX
- 1.3 หาผลบวกของช่อง FX แล้วหารด้วยจำนวนข้อมูล ผลที่ได้จึงเป็นมัชฌิมเลข

คณิต

2. มัชฌิมฐาน เป็นการหาค่าของข้อมูลจำนวนที่อยู่กึ่งกลางของข้อมูลชุดนั้น ซึ่งแยกได้เป็น 2 ลักษณะ คือข้อมูลที่ยังไม่ได้จัดหมวดหมู่ มีจำนวนน้อย เราจะหาค่ามัชฌิมฐานได้จากการนำข้อมูลมาเรียงลำดับจากค่าต่ำสุดไปหาค่าสูงสุด หรือเรียงจากค่าสูงสุดมาหาค่าต่ำสุดก็ได้ เพื่อคว้าตัวเลขโดยอยู่อันดับกลาง หรืออยู่กึ่งกลางของข้อมูลทั้งหมด ตัวเลขที่หาได้เรียกว่ามัชฌิมฐาน ส่วนข้อมูลที่มีการจัดหมวดหมู่ไว้แล้วจะต้องใช้สูตรในการคำนวณหา

3. ฐานนิยม เป็นค่าของข้อมูลที่มีความถี่มากที่สุด เป็นวิธีที่หาค่าได้ง่ายและรวดเร็ว กรณีข้อมูลยังไม่ได้จัดหมวดหมู่ เพียงแค่ดูว่าข้อมูลตัวใดซ้ำกันมากที่สุด ข้อมูลตัวนั้นก็พื้นฐานนิยม แต่ถ้าข้อมูลมีการจัดเรียงไว้แล้วสามารถหาได้จากสูตรของการหาฐานนิยม



### การหาค่าการกระจายข้อมูล ที่ใช้กันมาก ได้แก่

- 1.พิสัย คือความแตกต่างของข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดและเล็กที่สุด เป็นการวัดค่าการกระจายของข้อมูลอย่างหยาบ ๆ และง่ายที่สุด
- 2.การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ย่อ S.D เป็นตัวชี้ถึงการกระจายของคะแนนหรือผลการวัดของแต่ละหน่วยว่าห่างจากมัชฌิมเลขคณิตมากน้อยเพียงใด ถ้าค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าสูงมากก็แสดงว่าข้อมูลนั้นมีการกระจายกันมาก แต่ถ้าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าน้อยแสดงว่าการกระจายแคบลงมา

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูสอบถามถึงความรู้ทางสถิติพื้นฐาน</p> <p>1.2 ครูถามถึงการนำสถิติไปใช้ในชีวิตประจำวันของนักศึกษา</p> <p>1.3 อบรม คุณธรรมจริยธรรมที่พึงประสงค์</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับสถิติพื้นฐานสำหรับรับการวิจัยอย่างง่าย</p> <p>2.2 ครูให้นักศึกษาทำการคำนวณสถิติอย่างง่ายในระหว่างการเรียนการสอน</p> <p>2.3 ครูนำนักศึกษาปฏิบัติการใช้โปรแกรม SPSS สำหรับงานวิจัย</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนฝึกคำนวณค่าสถิติและการใช้โปรแกรม SPSS</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 9</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 9</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามความรู้ทางสถิติพื้นฐาน</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามการใช้สถิติในชีวิตประจำวัน</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษาฝึกปฏิบัติการคำนวณสถิติอย่างง่าย</p> <p>2.3 นักศึกษาปฏิบัติการใช้โปรแกรม SPSS สำหรับงานวิจัยที่ศูนย์วิทยบริการ</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาฝึกคำนวณสถิติและใช้โปรแกรม SPSS กับงานวิจัยของตนเอง</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 9</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 9</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุภาวดี เรืองรุจิระ
3. การวิจัยตลาด ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิจิตร ประเสริฐธรรม
4. ใบความรู้เกี่ยวกับสถิติเบื้องต้นและการใช้โปรแกรม SPSS
5. ใบมอบหมายงานการคำนวณสถิติเบื้องต้น

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 9
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 9
3. แบบประเมินผลการคำนวณตามใบงานที่มอบหมาย

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมการใช้โปรแกรม SPSS เพื่องานวิจัย จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลักการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....10.....

จำนวน.....6.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย การประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความหมาย

เรื่อง การประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมาย

### 1. สาระสำคัญ

การประมวลผลข้อมูล เป็นขั้นตอนที่ต้องทำต่อจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอนที่ต้องมีการตรวจสอบข้อมูลให้มีความถูกต้องก่อนที่จะทำการประมวลผล เพราะเมื่อประมวลผลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมายของข้อมูล

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายขั้นตอนของการประมวลผลได้
- 2.บอกวิธีการตรวจสอบข้อมูลได้
- 3.อธิบายวิธีเจนนับได้
4. อธิบายการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูลได้

### 3. เนื้อหาสาระ

การประมวลผล หมายถึง การนำเอาข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ นั้น มาจัดระเบียบหมวดหมู่ แบ่งแยกประเภท เพื่อที่จะดำเนินงานวิจัยขั้นต่อไปนี้คือ การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย การประมวลผลอาจแบ่งขั้นตอนใหญ่ ๆ ได้ 4 ขั้นตอน ดังนี้ คือ

#### 1. การตรวจสอบข้อมูล

เป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องสมบูรณ์ และอยู่ในแบบฟอร์มเดียวกัน จุดประสงค์ของการตรวจสอบข้อมูลก็เพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ของข้อมูล และเป็นการเตรียมการบันทึกหรือแจกจ่ายต่อไป

1.1 การตรวจสอบภาคสนาม เป็นการตรวจสอบขั้นแรกซึ่งกระทำระหว่างการเก็บข้อมูลในขณะออกงานสนาม วิธีการตรวจสอบในภาคสนามมีดังนี้

1.1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

1.1.2 พนักงานสัมภาษณ์ต้องจดบันทึกข้อมูลด้วยความระมัดระวัง

1.1.3 ข้อมูลใดที่ยังไม่ได้บันทึกระหว่างการสัมภาษณ์ จะต้องรีบทำการบันทึกทันทีที่การสัมภาษณ์แล้วเสร็จ

1.1.4 ตรวจสอบแบบสอบถามทุก ๆ ฉบับหลังจากสัมภาษณ์แล้ว เพื่อหาข้อผิดพลาดหรือความบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

หลักการตรวจสอบข้อมูล

1. ความสมบูรณ์

2. ลายมืออ่านง่าย

3. ความชัดเจน

4. ความสอดคล้อง

5. แบบฉบับหรือเป็นรูปแบบเดียวกัน

1.2 การตรวจสอบข้อมูลที่บริษัท เมื่อข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากภาคสนาม ซึ่งผ่านการตรวจสอบความถูกต้องในภาคสนามแล้ว ข้อมูลเหล่านี้จะต้องถูกนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์อีกครั้งหนึ่งที่บริษัท การตรวจสอบขั้นนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูล วิธีการที่ดีที่สุด คือการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเพียงคนเดียวสำหรับการทำวิจัยในแต่ละครั้ง แต่ถ้ามีความจำเป็นต้องใช้หลาย ๆ คน เพื่อให้ได้มาตรฐานการตรวจสอบแบบเดียวกัน

ข้อบกพร่องที่มักตรวจพบในการตรวจสอบครั้งสุดท้าย มีดังนี้

1. พนักงานสัมภาษณ์ไม่ได้ออกไปทำการสัมภาษณ์จริง มักพบโดยผู้ตรวจสอบที่ผู้เชี่ยวชาญ

2. ข้อมูลผิดพลาด มักค้นพบจากเมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามชุดอื่น ๆ

3. ข้อมูลไม่สมบูรณ์ เช่น คำตอบที่ได้ขาดหายไปเป็นบางตอน หรือคำตอบมีความหมายสองนัย

4. ข้อมูลไม่สัมพันธ์กัน ข้อมูลที่ได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของคำถาม เพราะผู้ถูกสัมภาษณ์เข้าใจคำถามผิดไป

2. การจัดแบ่งประเภทหมวดหมู่ของข้อมูล หลังจากผ่านขั้นตอนของการตรวจสอบข้อมูลแล้ว ก่อนจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์จะต้องจัดแบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลเป็นประเภทเสียก่อน ทั้งนี้เพราะการจัดหมวดหมู่และประเภทของข้อมูลจะให้ความสะดวกต่อการวิเคราะห์ข้อมูล

3. การลงรหัสข้อมูล เป็นกระบวนการที่ใช้กับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์

4. การเจงนั้บ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการจัดระเบียบข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย

เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในกระบวนการวิจัยตลาด นักวิจัยส่วนมากจะคิดอยู่ในขั้นตอนนี้ ทำให้ผลการวิจัยไม่สามารถออกมาได้หรือออกมามีค่าต่ำ ดังนั้นในขั้นตอนนี้จึงต้องอาศัยนักวิจัยตลาดที่มีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายค่อนข้างสูง ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ เทคนิค การวิเคราะห์ รู้จักนำเอาทฤษฎีต่างๆ แนวความคิด ประสบการณ์ และ วิจารณ์ญาณของผู้วิจัยเข้ามาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

นักวิจัยตลาดควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย

1. ขั้นการคัดเลือกและตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้รับเป็นประโยชน์กับการวิจัยหรือไม่
2. ต้องวางแผนไว้ล่วงหน้าว่าจะวิเคราะห์ตัวแปรแต่ละตัวอย่างไร
3. ต้องแยกให้ออกว่าตัวแปรใดเป็นตัวแปรอิสระหรือตัวแปรตาม

การแปลความหมาย

นักวิจัยตลาดต้องยึดหลักในการแปลความหมายของข้อมูลดังนี้

1. แปลความหมายด้วยความซื่อสัตย์ เทียงตรง
2. ต้องแยกให้ออกว่า อะไรคือเหตุ อะไรคือผล การสรุปหรือตัดสินใจโดยไม่ทราบสาเหตุเป็นอันตรายมากที่สุด
3. การวิเคราะห์ข้อมูลควรใช้วิธีการง่าย ๆ หลีกเลี่ยงวิธีการสลับซับซ้อน และต้องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
4. ขนาดตัวอย่างของงานวิจัยต้องไม่เล็กหรือน้อยเกินไป
5. ต้องแยกส่วนที่เป็นความคิดเห็นกับส่วนที่เป็นข้อเท็จจริง ออกจากกันให้เด่นชัด

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูยกตัวอย่างข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลอย่างง่ายแล้วให้นักศึกษาทำการแปลผล</p> <p>1.2 ครูถามถึงการเหตุผลในการแปลว่ามีอะไรเป็นส่วนประกอบ</p> <p>1.3 อบรม คุณธรรมจริยธรรมที่พึงประสงค์</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับการประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมาย</p> <p>2.2 ครูให้นักศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลในระหว่างเรียน</p> <p>2.3 ครูให้นักศึกษาฝึกแปลความหมายของข้อมูล</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนฝึกวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูล</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 10</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 10</p>	<p>1.1 นักศึกษาแปลผลข้อมูลจากตัวอย่างที่ครูยกมาให้เป็นสื่อการเรียน</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามว่าแปลข้อมูลโดยคิดจากสิ่งใดมาประกอบ</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรมก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษาฝึกปฏิบัติวิเคราะห์ข้อมูล</p> <p>2.3 นักศึกษาแปลความหมายของข้อมูล</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาฝึกวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลในงานวิจัยของตนเอง</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 10</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 10</p>



## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัยตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุดาตวง เรืองรุจิระ
3. การวิจัยตลาด ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิจิตร ประเสริฐธรรม
4. ใบความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูล
5. ใบมอบหมายงานการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูล

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 9
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 9
3. แบบประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูล

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมการใช้โปรแกรม SPSS และการแปลผลของข้อมูล จากงานวิจัยภายในสถานศึกษา หรือ จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลักการสอน**

**9.1 ข้อเสนอหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....11.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การวิจัยตลาด

ชื่อหน่วย การนำเสนอผลการวิจัยและการติดตามผล

เรื่อง การนำเสนอผลการวิจัยและการติดตามผล

### 1. สาระสำคัญ

การนำเสนอผลการวิจัยเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการวิจัยตลาด เป็นการสรุปสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการวิจัย เป็นขั้นที่มีความสำคัญมากเพราะสามารถโน้มน้าวใจของฝ่ายบริหารให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมที่นักการตลาดต้องการได้

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกวิธีการนำเสนอผลงานการวิจัยได้
- 2.บอกข้อแนะนำในการทำรายงานผลการวิจัยได้
- 3.อธิบายรูปแบบการเขียนรายงานการวิจัยได้
4. อธิบายการนำเสนอด้วยแผนภาพได้

### 3. เนื้อหาสาระ

การรายงานผลการวิจัย

สามารถทำการรายงานผลการวิจัยได้ 2 วิธี คือ

1. การนำเสนอด้วยปากเปล่า เป็นการนำผลการวิจัยตลาดทั้งหมดมารายงานด้วยปากเปล่าต่อที่ประชุมของฝ่ายบริหาร และต้องอธิบายตลอดจนตอบข้อสงสัยหากถูกที่ประชุมซักถาม

2. การนำเสนอด้วยลายลักษณ์อักษร เป็นการเขียนผลการวิจัยออกมาในรูปแบบของรายงานที่มีรูปแบบกะทัดรัด ชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ มีเนื้อหาสาระตรงตามผลการวิจัย

รายงานการวิจัยที่เป็นลายลักษณ์อักษร สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. รายงานการวิจัยสำหรับนักวิชาการ รายงานชนิดนี้จะมีการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด มีการใช้สูตรสถิติ และเทคนิคการวิเคราะห์ที่สลับซับซ้อนยุ่งยาก ดังนั้น รายงานการวิจัยประเภทนี้จัดทำขึ้นสำหรับนักวิชาการ

2. รายงานการวิจัยสำหรับฝ่ายบริหาร เป็นรายงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่ความรู้แก่ฝ่ายบริหารซึ่งมีความรู้ทางวิชาการไม่มากนัก หรือไม่เน้นทางด้านวิชาการมากนัก เป็นรายงานที่มีเนื้อหาเฉพาะประเด็นสำคัญ

3. รายงานการวิจัยทั่วไป เป็นรายงานที่มีลักษณะอยู่ระหว่าง ข้อ 1 และข้อ 2 เป็นรายงานการวิจัยที่จัดทำขึ้น เพื่อเผยแพร่แก่บุคคลทั่วไป ที่มีพื้นความรู้หลากหลายไม่จำกัดเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคลทั่วไปไม่จำกัดระดับหรือประเภท

**รูปแบบการเขียนรายงานการวิจัยตลาดเพื่อนำเสนอ**

สามารถแบ่งได้เป็น 5 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

1. ส่วนหน้า ประกอบด้วย หน้าปก สารบัญเรื่อง สารบัญภาพหรือตาราง

2. บทสรุปผู้บริหาร ประกอบด้วย บทนำ ผลการวิจัย บทสรุป ข้อเสนอแนะ

3. ส่วนเนื้อหา ประกอบด้วย บทนำ ระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัย ข้อจำกัดการวิจัย

4. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5. ภาคผนวก ประกอบด้วย หนังสือขอความร่วมมือ แบบสอบถาม สูตรสถิติ การแสดงการ

คำนวณ เอกสารประกอบรายงานการวิจัย บรรณานุกรม

**การนำเสนอด้วยกราฟหรือแผนภูมิ**

สามารถจัดทำได้เป็น 4 แบบ

1. แผนภูมิรูปภาพ เป็นการใส่รูปภาพจำลองขนาดเล็ก ๆ เป็นสัญลักษณ์แทน

2. แผนภูมิเส้น เป็นการใส่เส้นกราฟแสดงเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้นติดต่อกันในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง

3. แผนภูมิแท่ง เป็นการนำเสนอในรูปแบบแท่งสี่เหลี่ยม

4. แผนภูมิวงกลม เป็นการนำเสนอในรูปแบบของวงกลม 360 องศา

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูนำตัวอย่างงานวิจัยทางการตลาดมาให้ นักศึกษาได้ดู</p> <p>1.2 อบรม คุณธรรมจริยธรรมที่พึงประสงค์</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับการนำเสนอ ผลการวิจัย และติดตามผลการวิจัย</p> <p>2.2 ครูให้นักศึกษาได้นำเสนอผลงานวิจัยของ ตนเองหน้าชั้นเรียน</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปผลงานวิจัยที่ นำเสนอหน้าชั้นเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษานำเสนองานวิจัย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 11</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 11</p>	<p>1.1 นักศึกษาคูตัวอย่างงานวิจัยทางการตลาดที่ครู นำมาเป็นสื่อในการเรียนการสอน</p> <p>1.2 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจาก หนังสือประกอบการเรียนรายวิชาวิจัยตลาด</p> <p>2.2 นักศึกษานำเสนอผลงานวิจัยของตนเองหน้า ชั้นเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละ หัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาร่วมกันวิพากษ์งานวิจัย</p> <p>4.1 นักศึกษานำเสนอผลงานวิจัยของตนเอง</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 11</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 11</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือวิจัตลาด อาจารย์ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและอาจารย์ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา
2. ระเบียบวิธีการวิจัตลาดเบื้องต้น อาจารย์สุดาดวง เรืองรุจิระ
3. การวิจัตลาด ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิจิตร ประเสริฐธรรม
4. ใบความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอผลงานวิจั
5. ตัวอย่างงานวิจัการตลาด

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานวิจัของนักศึกษา

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 9
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่9
3. แบบประเมินสรุปผลรายงานวิจัทางการตลาดของนักศึกษา

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมรูปแบบการเขียนรายงานวิจัภายในสถานศึกษา หรือ จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลักการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

ควรอนุญาตให้ใช้การสอนได้

ควรปรับปรุง

เกี่ยวกับ .....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด / แผนกวิชา

..... / ..... / .....

เห็นควรอนุญาตให้ใช้การสอนได้

ควรปรับปรุงดังเสนอ

อื่นๆ .....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

..... / ..... / .....

อนุญาตให้ใช้การสอนได้

อื่นๆ .....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการ

..... / ..... / .....