



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

รายงานการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน

เรื่อง

การประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา

MKT 524 การจัดการการตลาด

THE EVALUATION OF TEACHING AND LEARNING IN

MKT 524 MARKETING MANAGEMENT

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

นิตินันท์ สนตุ่น

งานวิจัยนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2554

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ดำเนินการสำเร็จตามกำหนดระยะเวลาเนื่องจากได้รับความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.สาธิตา สกุรัตน์กุลชัย (ที่ปรึกษาโครงการวิจัย) สำหรับคำแนะนำ และความเอาใจใส่ดูแลในการติดตามความก้าวหน้า ผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชิต อุ๋อัน (คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ) รองศาสตราจารย์นิพัทธ์ จิตรประสงค์ (ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร) คณาจารย์ผู้ร่วมสอนทุกท่าน และนักศึกษาที่ลงทะเบียนรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูลในการประเมิน นอกจากนี้ ขอขอบคุณ ดร.สิรินธร สิ้นจินดาวงศ์ (ผู้อำนวยการศูนย์สนับสนุนและพัฒนาระบบการเรียนการสอน) และอาจารย์วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด สำหรับการให้ความช่วยเหลือเรื่องกระบวนการขอรับทุนวิจัยเพื่อพัฒนาระบบการเรียนการสอน

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศรีปทุมสำหรับทุนอุดหนุนการวิจัย และผู้ที่ได้ให้ความช่วยเหลือทุกคนที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยสำเร็จตามแผน ซึ่งองค์ความรู้ที่ได้รับจากการทำวิจัยจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

นิธินันท์ สนุ่น

สิงหาคม 2555

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

หัวข้อวิจัย : การประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด  
ผู้วิจัย : นิธินันท์ สนτούν  
หน่วยงาน : วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2555

---

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงประเมิน โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ (1) เพื่อประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 และ (2) เพื่อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร และ (2) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยผู้ให้ข้อมูลทุกคนเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) ที่ได้มาจากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวน 4 ฉบับ โดยพิจารณาตามประเภทของแหล่งข้อมูลหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการประเมิน ประกอบด้วย (1) แบบบันทึกข้อมูล (2) แบบสัมภาษณ์ (3) แบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อมูลนักศึกษา ความคิดเห็น และความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนการสอนวิชา MKT 524 และ (4) แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลา จำนวน 6 เดือน โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา และการจัดกลุ่มตามประเด็นที่ต้องการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า

1. การประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต ของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 พบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกตัวแปร สำหรับตัวแปรที่ควรนำมาพิจารณาเป็นพิเศษเพื่อปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ได้แก่ (1) ด้านปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ประสิทธิภาพการสอนของอาจารย์ผู้สอน ความพร้อมของโครงการสอน แผนการสอน เอกสารประกอบการสอน และการจัดเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการสอน และ (2) ด้านกระบวนการ ประกอบด้วย กิจกรรมการเรียนการสอน การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

2. ข้อเสนอแนะในการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 มีจำนวน 15 ข้อ ได้แก่ ด้านบริบท จำนวน 3 ข้อ ด้านปัจจัยนำเข้า จำนวน 5 ข้อ ด้านกระบวนการ จำนวน 4 ข้อ และด้านผลผลิต จำนวน 3 ข้อ โดยสารสนเทศและข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมินควรนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงในปีการศึกษา 2555

คำสำคัญ : การจัดการการตลาด การวิจัยเชิงประเมิน การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน

**Research Title** : The Evaluation of Teaching and Learning in MKT 524 Marketing Management  
**Name of Researcher** : Nithinan Sontun  
**Name of Institution** : Graduate College of Management, Sripatum University  
**Year of Publication** : B.E. 2555

---

## ABSTRACT

The objectives of this evaluation research were (1) to evaluate teaching and learning in the subject “MKT 524 Marketing Management,” and (2) to give suggestions about the development and improvement of teaching and learning in the subject MKT 524. The source of data and the key informants were divided into two categories; (1) documents and (2) persons selected by purposive selection technique. Four types of research instruments were included; (1) a data record, (2) an interview form, (3) a questionnaire, and (4) an observation form. This research was conducted within six months and the researcher himself collected data. The descriptive statistics for quantitative data used in this research comprised frequency, percentage, arithmetic mean and standard deviation. As for qualitative data, content analysis and qualitative theme classification method were used. The significant research findings were as follows:

1. The evaluation of context, input, process, and product of teaching and learning in the subject “MKT 524 Marketing Management” in semester 2/2011 found that all the variables met the acceptable standard. The selected variables for better improvement consisted of (1) input factor; lecturers’ doctorates, lecturers’ teaching experiences, the readiness of course syllabus, teaching plan and teaching document, and teaching material preparation, and (2) process factor; teaching and learning activities, technology use, and interaction between lecturers and students.

2. There were 15 suggestions of teaching and learning in the subject MKT 524 comprising (1) context factor; three suggestions, (2) input factor; five suggestions, (3) process factor; four suggestions, and (4) product factor; three suggestions. The evaluation information and those suggestions should be utilized for developing and improving this subject in the 2012 academic year.

**Keywords** : Marketing Management, Evaluation Research, Classroom Action Research

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1	1
บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย.....	1
คำถามการวิจัย.....	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ข้อตกลงเบื้องต้นในการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2	6
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
ตอนที่ 1 การจัดการเรียนการสอนรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด.....	6
ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับโมเดลการประเมินแบบ CIPP.....	8
ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา.....	9
ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
3	14
วิธีดำเนินการวิจัย.....	14
แบบแผนการวิจัย (Research design).....	14
เป้าหมายของการประเมิน.....	14
แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน.....	14
การออกแบบการเลือกตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sampling design).....	15
การออกแบบการวัด (Measurement design).....	15
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	15
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	17
ขั้นตอนและแผนดำเนินการวิจัย.....	17
ขั้นตอนดำเนินการวิจัย.....	18
แผนดำเนินการวิจัย.....	18

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	19
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน.....	19
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา.....	20
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน.....	22
ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524.....	23
ตอนที่ 5 ผลการประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต และข้อเสนอแนะ ของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด.....	25
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	29
สรุปผลการวิจัย.....	30
อภิปรายผลการวิจัย.....	32
ข้อเสนอแนะ.....	34
บรรณานุกรม.....	36
ภาคผนวก .....	38
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	46

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำแนกตามองค์ประกอบ ตัวแปร และผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน.....	16
2	แผนดำเนินการวิจัย.....	18
3	จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการประเมิน (ที่คาดหวัง และที่เก็บจริง).....	19
4	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา (N=15).....	20
5	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน.....	22
6	ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524...	23
7	ผลการประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต และข้อเสนอแนะของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524.....	25

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	5
2	ความสัมพันธ์ของโมเดล CIPP และการตัดสินใจ.....	9



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

รายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด เป็นวิชาที่อยู่ในหมวดวิชาบังคับของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานักศึกษาให้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถประยุกต์ความรู้การจัดการการตลาดไปใช้ให้เหมาะสมการบริหารธุรกิจ การเงิน การผลิต และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้ โดยนักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนในปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2 ตามที่ระบุไว้ในแผนการศึกษาของหลักสูตร

การจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ในปัจจุบันและที่ผ่านมาในภาคการศึกษาที่ 2/2553 ใช้เทคนิควิธีการสอนแบบทีม (Team teaching method/Co teaching) (Espinor, 2009; Anderson & Speck, 1998) หรือการสอนแบบร่วมมือ (Cooperative teaching) (Bauwens & Hourcade, 1995) โดยกำหนดให้มีผู้สอนจำนวน 3 คน สอนในหัวข้อที่ต่างกันตามที่ระบุไว้ในคำอธิบายรายวิชา แต่ลักษณะของการสอนในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ที่ผ่านมาเป็นแบบไม่มีผู้นำทีม (Associate type) ซึ่งผู้สอนแต่ละท่านจะวางแผน กำหนดกิจกรรม และใช้เทคนิคการสอนที่ต่างกันหลายรูปแบบ

การสอนแบบทีมในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด อาจมีข้อดีหลายประการ เช่น ผู้สอนแต่ละคนได้แสดงความสามารถในการสอนอย่างเต็มที่ หรือผู้เรียนได้รู้จักและได้เรียนรู้กับผู้สอนหลายแบบทำให้ไม่เบื่อหน่าย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การจัดการเรียนการสอนในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ซึ่งเป็นการสอนแบบทีมที่ไม่มีผู้นำทีม ก็อาจจะนำมาสู่ปัญหาหรืออุปสรรคที่ไม่คาดหวัง เช่น ผู้สอนไม่ได้วางแผนร่วมกันในการสอนซึ่งอาจทำให้คุณภาพในการสอนลดลง เสียเวลาในการเตรียมการสอนมากเนื่องจากต้องกำหนดหัวข้อร่วมกัน ความไม่เข้าใจเรื่องรูปแบบการทำงานเป็นทีมของผู้สอนบางท่าน การเตรียมสื่อการสอนให้มีจำนวนมากพอ เป็นต้น

นอกจากประเด็นเรื่องการสอนแบบทีมแล้ว ในการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ซึ่งต้องนำเอาทฤษฎีทางการตลาด ประยุกต์ใช้กับเหตุการณ์ปัจจุบัน MKT 524 การจัดการการตลาด จะมีเนื้อหาที่ค่อนข้างซับซ้อนและยากต่อการทำความเข้าใจ ดังนั้น ความแตกต่างระหว่างนักศึกษา เช่น พื้นความรู้เดิม หรือสาขาวิชาที่จบในระดับปริญญาตรี เป็นต้น ก็อาจเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลทำให้การเรียนการสอนวิชาการจัดการการตลาดไม่ได้คุณภาพอย่างที่ควรจะเป็น หรือปัญหาอื่นๆ

เช่น เนื้อหาที่สอนไม่เหมาะสม (อุทุมพร จามรมาน, 2539) เป็นต้น หรือการสอนที่ไม่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Student-centered approach) ทำให้การสอนวิชาการจัดการการตลาดขาดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ นอกจากนี้ และจากผลการสัมภาษณ์นักศึกษาที่เคยเรียนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาดมาก่อนในภาคการศึกษาที่ 2/2553 พบว่า หลายคนยังไม่เข้าใจในวิธีการประยุกต์ทฤษฎีทางการตลาดไปใช้กับเหตุการณ์ปัจจุบันได้

จะเห็นได้ว่า การจัดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษาในระดับปริญญาโท มีสิ่งที่จะต้องพิจารณาหลายประการ เช่น การจัดผู้สอน การกำหนดหัวข้อตามคำอธิบายรายวิชา การจัดเตรียมเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้เรียน การใช้เทคโนโลยีและสื่อประกอบการสอน การเลือกกิจกรรมการเรียนการสอนที่เหมาะสม การวัดและประเมินผลผู้เรียน เป็นต้น

ทฤษฎีหรือโมเดลที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด คือ โมเดล CIPP (Context-Input-Process-Product) หรือการประเมินบริบท-ปัจจัยนำเข้า-กระบวนการ-ผลผลิต ที่เสนอโดย Stufflebeam (1971) เนื่องจากเป็น โมเดลที่ประเมินได้ครอบคลุมกระบวนการจัดการเรียนการสอน (ก่อน ระหว่าง และหลังการจัดการเรียนการสอน) และครอบคลุมองค์ประกอบของการประเมินที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเมื่อประเมินการจัดการเรียนการสอนแล้ว จำเป็นต้องมีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษาต่อไป

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะประเมินเพื่อตัดสินใจหรือเพื่อตัดสินคุณค่า (Value judgment) ของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นและจะทำให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการเรียนการสอนให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

#### คำถามการวิจัย

1. บริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิตของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ควรเป็นอย่างไร
2. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ควรเป็นอย่างไร

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554

2. เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงประเมิน (Evaluation research) โดยใช้โมเดล CIPP (Stufflebeam, 1971) และวิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสานระหว่างข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ

1. เป้าหมายของการประเมิน การวิจัยครั้งนี้มุ่งประเมินการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 ใน 4 ประเด็น คือ บริบท (Context) ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Product)

2. แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร โครงการสอนและแผนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 และเอกสารประกอบการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด และ 2) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ จำนวน 1 คน ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร จำนวน 1 คน อาจารย์ผู้สอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 จำนวน 3 คน และนักศึกษาที่ลงทะเบียนในรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 จำนวน 15 คน

3. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 6 เดือน (ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-กรกฎาคม 2555) โดยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต และระยะที่ 2 การจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด

### ข้อตกลงเบื้องต้นในการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มุ่งเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดการเรียนการสอนในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด เฉพาะในภาคการศึกษาที่ 2/2554 ซึ่งเป็นรายวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**บริบท (Context)** หมายถึง ความต้องการจำเป็นในการเรียนวิชาจัดการการตลาดระดับปริญญาโท คำอธิบายรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร

**ปัจจัยนำเข้า (Input)** หมายถึง การกำหนดจำนวนอาจารย์ผู้สอนในรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด คุณวุฒิและประสบการณ์การสอนของอาจารย์ผู้สอน ความพร้อมของโครงการสอน แผนการสอน และเอกสารประกอบการสอน และการจัดเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการสอน

**กระบวนการ (Process)** หมายถึง วันและช่วงเวลาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด กิจกรรมการเรียนการสอน การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

**ผลผลิต (Product)** หมายถึง ร้อยละของนักศึกษาที่เข้าเรียนในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด และเกรดของนักศึกษาในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554

**ข้อเสนอแนะ (Recommendation)** หมายถึง แนวทางการพัฒนาหรือปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด สำหรับปีการศึกษา 2555

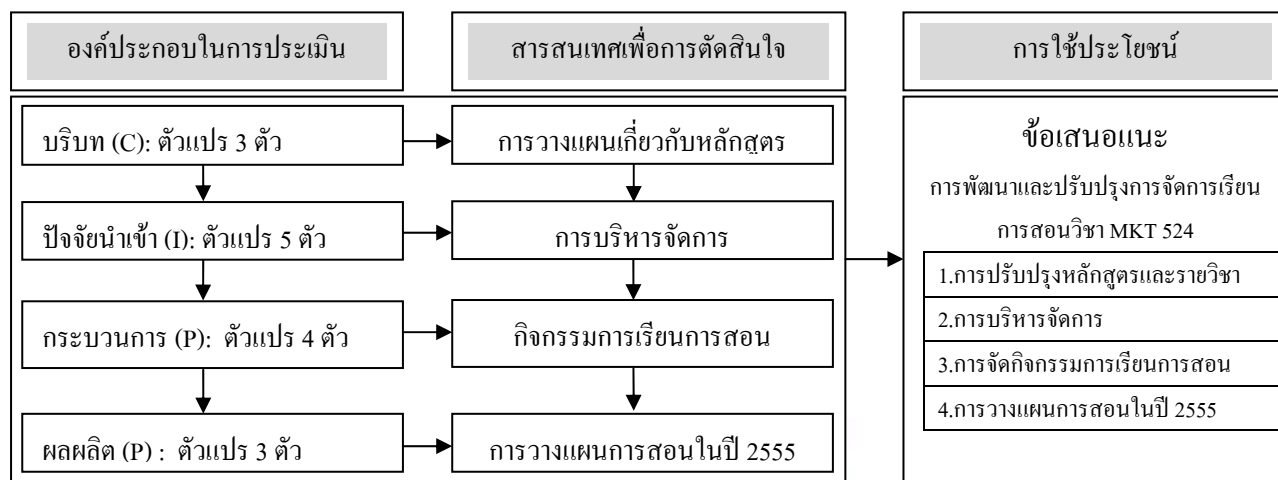
**นักศึกษา (Student)** หมายถึง นักศึกษาปัจจุบันที่กำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร และลงทะเบียนในรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554

#### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. สารสนเทศเกี่ยวกับบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต ของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554
2. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ในปีการศึกษา 2555

#### **กรอบแนวคิดในการวิจัย**

การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยเชิงประเมิน (Evaluation Research) โดยใช้โมเดล CIPP (Stufflebeam, 1971) สำหรับกรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ (1) เพื่อประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 และ (2) เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด สำหรับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การจัดการเรียนการสอนรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด

1. การจัดการเรียนการสอน
2. คำอธิบายรายวิชา

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับโมเดลการประเมินแบบ CIPP

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสอนแบบทีม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ตอนที่ 1 การจัดการเรียนการสอนรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด**

#### 1. การจัดการเรียนการสอน

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร เป็นหลักสูตรระดับปริญญาโท หลักสูตร 2 ปี จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร 45 หน่วยกิต ภาษาที่ใช้ ภาษาไทย เอกสารและตำราในบางรายวิชาเป็นภาษาอังกฤษ การรับนักศึกษาเข้าศึกษา รับนักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างประเทศที่ใช้ภาษาไทยได้ดี เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554 ซึ่งดำเนินการเรียนการสอนครั้งแรกปีการศึกษา 2537 สถานที่จัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตพญาไท หลักสูตรมีความพร้อมเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ปีการศึกษา 2556 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหารมีจัดการเรียนการสอน เป็นระบบทวิภาค ภาคการศึกษาละ 15 สัปดาห์ เรียนในวันธรรมดา ภาคค่ำ ระหว่างเวลา 18.00-21.00 น. ได้บรรจุรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด จำนวน 3 หน่วยกิต ไว้ในหมวดวิชาบังคับ ซึ่งนักศึกษาทุกคนจะต้องลงทะเบียนเรียน ในภาคเรียนที่ 2 การบริหารจัดการหลักสูตร มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ซึ่งต้องดูแลเนื้อหาสาระ การจัดการตารางการ

เรียนการสอน ตารางสอบ และความสอดคล้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาโท สาขาการบริหารธุรกิจ มีปรัชญาของหลักสูตร คือ มีความมุ่งมั่นในการผลิตมหาบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถ สร้างนักบริหารมืออาชีพที่มีความรู้ที่ทันสมัย มีความสามารถที่จะปรับตัว สามารถสื่อสาร ทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการเป็นนักบริหารที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม ปฏิบัติงานได้จริง สามารถจัดการกับปัญหาได้อย่างมีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ เสียสละ เป็นแบบอย่างที่ดี และแสวงหาความรู้ใหม่ เพื่อประโยชน์ในการนำความรู้และประสบการณ์ดังกล่าวไปพัฒนาธุรกิจ และประเทศชาติต่อไป หลักสูตรมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อผลิตนักธุรกิจระดับมหาบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถสูงในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ โดยปลูกฝังความเข้าใจในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในหลักการบริหาร รวมถึงกระบวนการตัดสินใจและการเป็นผู้นำให้แก่ผู้ที่รับผิดชอบในฐานะผู้จัดการ และนักบริหาร เพื่อที่จะเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศต่อไป
2. เพื่อให้ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และมีคุณธรรม จริยธรรม ในการเป็นนักบริหารได้มีโอกาสเรียนรู้และนำวิชาการบริหารธุรกิจ ไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน ซึ่งทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างความรู้ทางวิชาการบริหารธุรกิจ และประสบการณ์แก่บริหารที่มีประสบการณ์
3. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนความเจริญก้าวหน้าในด้านการบริหารธุรกิจ โดยเน้นด้านกรวิจัยและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจของไทย
4. เพื่อให้ผู้บริหารได้รอบรู้และเข้าใจสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่ดำเนินอยู่ และตระหนักในความรับผิดชอบต่อฝ่ายจัดการต่อสังคม และเศรษฐกิจของประเทศ
5. เพื่อให้ให้นักบริหารได้มีความเข้าใจเรื่องขององค์การและพฤติกรรมของคนได้อย่างกว้างขวาง เพื่อที่จะสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. เพื่อเป็นการส่งเสริมการศึกษาและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจและเป็นการให้บริการแก่สังคม โดยมีการเปิดโอกาสให้เกิดความเท่าเทียมกันในด้านการรับการศึกษา อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางในการฝึกอบรมผู้บริหารให้แก่องค์กรธุรกิจต่าง ๆ ในภาคเอกชน

## 2. คำอธิบายรายวิชา

คำอธิบาย (Course description) ของวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด คือ “กระบวนการการบริหารตลาดในปัจจุบัน เทคนิค และเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด โดยอาศัยการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานการตลาด การวิจัยตลาด การเลือกกลยุทธ์ และการจัดการเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด การวางแผน การจัดองค์การ การควบคุมและการประเมินผลงานทางการตลาด”

## ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับโมเดลการประเมินแบบ CIPP

โมเดลการประเมินเพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ หรือ CIPP Model พัฒนาโดย Stufflebeam (1971) โดยได้กำหนดประเด็นการประเมินออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การประเมินบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context) เป็นการประเมินก่อนการดำเนินการ โครงการ เพื่อพิจารณาหลักการและเหตุผล ความจำเป็นที่ต้องดำเนินโครงการ ประเด็นปัญหา และความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการ

2. การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input) เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ความเหมาะสม และความพอเพียงของทรัพยากรที่จะใช้ในการดำเนินโครงการ เช่น งบประมาณ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ เวลา ฯลฯ รวมทั้งเทคโนโลยีและแผนการดำเนินงาน

3. การประเมินกระบวนการ (Process) เป็นการประเมินเพื่อหาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการที่จะใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา แก้ไข หรือปรับปรุงการดำเนินงานในช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีการบันทึกไว้เป็นหลักฐานทุกขั้นตอน การประเมินกระบวนการนี้จะเน้นประโยชน์อย่างมากต่อการค้นหาจุดเด่น หรือจุดแข็ง (Strengths) และจุดด้อย (Weakness) ของนโยบาย/แผนงาน/โครงการ ซึ่งมักจะไม่สามารถศึกษาได้ภายหลังจากสิ้นสุดโครงการแล้ว

4. การประเมินผลผลิต (Product) เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ของโครงการ หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมทั้งการพิจารณาในประเด็นของการยุบ/เลิก/ขยาย/ปรับเปลี่ยนโครงการ แต่การประเมินผลแบบนี้มิได้ให้ความสนใจต่อเรื่องผลกระทบ (Impact) และผลลัพธ์ (Outcomes) ของนโยบาย/แผนงาน/โครงการเท่าที่ควร

Stufflebeam ได้เสนอประเภทการตัดสินใจที่สอดคล้องกับประเด็นที่ประเมิน ดังนี้

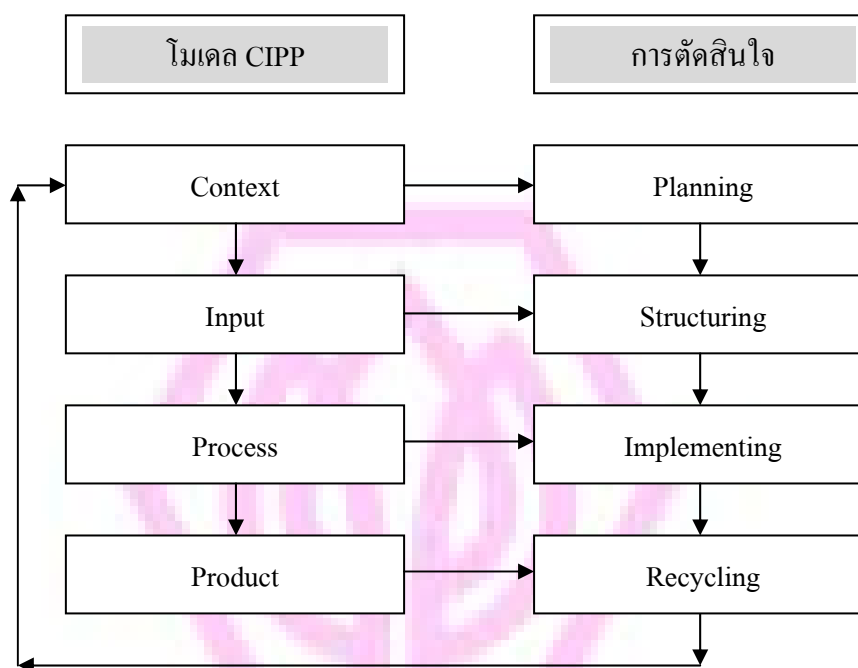
1. การตัดสินใจเพื่อการวางแผน (Planning Decisions) สอดคล้องกับการประเมินสภาวะแวดล้อม (Context) เป็นการตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลจากการประเมินสภาพแวดล้อมที่ได้นำไปใช้ในการกำหนดจุดประสงค์ของโครงการ ให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน

2. การตัดสินใจเพื่อกำหนดโครงสร้างของโครงการ (Structuring Decisions) สอดคล้องกับการประเมินปัจจัยนำเข้า (Input) เป็นการตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลจากปัจจัยนำเข้าที่ได้นำไปใช้ในการกำหนดโครงสร้างของแผนงาน และขั้นตอนของการดำเนินการของโครงการ

3. การตัดสินใจเพื่อนำโครงการไปปฏิบัติ (Implementation Decisions) สอดคล้องกับการประเมินกระบวนการ (Process) เป็นการตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลจากการประเมินกระบวนการ เพื่อพิจารณาคควบคุมการดำเนินการให้เป็นไปตามแผน และปรับปรุงแก้ไขการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด



4. การตัดสินใจเพื่อทบทวนโครงการ (Recycling Decisions) สอดคล้องกับการประเมินผลผลิต (Product) การตัดสินใจเพื่อใช้ข้อมูลจากการประเมินผลผลิต (Output) ที่เกิดขึ้นเพื่อพิจารณาการยุติ/ล้มเลิก หรือขยายโครงการที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป



แผนภาพที่ 2

ความสัมพันธ์ของโมเดล CIPP และการตัดสินใจ

(ดัดแปลงมาจาก สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, 2544 และเยาวดี ราชชัยกุล วิบูลย์ศรี, 2544)

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการสอนแบบทีม

เทคนิควิธีการสอนแบบทีม (Team teaching method) หรือที่เรียกว่าการสอนแบบร่วมมือ (Co teaching) (Espinor, 2009; Anderson & Speck, 1998) หรือเทคนิคการสอนแบบร่วมแรงร่วมใจ (Cooperative teaching) (Bauwens & Hourcade, 1995) มีลักษณะสำคัญ คือ การสอนโดยกำหนดให้ 1 ห้องเรียน หรือ 1 วิชา มีผู้สอนมากกว่า 1 คน ที่รับผิดชอบร่วมกันในภารกิจกรรมการเรียนการสอน และใช้วิธีการสอนหลายรูปแบบ เช่น การบรรยาย การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การอภิปราย การสาธิต เป็นต้น สำหรับลักษณะของการสอนแบบทีมแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ (1) แบบมีผู้นำทีม (Team leader type) (2) แบบไม่มีผู้นำทีม (Associate type) และ (3) แบบพี่เลี้ยง (Mentor type)

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Student-centered approach) เป็นแนวคิดที่มุ่งให้ผู้เรียนมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้โดยการลงมือกระทำแก้ปัญหา หรือศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองตามความสนใจและความสามารถของผู้เรียนเป็นสำคัญ ผู้เรียนได้เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสภาพชีวิตประจำวันและได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้สอนและเพื่อนร่วมห้องเรียน ลักษณะของการเรียนการสอนแบบนี้จะทำให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพและสามารถนำความรู้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองได้ (เอียน สมิท และอนงค์ วิเศษสุวรรณ, 2550)

ลักษณะของการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สรุปได้ดังนี้

1. จัดตามความสนใจ ความสามารถ เริ่มจากการร่วมกำหนดวัตถุประสงค์ เนื้อหา กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ และการวัดและประเมินผล
2. จัดให้ผู้เรียนได้ลงมือทำกิจกรรม ปฏิบัติ แก้ปัญหา หรือศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จากสื่อ เอกสารประกอบการสอน เพื่อนร่วมห้อง และผู้สอน
3. จัดให้ผู้เรียนได้มีโอกาสฝึกทักษะต่างๆ เช่น ทักษะทางการคิดวิเคราะห์ การสังเกต การทดลองค้นคว้า การจดบันทึก ตลอดจนการสังเคราะห์ และการสรุปข้อความรู้ต่างๆ ของตนเอง
4. จัดให้ผู้เรียนได้มีโอกาสนำความรู้ที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน
5. จัดให้ผู้เรียนได้มีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด กับเพื่อนๆ และผู้สอนจากการทำกิจกรรมต่างๆ

### ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บรรจงเสก ทรัพย์โสภ (2551) ได้ทำวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความวิตกกังวลในวิชาสถิติ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติของนิสิตคณะครุศาสตร์: การวิเคราะห์กลุ่มพหุ โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ คือ (1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความวิตกกังวลในวิชาสถิติของนิสิตในคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระหว่างนิสิตระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความวิตกกังวลในวิชาสถิติ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติของนิสิตคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (3) เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุความวิตกกังวลในวิชาสถิติ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติของนิสิตคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ (4) เพื่อทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลความวิตกกังวลในวิชาสถิติ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติของนิสิตคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันในด้านระดับชั้นการศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นิสิตระดับปริญญาตรีและระดับ

บัณฑิตศึกษาที่ลงทะเบียนและกำลังศึกษาในวิชา สถิติพื้นฐาน ของแต่ละระดับจำนวน 420 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า

1. ในภาพรวม กลุ่มนิสิตระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษามีความวิตกกังวลในวิชาสถิติอยู่ในระดับปานกลางและไม่แตกต่างกัน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติของทั้ง 2 กลุ่มเบั้ขวาและสูงกว่าค่าเฉลี่ยเล็กน้อย โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษามีค่าสูงกว่าระดับปริญญาตรี

2. ตัวแปรอิสระ 10 ตัว ร่วมกันทำนายความวิตกกังวลในวิชาสถิติได้ร้อยละ 67.20 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเท่ากับ .820 และเมื่อเพิ่มตัวแปรความวิตกกังวลในวิชาสถิติเข้าไป ตัวแปรทั้งหมดร่วมกันทำนายผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติได้ร้อยละ 73.60 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเท่ากับ .858

3. โมเดลเชิงสาเหตุความวิตกกังวลในวิชาสถิติ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติของนิสิตคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ( $\chi^2 = 67.17$ ,  $df=46$ ,  $p=.022$ ,  $\chi^2/df = 1.46$ ,  $RMR=.012$ ,  $GFI=.98$ ,  $AGFI=.93$ ) โดยตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความวิตกกังวลในวิชาสถิติได้ร้อยละ 78.30 และสามารถอธิบายความแปรปรวนในผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติได้ร้อยละ 66.90

4. โมเดลเชิงสาเหตุความวิตกกังวลในวิชาสถิติ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติของนิสิตคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไม่แปรเปลี่ยนในรูปแบบของโมเดลระหว่างนักศึกษา ระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา จากการทดสอบความสอดคล้องพบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ( $\chi^2 = 189.34$ ,  $df=154$ ,  $p=.039$ ,  $\chi^2/df=1.21$ ,  $RMR=.017$ ,  $GFI=.95$ )

เกรียงไกร คล้ายกล้า (2551) ได้ทำวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการสอนงานและการเอื้ออำนวย ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติประยุกต์ทางพฤติกรรมศาสตร์ 1 โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ (1) เพื่อพัฒนารูปแบบการสอนงานสำหรับนิสิตที่ทำหน้าที่เป็นผู้สอนงานกับผู้เรียนงาน (2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างกลุ่มที่ได้รับการเอื้ออำนวย และประเภทการสอนงานที่ต่างกัน และ (3) เพื่อเปรียบเทียบคะแนนตั้งต้นและอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างกลุ่มที่มีการเอื้ออำนวยและประเภทการสอนงานต่างกัน แบบแผนการทดลองเป็นแบบแฟคทอเรียลขนาด 2X3 กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตระดับปริญญาโทบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนรายวิชา 2758601 ในภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2551 จำนวน 67 คน ซึ่งได้มาจากการเปิดรับอาสาสมัครเข้าร่วมโครงการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ชุด ได้แก่ 1) แบบทดสอบวิชาสถิติประยุกต์ทางพฤติกรรมศาสตร์ 1 2) รูปแบบการสอนงาน ประกอบด้วย 2.1) คู่มือการใช้รูปแบบการสอนงาน 2.2) แบบการสอนสำหรับการสอนงาน 2.3) แผนการจัดการเรียนรู้ 2.4) เอกสารประกอบการสอนงาน และ 2.5) แบบตรวจสอบการจัดกระทำ ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลระยะ

ยาวจากการวัด 3 ครั้ง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์โมเดลโค้งพัฒนาการที่มีตัวแปรแฝงการวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุนาม ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการสอนงานที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้ 6 แผน สำหรับสาระการเรียนรู้ 6 เรื่อง แต่ละแผนมีเอกสารประกอบการสอนงาน แบบฝึกหัด และแบบสอบถามสำหรับตรวจสอบการจัดกระทำ โดยใช้เวลาในการสอนงานประมาณ 1-2 ชั่วโมง กระบวนการสอนงานแต่ละครั้งมี 5 ขั้นตอน คือ ขั้นการนำเข้าสู่บทเรียน ขั้นการสอนและการเรียนรู้ ขั้นการสรุปบทเรียน ขั้นการอภิปรายและการเสนอแนะแหล่งการเรียนรู้ต่อไป และขั้นการตอบแบบสอบถามตรวจสอบการจัดกระทำ

2. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรการสอนงาน 3 กลุ่ม พบว่า ผู้เรียนงานในกลุ่มที่ได้รับการสอนงานแบบกลุ่มเล็กมีค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการสอนงานแบบกลุ่มใหญ่และกลุ่มที่ไม่ได้รับการสอนงาน นอกจากนี้พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มที่ได้รับการเื้ออำนวยการแบบผสมมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าการเื้ออำนวยการแบบเดี่ยวในกลุ่มที่ได้รับการสอนงานแบบกลุ่มเล็ก ส่วนกลุ่มใหญ่และกลุ่มที่ไม่ได้รับการสอนงาน มีความแตกต่างกันในตัวแปรประเภทการสอนงาน

3. การเปรียบเทียบคะแนนตั้งต้นและอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของผู้เรียนที่มีการเื้ออำนวยการต่างกันมีค่าเฉลี่ยของคะแนนตั้งต้นแตกต่างกัน ส่วนอัตราการเปลี่ยนแปลงมีความแตกต่างกัน โดยการเื้ออำนวยการแบบผสมให้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าการเื้ออำนวยการแบบเดี่ยว การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้เรียน พบว่า คะแนนตั้งต้นของกลุ่มที่มีการสอนงานมีค่าเฉลี่ยของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกัน ส่วนอัตราการเปลี่ยนแปลงมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่ได้รับการสอนงานแบบกลุ่มเล็กมีค่าเฉลี่ยอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงกว่ากลุ่มใหญ่และกลุ่มที่ไม่ได้รับการสอนงาน

ศรีวิไล พลมณี (2542) ได้ทำวิจัย เรื่อง การสอนเป็นคณะ (Team Teaching) โดยสำนักฝึกประสบการณ์วิชาชีพศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยความร่วมมือกับสาขาวิชาภาษาไทย โรงเรียนสาธิต คณะศึกษาศาสตร์ ได้ทดลองสอนเป็นคณะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ อาจารย์ที่เลี้ยง อาจารย์นิเทศก์ อาจารย์ผู้สอน และนักเรียน โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต แบบสอบถาม และแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความต้องการจะฝึกสอนเป็นคณะทั้งก่อนและหลังการทดลอง โดยก่อนการทดลองนักศึกษามีความวิตกกังวลในเรื่องการทำงานเป็นทีมและบทบาทในการสอนเป็นทีม แต่ผลการทดลองสอนเป็นคณะพบว่า ความวิตกกังวลไม่ใช่ปัญหา แต่ปัญหาแท้จริงที่เกิดขึ้นระหว่างการทดลองสอน คือ ความยุ่งยากในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การสื่อสารให้เข้าใจตรงกัน และความไม่รับผิดชอบของสมาชิกร่วมทีม ส่วนผู้เรียนพบว่า มีความรู้สึกที่ดีต่อการสอนเป็นคณะเมื่อเทียบกับการสอนโดยผู้สอนเพียงคนเดียว และข้อดีที่ชัดเจนของการสอนเป็นคณะ คือ ความน่าสนใจในการสอน ความรู้ที่ลึกซึ้งและกว้าง และความเอาใจใส่ดูแลผู้เรียน สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย คือ การสอนเป็น

คณะเป็นทางเลือกหนึ่งของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพศึกษาศาสตร์แต่อาจนำไปใช้ได้ยากในสถานการณ์จริง ประสิทธิภาพของการสอนขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้สอนแต่ละคนที่มาร่วมทีมสอน

กฤษฎา คิคคี (2547) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประเมินการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ (1) เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ที่ครอบคลุมบริบทด้านสภาพแวดล้อม/บรรยากาศของการเรียนรู้ ปัจจัยเบื้องต้น กระบวนการ และผลผลิตของการเรียนรู้ (2) เพื่อพัฒนารูปแบบการประเมินการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และ (3) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการใช้รูปแบบการประเมินการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า (1) ตัวบ่งชี้การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มี 4 องค์ประกอบ คือ 1) สภาพแวดล้อม/บรรยากาศของการเรียนรู้ 2) ปัจจัยเบื้องต้นของการเรียนรู้ 3) กระบวนการเรียนรู้ และ 4) ผลผลิตของการเรียนรู้ (2) รูปแบบการประเมินการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ประกอบด้วย 1) เป้าหมายของการประเมิน 2) สิ่งที่มีประเมิน 3) วิธีการประเมิน และ 4) วิธีการตัดสิน โดยการประเมินการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน สิ่งที่มีประเมินได้แก่ การจัดการเรียนการสอนของผู้สอน และ (3) จาก การประเมินประสิทธิผลของการใช้รูปแบบการประเมินการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ พบว่า 1) ผู้สอนมีพัฒนาการสำหรับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยผลการประเมิน การสอนครั้งที่สองดีกว่าครั้งแรก 2) ผู้สอนมีทัศนคติที่ดีต่อการประเมินการจัดการเรียนการสอนที่เน้น ผู้เรียนเป็นสำคัญ 3) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยอมรับว่าการประเมินนี้มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้และ 4) ผลการประเมินมีความถูกต้อง

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ (1) เพื่อประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 และ (2) เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด สำหรับวิธีดำเนินการวิจัยมีดังนี้

1. แบบแผนการวิจัย (Research design)
  - 1.1 เป้าหมายของการประเมิน
  - 1.2 แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน
2. การออกแบบการเลือกตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sampling design)
3. การออกแบบการวัด (Measurement design)
  - 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล
4. ขั้นตอนและแผนดำเนินการวิจัย
  - 4.1 ขั้นตอนดำเนินการวิจัย
  - 4.2 แผนดำเนินการวิจัย

#### แบบแผนการวิจัย (Research design)

การวิจัยเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงประเมิน (Evaluation Research) โดยใช้โมเดล CIPP (Stufflebeam, 1971) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสานระหว่างข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ เนื่องจากแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูลในการประเมินมาจาก 2 แหล่ง คือ (1) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร และ (2) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

#### เป้าหมายของการประเมิน

การวิจัยครั้งนี้มุ่งประเมินการเรียนการสอนวิชา วิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 ใน 4 ประเด็น คือ บริบท (Context) ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Product)

#### แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน

แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ หลักสูตรบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัย สำหรับนักบริหาร โครงการสอนและแผนการสอนMKT 524 การจัดการการตลาด ภาค การศึกษาที่ 2/2554 และเอกสารประกอบการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด และ (2) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ จำนวน 1 คน ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร จำนวน 1 คน อาจารย์ผู้สอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 จำนวน 3 คน และนักศึกษาที่ลงทะเบียนในรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 จำนวน 15 คน

#### การออกแบบการเลือกตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sampling design)

เนื่องจากการวิจัยเชิงประเมิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจึงแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ (1) เอกสารที่เป็นแหล่งข้อมูลในการประเมิน และ (2) ผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน สำหรับ วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) เนื่องจากจำนวนเอกสาร ที่เกี่ยวข้องและผู้ให้ข้อมูลในการประเมินมีจำนวนไม่มาก ประกอบด้วย

1. เอกสารที่เป็นแหล่งข้อมูลในการประเมิน ได้แก่ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร โครงการสอนและแผนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 และเอกสารประกอบการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด

2. ผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน ได้แก่ คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ จำนวน 1 คน ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร จำนวน 1 คน อาจารย์ ผู้สอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 จำนวน 3 คน และนักศึกษาที่ ลงทะเบียนในรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 จำนวน 15 คน โดยผู้ให้ ข้อมูลทุกคนเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant)

#### การออกแบบการวัด (Measurement design)

##### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มีจำนวน 4 ฉบับ โดยพิจารณาตามประเภทของแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการ ประเมิน ประกอบด้วย 1) แบบบันทึกข้อมูล (ผู้วิจัย) 2) แบบสัมภาษณ์ (คณบดี, ผู้อำนวยการหลักสูตร, อาจารย์ผู้สอน) 3) แบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อมูลนักศึกษา ความคิดเห็น และความพึงพอใจที่มีต่อการเรียน การสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด (นักศึกษา) และ 4) แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน (อาจารย์ ผู้สอน) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ซึ่งเป็นการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

ตารางที่ 1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำแนกตามองค์ประกอบ ตัวแปร และผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน

องค์ประกอบ	ตัวแปร	แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือวิจัย	เกณฑ์ประเมิน
1. บริบท	1.1 ความต้องการจำเป็นในการเรียนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ในระดับปริญญาโท	คณบดี, ผอ.หลักสูตร	แบบสัมภาษณ์	มีมติเป็นเอกฉันท์ (นำเสนอข้อมูลในเชิงคุณภาพ)
	1.2 คำอธิบายรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด	หลักสูตรฯ, ผู้วิจัย	แบบบันทึกข้อมูล	หัวข้อในคำอธิบายรายวิชา ≥ 80% สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน
	1.3 ความรู้พื้นฐานด้านสถิติของผู้เรียน	นักศึกษา	แบบสอบถาม	≥ 80% เคยเรียนวิชาสถิติพื้นฐาน
2. ปัจจัยนำเข้า	2.1 จำนวนอาจารย์ผู้สอนในรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด	โครงการสอน	แบบบันทึกข้อมูล	1 คน = ไม่เหมาะสม 2-3 คน = เหมาะสม 4 คนขึ้นไป = ไม่เหมาะสม (มากเกินไป)
	2.2 คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน	โครงการสอน	แบบบันทึกข้อมูล	100% จบตรงสาขา/เกี่ยวข้อง
	2.3 ประสบการณ์การสอนของอาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ผู้สอน	แบบบันทึกข้อมูล	100% เคยสอนสถิติมาแล้ว 1 ภาคการศึกษา
	2.4 ความพร้อมของโครงการสอน แผนการสอน และเอกสารประกอบการสอน	โครงการสอน, แผนการสอน, เอกสารประกอบการสอน	แบบบันทึกข้อมูล	<u>โครงการสอน</u> 3=โครงการสอนมีความสมบูรณ์ 2=โครงการสอนไม่สมบูรณ์ 1=ไม่มีโครงการสอน <u>แผนการสอน</u> 3=แผนการสอนมีความสมบูรณ์ 2=แผนการสอนไม่สมบูรณ์ 1=ไม่มีแผนการสอน <u>เอกสารประกอบการสอน</u> 3=เอกสารประกอบการสอนมีความสมบูรณ์ 2=เอกสารประกอบการสอนไม่สมบูรณ์ 1=ไม่มีเอกสารประกอบการสอน
	2.5 การจัดเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการสอน	แผนการสอน, สื่อการสอน	แบบบันทึกข้อมูล	3=มีสื่อการสอนครบทุกหัวข้อที่สอน 2=มีสื่อการสอนเฉพาะบางหัวข้อที่สอน 1=ไม่มีสื่อการสอน
3. กระบวนการ	3.1 วันและช่วงเวลาในการจัดการเรียนการสอนวิชา MTK 524	นักศึกษา	แบบสอบถาม	3=วันและช่วงเวลาเหมาะสม 2=วัน/ช่วงเวลาไม่เหมาะสม 1=วันและช่วงเวลาไม่เหมาะสม
	3.2 กิจกรรมการเรียนการสอน	นักศึกษา	แบบสอบถาม	4=กิจกรรมมีความหลากหลาย น่าสนใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง 3=กิจกรรมมีความหลากหลาย น่าสนใจ แต่ยังไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง 2=กิจกรรมไม่ค่อยหลากหลาย ไม่น่าสนใจ แต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้บ้าง 1=กิจกรรมไม่หลากหลาย ไม่น่าสนใจ และไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้



องค์ประกอบ	ตัวแปร	แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือวิจัย	เกณฑ์ประเมิน
	3.3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอน	นักศึกษา	แบบสอบถาม	3=ใช้เทคโนโลยีอย่างหลากหลายเพื่อช่วยในการสอน เช่น Projector, facebook, research database, statistical package ฯลฯ 2=ใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอนบ้าง แต่ยังไม่หลากหลาย 1=ไม่ใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอนเลย
	3.4 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน	นักศึกษา	แบบสอบถาม	≥ 3.51 จากมาตรฐานค่า 5 ระดับ
4. ผลผลิต	4.1 ร้อยละของนักศึกษาที่เข้าเรียนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด	อาจารย์ผู้สอน	แบบบันทึกข้อมูล	≥ 80% ของเวลาเรียนทั้งหมด (ครั้งที่ 1-14)
	4.2 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด	นักศึกษา	แบบสอบถาม	≥ 3.51 จากมาตรฐานค่า 5 ระดับ
	4.3 เกรดของนักศึกษาในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554	อาจารย์ผู้สอน	แบบบันทึกข้อมูล	≥ A- (หรือ 3.70)

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการประเมิน โดยใช้เครื่องมือวิจัยจำนวน 4 ฉบับที่สร้างขึ้น

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการจัดกลุ่มตามประเด็นที่ต้องการศึกษา (Qualitative themes)

#### ขั้นตอนและแผนดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 6 เดือน (ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-กรกฎาคม 2555) โดยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต และระยะที่ 2 การจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด

### ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต และระยะที่ 2 การจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด โดยมีการดำเนินงานในแต่ละระยะ ดังนี้

#### ระยะที่ 1 การประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต

1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 4 ฉบับ เพื่อนำมาใช้เก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ตามขอบเขตของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา และได้รับการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากที่ปรึกษาโครงการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเอง โดยใช้เครื่องมือ 4 ฉบับในข้อ (2) และใช้วิธีการเก็บทั้งในและนอกห้องเรียน
4. การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง และผลการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นข้อมูลในเชิงคุณภาพ จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และนำผลการวิเคราะห์มาจัดกลุ่มตามประเด็นที่ต้องการศึกษา และสรุปผล ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณจะใช้สถิติเชิงบรรยายมาช่วยวิเคราะห์ และแปลผลตามเกณฑ์ประเมินที่กำหนดไว้

#### ระยะที่ 2 การจัดทำข้อเสนอแนะ

1. การจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด
2. การจัดทำรูปเล่มวิจัย และการจัดเตรียมบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ลงในวารสาร/การประชุมวิชาการระดับชาติ/นานาชาติ

### แผนดำเนินการวิจัย

ตารางที่ 2 แผนดำเนินการวิจัย

กิจกรรม	พ.ศ. 2555												
	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.							
ระยะที่ 1 การสำรวจสภาพและปัญหา													
(1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	x	x											
(2) สร้างเครื่องมือวิจัย			x	x									
(3) เก็บรวบรวมข้อมูล				x	x	x	x	x	x				
(4) วิเคราะห์ข้อมูล									x	x	x		
ระยะที่ 2 การจัดทำข้อเสนอแนะและแนวทางในการแก้ปัญหา													
(1) จัดทำข้อเสนอแนะ											x	x	x

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยเชิงประเมิน (Evaluation research) โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ข้อ คือ (1) เพื่อประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 และ (2) เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด

ตอนที่ 5 ผลการประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต และข้อเสนอแนะของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน

#### 1.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการประเมิน

ตารางที่ 3 จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการประเมิน (ที่คาดหวัง และที่เก็บจริง)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการประเมิน	จำนวนที่	จำนวน
	คาดหวัง	ที่เก็บจริง
1. คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ	1	1
2. ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร	1	1
3. อาจารย์ผู้สอนวิชา MKT 524 (ภายใน และภายนอก)	3	1
4. นักศึกษาปริญญาเอกที่ลงทะเบียนเรียนวิชา MKT 524 ภาคการศึกษาที่ 2/2554	15	15
5. นักวิจัย (เก็บข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง)	1	1

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการประเมินมี 5 กลุ่ม แต่จะพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นอาจารย์ผู้สอนวิชา MKT 524 ซึ่งมีจำนวน 3 คน (อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 1 คน และอาจารย์ภายนอก จำนวน 2 คน) ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้เพียง 1 คนเท่านั้น สาเหตุเนื่องมาจากเกิดอุปสรรคในการติดต่อประสานงาน

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร จำนวน 15 คน ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา MKT 524 ในภาคการศึกษาที่ 2/2554 โดยใช้แบบสอบถามเรื่อง “ข้อมูลนักศึกษา ความคิดเห็น และความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนการสอนวิชา MKT 524” ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสารสนเทศที่ได้รับ จะนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิตของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา (N = 15)

ข้อคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านเคยเรียนวิชาการตลาดมาก่อนหรือไม่ในระดับปริญญาตรี		
1.1 เคย	12	80
1.2 ไม่เคย	3	20
2. วิชาการตลาดที่ท่านเคยเรียนเป็น		
2.1 การตลาดพื้นฐาน	12	80
2.2 การตลาดขั้นสูง	-	-
2.3 ไม่เคยเรียน	3	20
3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียน		
3.1 จำนวนครั้งที่ท่านลงทะเบียนในรายวิชานี้		
3.1.1 ครั้งแรก	12	80
3.1.2 ครั้งที่ 2	-	-
3.1.3 มากกว่า 2 ครั้ง	-	-
ไม่ตอบ	3	20
3.2 ท่านขาดเรียนวิชานี้จำนวนกี่ครั้ง		
3.2.1 ไม่เคยขาดเรียน	9	60
3.2.2 1-3 ครั้ง	2	13
3.2.3 มากกว่า 3 ครั้ง	1	7
ไม่ตอบ	3	20
3.3 ท่านเรียนวิชานี้ด้วยวิธีการใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
3.3.1 เข้าห้องเรียน	12	80

ข้อคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
3.3.2 เรียนผ่านเครือข่าย (Internet)	4	27
3.3.3 ศึกษาด้วยตนเอง	3	20
3.4 ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมใดบ้างในการเรียนวิชานี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
3.4.1 ฝึกปฏิบัติการ	12	80
3.4.2 ทำโครงการ/โครงการงาน	12	80
3.4.3 ทำวิจัย	-	-
3.4.4 เข้าร่วมสัมมนา	-	-
3.4.5 นำเสนอการศึกษาค้นคว้า	12	80
3.5 ท่านได้แสดงความคิดเห็นในชั้นเรียนหรือนอกชั้นเรียน		
3.5.1 มี	9	60
3.5.2 ไม่มี	3	20
ไม่ตอบ	3	20
3.6 ท่านปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย		
3.6.1 ไม่เคยเลย	-	-
3.6.2 น้อยครั้ง	-	-
3.6.3 บางครั้ง	-	-
3.6.4 เสมอ	12	80
ไม่ตอบ	3	20
3.7 ท่านตั้งใจ และทุ่มเทในการเรียน		
3.7.1 ไม่เคยเลย	-	-
3.7.2 น้อยครั้ง	-	-
3.7.3 บางครั้ง	-	-
3.7.4 เสมอ	12	80
ไม่ตอบ	3	20

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เคยเรียนวิชาการตลาดพื้นฐาน (Basic Marketing) มาก่อนในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 80) และเป็นการลงทะเบียนวิชา MKT 524 ครั้งแรกในภาคการศึกษาที่ 2/2554 และมากกว่าครั้งที่ไม่เคยขาดเรียน (ร้อยละ 60) สำหรับวิธีการเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่เรียนในห้องเรียน (ร้อยละ 80) แต่ก็มีบ้างที่เรียนผ่านเครือข่าย Internet (ร้อยละ 27) และศึกษาด้วยตนเอง (ร้อยละ 20) จากการสัมภาษณ์นักศึกษา พบว่า วิธีการที่นักศึกษาศึกษาด้วยตนเอง คือ การอ่านหนังสือเกี่ยวกับการตลาด นอกจากนี้พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เรียนโดยการฝึกปฏิบัติในห้องเรียน (ร้อยละ 80) มีการแสดงความคิดเห็น (ร้อยละ 60) ตั้งใจ ทุ่มเท และปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างสม่ำเสมอ (ร้อยละ 80)

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน

#### ตารางที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน

ข้อคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านที่ 1 วันและช่วงเวลาในการเรียนวิชา MKT 524</b>		
1. ท่านคิดว่า การจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 ในวันธรรมดา ภาควิชา เหมาะสมหรือไม่		
1.1 เหมาะสม	15	100
1.2 ไม่เหมาะสม	-	-
2. ท่านคิดว่า การจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 เป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมง ตั้งแต่ 18.00-21.00 น. เหมาะสมหรือไม่		
2.1 เหมาะสม	15	100
2.2 ไม่เหมาะสม	-	-
<b>ด้านที่ 2 กิจกรรมการเรียนการสอน (ประเมินโดยใช้ Scoring Rubrics)</b>		
1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนการสอนในวิชา MKT 524		
1.1 กิจกรรมมีความหลากหลาย น่าสนใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง	15	100
1.2 กิจกรรมมีความหลากหลาย น่าสนใจ แต่ยังไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง	-	-
1.3 กิจกรรมไม่ค่อยหลากหลาย ไม่น่าสนใจ แต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้บ้าง	-	-
1.4 กิจกรรมไม่หลากหลาย ไม่น่าสนใจ และไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	-	-
ไม่ตอบ	-	-
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอนวิชา MKT 524		
2.1 อาจารย์ผู้สอนใช้เทคโนโลยีอย่างหลากหลายเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการสอน เช่น Projector, facebook, research database, statistical package ฯลฯ	9	60
2.2 อาจารย์ผู้สอนใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอนบ้าง แต่ยังไม่หลากหลาย	6	40
2.3 อาจารย์ผู้สอนไม่ใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอนเลย	-	-
3. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน		
3.1 อาจารย์บรรยายอย่างเดียว ไม่มีการใช้คำถามเพื่อกระตุ้นผู้เรียน	-	-
3.2 อาจารย์บรรยายอย่างเดียว ไม่เคยถามผู้เรียน และจะตอบคำถามเฉพาะเมื่อผู้เรียนถาม	-	-
3.3 อาจารย์บรรยายและถามผู้เรียนบ้าง แต่ไม่บ่อยครั้ง	-	-
3.4 อาจารย์บรรยาย ถามผู้เรียน และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซักถาม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แต่ทำเฉพาะที่มีการเรียนการสอนในห้องเรียนเท่านั้น	3	20
3.5 อาจารย์บรรยาย ถามผู้เรียน และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซักถาม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างกว้างขวาง ทั้งในห้องเรียน นอกห้องเรียน และผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Blog, Webboard, Email, Social Network ต่างๆ เป็นต้น	12	80

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่า นักศึกษาทุกคน (ร้อยละ 100) เห็นว่าการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 ในวันธรรมดา ภาคค่ำ เป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมง ในช่วงเวลาตั้งแต่ 18.00-21.00 น. มีความเหมาะสมแล้ว และผลการสัมภาษณ์นักศึกษา พบว่า เหตุผลของนักศึกษา คือ วันธรรมดา ภาคค่ำ เหมาะสมสำหรับคนทำงาน เมื่อเลิกทำงานช่วงเย็นสามารถมาเรียนได้สะดวก และช่วงระยะเวลา 3 ชั่วโมง เพียงพอสำหรับการศึกษาเล่าเรียนและฝึกปฏิบัติการ เนื่องจากถ้าใช้เวลาน้อยไป นักศึกษาอาจไม่สามารถฝึกและทำได้ด้วยตนเอง (รู้ทฤษฎีแต่ปฏิบัติไม่เป็น)

#### ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.
<b>1. ด้านการจัดการเรียนการสอน</b>	<b>4.65</b>	<b>0.53</b>
1.1. การอธิบายและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการสอน ไว้อย่างชัดเจน เช่น ในครั้งแรกของการสอนมีการอธิบายโครงการสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดและประเมินผล เป็นต้น	4.60	0.51
1.2. การใช้วิธีสอนที่หลากหลายเหมาะสมกับเนื้อหาวิชา เพื่อให้ให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหามากขึ้นเช่น การบรรยายเนื้อหา การยกตัวอย่าง การสาธิต และการให้ฝึกปฏิบัติ	4.60	0.51
1.3 เนื้อหาในรายวิชาตรงตามที่กำหนดไว้ในโครงการสอน (Course Outline)	4.67	0.62
1.4 การสอนมุ่งเน้นให้นักศึกษาทำในสิ่งที่ถูกต้อง และมีคุณธรรมจริยธรรม	4.73	0.46
<b>2. ด้านการวัดและประเมินผล</b>	<b>4.45</b>	<b>0.59</b>
2.1 การแจ้งเกณฑ์การประเมินผลการเรียนอย่างชัดเจนล่วงหน้า	4.67	0.49
2.2 การวัดและประเมินผลการเรียนของผู้เรียนใช้วิธีการหลากหลาย เช่น การทำรายงาน การทำการบ้าน การทำชิ้นงาน การทดสอบย่อยระหว่างเรียนและการถามตอบในห้องเรียน เป็นต้น	4.67	0.62
2.3 การแจ้งผลการประเมินการเรียนรู้ให้ผู้เรียนทราบพร้อมทั้งอธิบายคำตอบ เช่น เฉลยข้อสอบ เฉลยการบ้าน ให้ข้อแนะนำในการปรับปรุงชิ้นงาน เป็นต้น	4.00	0.66
<b>3. ด้านคุณลักษณะอาจารย์</b>	<b>4.88</b>	<b>0.27</b>
3.1 อาจารย์เข้าสอนและเลิกสอนตรงเวลา	4.80	0.41
3.2 อาจารย์ใช้วาจาที่สุภาพเหมาะสม	4.80	0.41
3.3 อาจารย์แต่งกายสุภาพเรียบร้อย เหมาะสม	5.00	0.00
3.4 อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้าพบเพื่อปรึกษาหารือและให้คำแนะนำ	4.93	0.26
<b>4. ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</b>	<b>4.40</b>	<b>0.57</b>
4.1 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่อช่วยในการสอน เช่น E-learning, E-Library, LMS/LTAS, e-mail, Blog, Facebook, หรือ social network ต่างๆ เป็นต้น	4.40	0.63
4.2 การแนะนำหนังสือ แหล่งค้นคว้าเพิ่มเติม และ Website เพื่อศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	4.40	0.51
<b>รวม</b>	<b>4.60</b>	<b>0.49</b>

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่า ในภาพรวม นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.60$ , S.D. = 0.49) สำหรับด้านที่นักศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณลักษณะอาจารย์ ( $\bar{X} = 4.88$ , S.D. = 0.27) รองลงมา คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน ( $\bar{X} = 3.65$ , S.D. = 0.53) ด้านการวัดและประเมินผล ( $\bar{X} = 4.45$ , S.D. = 0.59) และด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.57) ตามลำดับ โดยคะแนนความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านการจัดการเรียนการสอน ประเด็นที่นักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ “การสอนมุ่งเน้นให้นักศึกษาทำในสิ่งที่ถูกต้อง และมีคุณธรรมจริยธรรม” โดยคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.73$ , S.D. = 0.46)

2. ด้านการวัดและประเมินผล ประเด็นที่นักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุดมี 2 ประเด็น คือ (1) “การแจ้งเกณฑ์การประเมินผลการเรียนอย่างชัดเจนล่วงหน้า” โดยคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.67$ , S.D. = 0.49) และ (2) “การวัดและประเมินผลการเรียนของผู้เรียนโดยวิธีการหลากหลาย เช่น การทำรายงาน การทำการบ้าน การทำชิ้นงาน การทดสอบย่อยระหว่างเรียนและการถามตอบในห้องเรียน เป็นต้น” โดยคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.67$ , S.D. = 0.62)

3. ด้านคุณลักษณะอาจารย์ ประเด็นที่นักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ “อาจารย์แต่งกายสุภาพเรียบร้อย เหมาะสม” โดยคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 5.00$ , S.D. = 0.00)

4. ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ประเด็นที่นักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุดมี 2 ประเด็น คือ (1) “การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่อช่วยในการสอน เช่น E-learning, E-Library, LMS/LTAS, e-mail, Blog, Facebook, หรือ social network ต่างๆ เป็นต้น” โดยคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.63) และ (2) “การแนะนำหนังสือ แหล่งค้นคว้าเพิ่มเติม และ Website เพื่อศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง” โดยคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.51)

นอกจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) ได้แก่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน และความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 ผู้วิจัยยังใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) ซึ่งเป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักศึกษา สรุปได้ดังนี้

### 1. เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน

1.1 ควรเพิ่มกรณีศึกษาที่เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดแล้วนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยการยกตัวอย่าง และการฝึกปฏิบัติเพื่อให้เข้าใจเนื้อหาวิชามากขึ้น



1.2 การสอนควรเน้นการฝึกจากกรณีศึกษาหรือสถานการณ์ที่เคยเกิดขึ้นจริง ทั้งที่ประสบปัญหาและประสบความสำเร็จมาแล้วในอดีตเป็นตัวอย่างประกอบ

## 2. เกี่ยวกับการวัดและประเมินผลการเรียน

2.1 ควรแนะนำวิธีการวัดและประเมินผลการเรียนว่าจะใช้วิธีการใดบ้าง การตัดเกรดมีกี่เกรด ละทำอย่างไร

## 3. เกี่ยวกับอาจารย์ผู้สอน

3.1 การจัดให้มีผู้สอนหลายท่าน เป็นสิ่งที่ดีทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ประสบการณ์ของอาจารย์แต่ละท่าน หากท่านได้นำมาเสนอเป็นตัวอย่างหรือกรณีศึกษา

3.2 อาจารย์ที่สอนทุกคน ควรได้ประชุมหรือสื่อสารกันว่า ท่านใดสอนเรื่องอะไร ไปแล้วบ้าง และจะเชื่อมโยงกันอย่างไร เพื่อให้การสอนเป็นไปในแนวทางเดียวกัน และนักศึกษาจะได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น รวดเร็ว และต่อเนื่อง

3.3 อาจารย์ผู้สอนทุกท่านมีความรู้และความสามารถมาก สามารถนำความรู้ต่างๆ ที่ได้รับมาใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

## 4. เกี่ยวกับสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

4.1 ควรเพิ่มการแนะนำการใช้เทคโนโลยีและ Social Network ต่าง ๆ ที่ทันสมัยตามสถานการณ์ ที่ และนำเสนอให้นักศึกษาได้รู้จัก เพื่อประโยชน์ในศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเองต่อไป

**ตอนที่ 5 ผลการประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต และข้อเสนอแนะของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด**

**ตารางที่ 7 ผลการประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต และข้อเสนอแนะของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524**

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ผลการประเมิน	ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ
1. บริบท	1.1 ความต้องการจำเป็นในการเรียนวิชาการจัดการการตลาดในการศึกษาระดับปริญญาโท	ผ่านเกณฑ์ (มีมติเป็นเอกฉันท์) คณบดี และ ผอ.หลักสูตร Executive M.B.A. เห็นพ้องตรงกันว่า การเรียนวิชาการจัดการการตลาดมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาระดับปริญญาโท	- ควรปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันสมัย ให้สอดคล้องกับสภาพก้าวหน้าทางการตลาด
	1.2 คำอธิบายรายวิชา MKT 524	ผ่านเกณฑ์ ประมาณร้อยละ 90 ที่หัวข้อในคำอธิบายรายวิชาสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน แต่หัวข้อที่กำหนดในคำอธิบายรายวิชายังเป็นคำที่ค่อนข้างกว้าง ไม่เจาะลึกในสิ่งที่เรียน	- คำอธิบายรายวิชาในหลักสูตร ควรกำหนดหัวข้อที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสภาพการแข่งขันทางการตลาด
	1.3 ความรู้พื้นฐานด้านสถิติของผู้เรียน	ผ่านเกณฑ์ นักศึกษาจำนวน 15 คน (ร้อยละ 80) เคย	-ในการจัดการเรียนการสอนในวิชาการจัดการการตลาด อาจารย์ผู้สอนควรทบทวนเนื้อหาของ

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ผลการประเมิน	ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ
		เรียนวิชาการตลาดมาในระดับปริญญาตรี	การตลาดพื้นฐานให้นักศึกษาทราบก่อน เพื่อให้ทุกคนมีความเข้าใจตรงกัน และเพื่อเป็นการปรับพื้นฐานของนักศึกษาให้อยู่ในระดับเดียวกัน
2. ปัจจัยนำเข้า	2.1 จำนวนอาจารย์ผู้สอน ในรายวิชา MKT524	ผ่านเกณฑ์ รายวิชา MKT 524 มีผู้สอน 3 คน (1 คนเป็นอาจารย์ประจำ ส่วนอีก 2 คน เป็น ผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก)	-การกำหนดจำนวนอาจารย์ผู้สอนในระดับ ปริญญาโท ควรทำตามนโยบายของมหาวิทยาลัย ศรีปทุม คือ มีอาจารย์ผู้สอน 3 คนต่อ 1 วิชา (ไม่ควรมีเพียง 1 คน ซึ่งน้อยเกินไป หรือ 4 คน ขึ้นไป ซึ่งมากเกินไปจนจำเป็น) -การกำหนดสัดส่วนผู้สอนที่เป็นอาจารย์ประจำ กับผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ทำได้อย่างยืดหยุ่นตาม ความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับความพร้อมของ มหาวิทยาลัย แต่ควรพิจารณาอาจารย์ประจำ ภายในที่มีศักยภาพก่อน
	2.2 คุณวุฒิของอาจารย์ ผู้สอน	ผ่านเกณฑ์ อาจารย์ผู้สอน 1 คน สำเร็จปริญญาเอกใน สาขาวิชาการตลาด อีก 1 ได้รับคุณวุฒิปรัชญา กิตติมศักดิ์ สาขาวิชาการจัดการ แต่สำเร็จ ปริญญาโท สาขาการตลาด และอีก 1 คน สำเร็จปริญญาโทในสาขาวิชาการจัดการ และกลยุทธ์	-อาจารย์ผู้สอน 1 คนสำเร็จปริญญาเอกมาทาง สาขาวิชาการตลาดโดยตรง อาจารย์ผู้สอน 1 อีก 1 คน สำเร็จปริญญาโททางสาขาวิชาการตลาด และอาจารย์ผู้สอน 1 คน สำเร็จปริญญาโทใน สาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง -ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่เชิญมาสอน สำเร็จ ปริญญาโททางด้านสาขาวิชาการตลาดและสาขา ที่เกี่ยวข้อง ทำให้เนื้อหาวิชามีความแข็งแกร่ง ทางวิชาการมากขึ้น
	2.3 ประสบการณ์การ สอนของอาจารย์ผู้สอน	ผ่านเกณฑ์ อาจารย์ผู้สอน 3 คน เคยสอนวิชา MKT 524 มาแล้วในภาคการศึกษาที่ 2/2553	-ควรส่งอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีปทุม ไปอบรมเพิ่มเติม เพื่อให้อาจารย์ได้พัฒนาตนเอง ทางด้านการตลาดมากยิ่งขึ้น
	2.4 ความพร้อมของ โครงการสอน แผนการ สอน และเอกสาร ประกอบการสอน	ผ่านเกณฑ์ 1. โครงการสอน 2. แผนการสอน 3. เอกสารประกอบการสอน เอกสารทั้ง 3 ประเภท มีความสมบูรณ์	-โครงการสอน แผนการสอน และเอกสาร ประกอบการสอน ทำโดยอาจารย์ผู้สอนคนเดียว -ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก มักจะเตรียมเอกสาร ประกอบการสอนมาเอง -ควรมีการประชุมเพื่อวางแผนร่วมกันระหว่าง ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกและอาจารย์ประจำ เพื่อ กำหนดหัวข้อการสอน และวางแผนการใช้ เอกสารประกอบการสอนร่วมกัน
	2.5 การจัดเตรียมสื่อที่ใช้ ประกอบการสอน	ผ่านเกณฑ์ - ทุกหัวข้อมีสื่อการสอนหลัก คือ PowerPoint แต่บางหัวข้ออาจมีเอกสาร เพิ่มเติม	-มหาวิทยาลัยอาจเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการ สอนอื่นๆเพิ่มเติม เพื่ออำนวยความสะดวก
3. กระบวนการ	3.1 วันและช่วงเวลาใน การจัดการเรียนการสอน วิชา MKT 524	ผ่านเกณฑ์ นักศึกษาทุกคน (ร้อยละ 100) เห็นว่าการ เรียนในวันธรรมดา ภาคค่ำ (18.00-21.00 น.) มีความเหมาะสมดีแล้ว	-หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนัก บริหาร ควรเปิดสอนในวันธรรมดา ภาคค่ำ 18.00-21.00 น.) ต่อไป -ควรกำหนดหน่วยกิตในวิชา MKT 524 เท่ากับ จำนวน 3 หน่วยกิตเหมือนเดิม

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ผลการประเมิน	ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ
3.2 กิจกรรมการเรียนการสอน	ตัวแปร	ผ่านเกณฑ์ - นักศึกษาทุกคน (ร้อยละ 100) เห็นว่า กิจกรรมมีความหลากหลาย น่าสนใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง	-มีนักศึกษาทุกคน ที่เห็นว่า กิจกรรมมีความหลากหลาย น่าสนใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง -ควรส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนทั้ง 3 เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ตลอดจนควรให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติกรณีศึกษาทั้งที่ประสบความสำเร็จและประสบความสำเร็จล้มเหลว เพื่อจะได้นำไปใช้ได้จริงในการบริหารธุรกิจต่อไป
3.3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอน	ผ่านเกณฑ์	-นักศึกษาร้อยละ 60 เห็นว่า อาจารย์ผู้สอนใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอนบ้าง แต่ยังไม่หลากหลาย -นักศึกษาร้อยละ 40 เห็นว่า อาจารย์ผู้สอนใช้เทคโนโลยีอย่างหลากหลายเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการสอน เช่น Projector, Facebook, Research Database, Statistical Package ฯลฯ	-ควรส่งเสริมและกระตุ้นให้อาจารย์ผู้สอนทุกคนใช้เทคโนโลยีอย่างหลากหลายเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการสอน โดยเฉพาะ ICT เช่น Projector, facebook, research database, statistical package ฯลฯ
3.4 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน	ผ่านเกณฑ์	- นักศึกษาร้อยละ 80 เห็นว่า อาจารย์บรรยาย ถามผู้เรียน และเปิดโอกาสให้ผู้เรียน ได้ซักถาม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างกว้างขวาง ทั้งในห้องเรียน นอกห้องเรียน และผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Blog, Webboard, Email, Social Network ต่างๆ เป็นต้น - นักศึกษาร้อยละ 20 เห็นว่า อาจารย์บรรยาย ถามผู้เรียน และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนซักถาม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้แต่ทำเฉพาะที่มีการเรียนการสอนในห้องเรียนเท่านั้น	-แม้จะผ่านเกณฑ์ แต่ก็ควรส่งเสริมให้มีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียนการสอนให้มากขึ้น เนื่องจากว่า ยังมีนักศึกษ้อีกร้อยละ 20 ที่ยังเห็นว่าอาจารย์บรรยายและถามผู้เรียนเฉพาะที่มีการเรียนการสอนในห้องเรียนเท่านั้น
4. ผลผลิต	4.1 ร้อยละของนักศึกษาที่เข้าเรียนวิชา MKT 524	ผ่านเกณฑ์ -นักศึกษาร้อยละ 80 เข้าห้องเรียนทุกครั้ง (ครั้งที่ 1-14) -นักศึกษาร้อยละ 20 เรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet network)	-นอกจากการเข้าห้องเรียนแล้ว อาจารย์ผู้สอนอาจแนะนำให้นักศึกษาได้ไปศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การเรียนผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ (eLearning) หรือ การศึกษา ค้นคว้า และเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านการอ่านตำรา หนังสือ บทความต่างๆ
	4.2 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนวิชา MKT 524	ผ่านเกณฑ์ - ในภาพรวม คณะเน้นการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนวิชา MKT 524 มีค่าเท่ากับ 4.60 (ระดับดีมาก) - ด้านที่นักศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุด	-ควรมีการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาทุกภาคการศึกษา เพื่อให้ทราบ Feedback -ควรพิจารณาวิธีการเชิงคุณภาพมาใช้ในการเก็บข้อมูลความพึงพอใจ เช่น สุ่มนักศึกษามาสัมภาษณ์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ เป็นต้น -อาจารย์ผู้สอนควรแจ้ง อธิบาย และใช้วิธีการวัด

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ผลการประเมิน	ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ
		คือ ด้านคุณลักษณะอาจารย์ (4.88) รองมาคือ ด้านการจัดการเรียนการสอน (4.65) ด้านการวัดและประเมินผล (4.45) และด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (4.40) โดยคะแนนความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับดีมาก	และประเมินผลการสอนที่หลากหลาย เพื่อให้ นักศึกษาทราบ เข้าใจ และยอมรับในวิธีการวัด ประเมิน และตัดเกรด ที่บริสุทธิ์และยุติธรรม
4.3	เกรดของนักศึกษาในวิชา MKT 524 ภาคการศึกษาที่ 2/2554	ผ่านเกณฑ์ เกรดเฉลี่ยในวิชา MKT 524 สำหรับนักศึกษา จำนวน 15 คน เท่ากับ 3.92	$\geq A-$ (หรือ 3.70)

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า ในภาพรวม การประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 ผ่านเกณฑ์ในทุกตัวแปร (จำนวน 15 ตัวแปร) ได้แก่ ด้านบริบท (จำนวน 3 ตัวแปร) ด้านปัจจัยนำเข้า (จำนวน 5 ตัวแปร) ด้านกระบวนการ (จำนวน 4 ตัวแปร) และด้านผลผลิต (จำนวน 3 ตัวแปร) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะผ่านเกณฑ์การประเมินทุกตัวแปร แต่มีบางด้าน และบางตัวแปรที่ควรนำมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงต่อไป สรุปได้ดังนี้

1. ด้านบริบท ผ่านเกณฑ์ทุกตัวแปร และไม่มีตัวแปรที่ต้องพิจารณาเป็นพิเศษ
2. ด้านปัจจัยนำเข้า ผ่านเกณฑ์ทุกตัวแปร และมี 4 ตัวแปรที่ควรพิจารณาปรับปรุง ได้แก่
  - 2.1 คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน
  - 2.2 ประสบการณ์การสอนของอาจารย์ผู้สอน
  - 2.3 ความพร้อมของ โครงการสอน แผนการสอน และเอกสารประกอบการสอน
  - 2.4 การจัดเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการสอน
3. ด้านกระบวนการ ผ่านเกณฑ์ทุกตัวแปร และมี 3 ตัวแปรที่ควรพิจารณาปรับปรุง ได้แก่
  - 3.1 กิจกรรมการเรียนการสอน
  - 3.2 การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอน
  - 3.3 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
4. ด้านผลผลิต ผ่านเกณฑ์ทุกตัวแปร และไม่มีตัวแปรที่ต้องพิจารณาเป็นพิเศษ

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยเชิงประเมิน (Evaluation research) โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ข้อ คือ (1) เพื่อประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 และ (2) เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด

แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลในการประเมิน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร โครงการสอนและแผนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 และเอกสารประกอบการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด และ (2) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ จำนวน 1 คน ผู้อำนวยการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร จำนวน 1 คน อาจารย์ผู้สอนวิชา MKT 524 ภาคการศึกษาที่ 2/2554 จำนวน 3 คน และนักศึกษาที่ลงทะเบียนในรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 จำนวน 15 คน โดยผู้ให้ข้อมูลทุกคนเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) ที่ได้มาจากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวน 4 ฉบับ โดยพิจารณาตามประเภทของแหล่งข้อมูล หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการประเมิน ประกอบด้วย (1) แบบบันทึกข้อมูล (2) แบบสัมภาษณ์ (3) แบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อมูลนักศึกษา ความคิดเห็น และความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด และ (4) แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน

การวิจัยครั้งใช้ระยะเวลา จำนวน 6 เดือน (กุมภาพันธ์-กรกฎาคม 2555) แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต และระยะที่ 2 จัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการประเมิน ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการจัดกลุ่มตามประเด็นที่ข้องการศึกษา (Qualitative themes)

## สรุปผลการวิจัย

เป็นการสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2 ข้อ ดังนี้

1. การประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต ของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ภาคการศึกษาที่ 2/2554 พบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกตัวแปร รวมจำนวน 15 ตัวแปร ประกอบด้วย ด้านบริบท จำนวน 3 ตัวแปร ด้านปัจจัยนำเข้า จำนวน 5 ตัวแปร ด้านกระบวนการ จำนวน 4 ตัวแปร และด้านผลผลิต จำนวน 3 ตัวแปร สำหรับด้านและตัวแปรที่ควรนำมาพิจารณาเป็นพิเศษเพื่อปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น มีจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านปัจจัยนำเข้า และ (2) ด้านกระบวนการ สำหรับด้านปัจจัยนำเข้า มี 4 ตัวแปร ได้แก่ (1) คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน (2) ประสบการณ์การสอนของอาจารย์ผู้สอน (3) ความพร้อมของโครงการสอน แผนการสอน และเอกสารประกอบการสอน และ (4) การจัดเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการสอน ส่วนด้านด้านกระบวนการ มี 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) กิจกรรมการเรียนการสอน (2) การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอน และ (3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน ส่วนด้านบริบทและด้านผลผลิต ผ่านเกณฑ์ทุกตัวแปร และไม่มีตัวแปรใดที่ต้องได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

2. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด สรุปได้ดังนี้

### 2.1 ด้านบริบท (Context)

2.1.2 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร ควรบรรจุวิชาการจัดการการตลาดไว้ในหลักสูตรและแผนการศึกษา

2.1.2 ควรปรับคำอธิบายรายวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ให้ทันสมัย โดยให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของโลกในยุคปัจจุบัน

2.1.3 อาจารย์ผู้สอนควรทบทวนเนื้อหาวิชาการจัดการการตลาดให้นักศึกษาก่อน เพื่อปรับพื้นฐานของนักศึกษาให้อยู่ในระดับเดียวกัน

### 2.2 ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)

2.2.1 การกำหนดจำนวนอาจารย์ผู้สอนในระดับปริญญาโท ยังคงควรทำตามนโยบายของมหาวิทยาลัยศรีปทุม คือ จัดให้มีอาจารย์ผู้สอน 3 คนต่อ 1 วิชา โดยให้อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยเป็นเจ้าของวิชา

2.2.2 การเลือกผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก จำนวน 2 คน มาช่วยสอน ควรจบปริญญาเอกมาทางการตลาดโดยตรง จะทำให้นี้อาจารย์มีความแข็งแกร่งทางวิชาการมากขึ้น

2.2.3 ควรส่งอาจารย์ประจำวิชา ไปอบรมเพิ่มเติม เพื่อให้อาจารย์ได้พัฒนาตนเอง และนำความรู้ใหม่ ๆ หรือกลยุทธ์ทางการตลาดมาพัฒนาการเรียนการสอน

2.2.4 ควรมีการประชุมเพื่อวางแผนร่วมกันระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอกและอาจารย์ประจำวิชา เพื่อกำหนดหัวข้อการสอน และวางแผนการใช้เอกสารประกอบการสอน ร่วมกัน

2.2.5 มหาวิทยาลัยอาจเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการสอนอื่นๆเพิ่มเติม เพื่ออำนวยความสะดวก

### 2.3 ด้านกระบวนการ (Process)

2.3.1 ในปีการศึกษา 2555 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับ นักบริหารควรเปิดสอนในธรรมดา ภาคค่ำ (18.00-21.00 น.) ต่อไป และควรกำหนดหน่วยกิตในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด เท่ากับจำนวน 3 หน่วยกิตเหมือนเดิม

2.3.2 ควรส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนทั้ง 3 คน จัดให้มีกิจกรรมการเรียน การสอนที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ตลอดจนควรให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติจาก กรณีศึกษาจากสถานการณ์ที่ประสบความสำเร็จและประสบความล้มเหลว เพื่อจะได้นำไปใช้ได้จริงใน การบริหารธุรกิจต่อไป

2.3.3 ควรส่งเสริมและกระตุ้นให้อาจารย์ผู้สอนใช้เทคโนโลยีอย่าง หลากหลายเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการสอน โดยเฉพาะ ICT เช่น Projector, research database, statistical package, e-book, eLearning ฯลฯ และสื่อสังคม (Social media) ต่างๆ เช่น facebook, twitter, blog ฯลฯ

2.3.4 ควรส่งเสริมให้มีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนและนักศึกษามีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กันมากขึ้น

### 2.4 ด้านผลผลิต (Output)

2.4.1 ควรแนะนำให้นักศึกษาได้ไปศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยวิธีการ ที่หลากหลาย เช่น การเรียนผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ (eLearning) หรือการศึกษา ค้นคว้า และเรียนรู้ด้วย ตนเองผ่านการอ่านตำรา หนังสือ บทความต่างๆ

2.4.2 ควรมีการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการ เรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาดในทุกภาคการศึกษา เพื่อให้ทราบ Feedback และควร พิจารณาวิธีการเชิงคุณภาพมาใช้ในการเก็บข้อมูลความพึงพอใจ เช่น สุ่มนักศึกษามาสัมภาษณ์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจ เป็นต้น

2.4.3 อาจารย์ผู้สอนควรแจ้ง อธิบาย และใช้วิธีการวัดและประเมินผล การสอนที่หลากหลาย เพื่อให้ นักศึกษาทราบ เข้าใจ และยอมรับในวิธีการวัดและประเมินผลที่นำมาใช้ ตลอดจนวิธีการตัดเกรดที่บริสุทธิ์และยุติธรรม

## อภิปรายผลการวิจัย

เป็นการอภิปรายผลตามข้อค้นพบจากการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

1. การประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด โดยการประยุกต์ใช้โมเดล CIPP (Stufflebeam, 1971 ถือว่าเป็นการเลือกโมเดลมาใช้ได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากครอบคลุมกระบวนการจัดการเรียนการสอน (ก่อน ระหว่าง และหลังการสอน) ตลอดจนครบตามองค์ประกอบของการประเมินที่ดี คือ มีการประเมินความก้าวหน้า (Formative evaluation) และการประเมินสรุปรวม (Summative evaluation) โดยเฉพาะผลการประเมินจะทำให้ได้สารสนเทศที่สำคัญที่นำไปสู่การตัดสินใจต่อไปในปีการศึกษา 2555 (สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, 2544; เยาวดี ราชย์กุล วิบูลย์ศรี, 2544) แม้ว่าผลการประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต ของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด จะผ่านเกณฑ์ในทุกตัวแปร (15 ตัวแปร) แต่ก็พบว่า บางด้านไม่จำเป็นต้องนำตัวแปรมาพิจารณาเป็นพิเศษ เนื่องจากผลการดำเนินงานคืออยู่แล้ว ได้แก่ ด้านบริบท และด้านผลผลิต ส่วนด้านที่ควรนำตัวแปรนำมาพิจารณาเป็นพิเศษเพื่อปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น มีจำนวน 2 ด้าน คือ ด้านปัจจัยนำเข้า และด้านกระบวนการ

สำหรับด้านปัจจัยนำเข้า มี 4 ตัวแปร ได้แก่

### 1. คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน

การสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร จำเป็นต้องมีอาจารย์ผู้สอนที่จบในระดับปริญญาเอก โดยเฉพาะการสอนวิชาการจัดการการตลาด ควรจะมีอาจารย์ผู้สอนที่จบปริญญาเอกมาทางด้านการตลาดโดยตรง จะทำให้องค์ความรู้ (Body of knowledge) ที่สอนมีความเข้มข้น และนักศึกษาได้รับการพัฒนาให้มีความรู้และความแข็งแกร่งทางวิชาการ แต่ในภาคการศึกษาที่ 2/2554 ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่เชิญมาสอนในวิชา MKT 524 จำนวน 2 คน มีประสบการณ์ทางด้านของงานที่เกี่ยวกับการจัดการการตลาดโดยตรง

### 2. ประสบการณ์การสอนของอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้สอนจำนวน 3 คน ที่ทำหน้าที่สอนวิชา MKT 524 ในภาคการศึกษาที่ 2/2554 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาทางด้านการตลาด และมีประสบการณ์การทำงานทางด้านการตลาดและอยู่ในแวดวงการบริหารธุรกิจโดยตรง ดังนั้น การนำกรณีศึกษาต่าง ๆ มาให้นักศึกษาได้เรียนรู้และปฏิบัติ จึงสอดคล้องกับธรรมชาติของสาขาวิชา และเพื่อเป็นส่งเสริมให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ที่ตรงกับสาขาวิชาที่เรียน และสามารถนำไปปรับใช้กับการบริหารธุรกิจของตนเองได้ต่อไป

อย่างไรก็ตาม นโยบายของมหาวิทยาลัยศรีปทุมที่กำหนดให้การเรียนการสอนในระดับปริญญาโท ควรจัดให้มีอาจารย์ผู้สอน 3 คนต่อ 1 วิชา เป็นสิ่งที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของการสอนแบบทีม (Team teaching method) (Espinor, 2009; Anderson & Speck, 1998; ศรีวิไล พลมณี, 2542) เพราะนักศึกษาเห็นว่าได้มีโอกาสเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่หลากหลายจากผู้เชี่ยวชาญที่มาจากหน่วยงานต่างๆ



### 3. ความพร้อมของโครงการสอน แผนการสอน และเอกสารประกอบการสอน

โครงการสอน แผนการสอน และเอกสารประกอบการสอน มีความพร้อมอยู่ในระดับที่สมบูรณ์ แต่ผู้จัดทำยังเป็นอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยที่เป็นเจ้าของวิชาเพียงคนเดียว โดยที่อาจารย์ผู้สอน จำนวน 3 คนไม่มีการประชุม และวางแผนร่วมกัน ทำให้การเรียนการสอนในบางหัวข้อ นักศึกษาไม่สามารถเรียนได้อย่างต่อเนื่อง

### 4. การจัดเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการสอน

สื่อหลักที่ใช้ประกอบการสอน คือ PowerPoint ซึ่งมีข้อดี คือ อาจารย์ไม่เสียเวลาไปกับการเตรียมข้อมูลเพื่อสอนมาก และนักศึกษาเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว แต่จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า สื่ออื่นๆ เช่น สื่อออนไลน์ เป็นต้น อาจารย์ผู้สอนยังนำมาใช้น้อย ในปีการศึกษา 2555 ควรจะมีการกระตุ้นให้อาจารย์ผู้สอนประยุกต์ใช้ ICT ให้เป็นประโยชน์ต่อการสอนมากขึ้น สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศรีปทุมที่ระบุว่า “โดดเด่นด้านไอซีที (Outstanding in ICT)”

สำหรับด้านกระบวนการ มี 3 ตัวแปร ได้แก่

#### 1. กิจกรรมการเรียนการสอน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อาจารย์ผู้สอนยังไม่ค่อยมีกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย โดยเฉพาะการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Student-centered approach) (เอียน สมิต และอนงค์ วิเศษสุวรรณ, 2550; กฤษณา คิตติ, 2547) ซึ่งการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เป็นสาระสำคัญที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2542) และสถานศึกษาทุกแห่ง ไม่ว่าจะระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน อาชีววะ และอุดมศึกษา จะต้องยึดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม ในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด อาจารย์ผู้สอนควรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติจากกรณีศึกษาให้มากขึ้น โดยให้นักศึกษาได้เรียนรู้ด้วยตนเอง ฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง จนสุดท้ายค้นพบองค์ความรู้ด้วยตนเอง

#### 2. การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอน

เทคโนโลยีทางการศึกษา (Educational technology) มีความจำเป็น และมีความสำคัญยิ่งต่อการจัดการศึกษาในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and communication technology: ICT) เพื่อการศึกษา มีความสำคัญต่อการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา ตามที่ระบุไว้ใน “แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2554-2556” (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ และสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554) ดังนั้น การเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด จำเป็นต้องส่งเสริมและกระตุ้นให้อาจารย์ผู้สอนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างหลากหลาย เช่น e-book, eLearning, social media (facebook, twitter ฯลฯ) เป็นต้น รวมไปถึงเทคโนโลยีต่างๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสอน เช่น visualizer, research database, statistical package (SPSS, LISREL, HLM, Mplus, AMOS ฯลฯ) เป็นต้น

### 3. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เป็นตัวแปรหนึ่งที่สำคัญที่ส่งผลทำให้การเรียนประสบความสำเร็จ หรือล้มเหลว การสร้างบรรยากาศในการเรียนที่ดี หรือการที่ผู้สอนและผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ที่ดีต่อกัน จะช่วยให้ผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้ที่เกิดจากการเรียนอย่างกระตือรือร้น (Active learning) และรู้ตัว (Self - awareness) (พรนภิส ดาราสว่าง, 2555) ดังนั้น ในการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ในปีการศึกษา 2555 ควรส่งเสริมให้มีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียนการสอน โดยอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษามีปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น

2. การประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิตของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ทำให้ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2555 สำหรับข้อเสนอแนะจำนวน 15 ข้อ ได้แก่ ด้านบริบท จำนวน 3 ข้อ ด้านปัจจัยนำเข้า จำนวน 5 ข้อ ด้านกระบวนการ จำนวน 4 ข้อ และด้านผลผลิต จำนวน 3 ข้อ จะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ (Stakeholders) ได้แก่ คณะบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ ผู้อำนวยการหลักสูตร เลขานุการหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ได้นำผลการประเมินในครั้งนี้ไปวางแผนการดำเนินงานต่อไปในปีการศึกษา 2555 และมีการติดตามเพื่อนำผลมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะ

##### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผลการประเมินบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิตของการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ควรนำไปใช้ประกอบการจัดทำแผนการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ในปีการศึกษา 2555 ต่อไป


1.2 ควรแจ้งผลการประเมินและข้อเสนอแนะให้กับผู้รับผิดชอบได้รับทราบ (ในแต่ละด้าน และตัวแปร) และกำหนดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานเป็นระยะ

##### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เฉพาะในด้านปัจจัยนำเข้า และด้านกระบวนการ เนื่องจากเป็นด้านที่มีตัวแปรบางตัว ควรได้รับการพิจารณานำมาพัฒนาหรือปรับปรุงให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ด้านปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ประสิทธิภาพการสอนของอาจารย์ผู้สอน ความพร้อมของโครงการสอน แผนการสอน และเอกสารประกอบการสอน และการจัดเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการสอน ด้านกระบวนการ ประกอบด้วย กิจกรรมการเรียนการสอน การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

2.2 ในการพัฒนาหัวข้อวิจัยในครั้งต่อไปสำหรับวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ไม่ควรกำหนดหัวข้อวิจัยในลักษณะการสำรวจสภาพหรือปัญหา แต่ควรระบุปัญหาให้ชัดเจน และหาวิธีการแก้ไขปัญหาดังนั้น งานวิจัยที่แนะนำให้ทำต่อไป คือ การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental research) เช่น การทดลองใช้เทคนิคการสอน หรือวิธีการสอนแบบใหม่ๆ ที่ช่วยให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ดีขึ้น มีแรงจูงใจในการเรียนเพิ่มมากขึ้น หรือมีความมุ่งมั่นในการเรียนเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

2.3 การทำวิจัยเชิงประเมินในครั้งต่อไป อาจพิจารณาโมเดลการประเมินแบบอื่นๆ นอกจากโมเดล CIPP หรือโมเดล UFE เช่น โมเดล CIPIEST (Stufflebeam & Shinkfield, 2007; Stufflebeam, Gulickson & Wingate, 2002) เป็นต้น โมเดล CIPIEST เป็นโมเดลที่ปรับมาจากโมเดล CIPP โดยขยายการประเมินผลผลิต (Product) ออกเป็นการประเมินผลกระทบ (Impact) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ความยั่งยืน (Sustainability) และการถ่ายทอดส่งต่อ (Transportability) ซึ่งโมเดล CIPIEST นี้เป็นโมเดลการประเมินที่ครอบคลุมทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของสิ่งที่ประเมิน



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- เกรียงไกร คล้ายกล้า. (2551). อิทธิพลของการสอนงานและการเอื้ออำนวยที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาสถิติประยุกต์ทางพฤติกรรมศาสตร์ 1. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถิติ การศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณา คิคคี. (2547). การพัฒนารูปแบบการประเมินการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บรรจงเสก ทรัพย์โสภ. (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความวิตกกังวลในวิชาสถิติ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาสถิติของนิสิตคณะครุศาสตร์: การวิเคราะห์กลุ่มพหุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรนภิส ดาราสว่าง. (2555). การสร้างบรรยากาศในห้องเรียนที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้. สืบค้นจากเว็บไซต์ <http://www.moobankru.com/teacharticle1.html> (วันที่ 8 สิงหาคม 2555).
- เขาวดี ราชชัยกุล วิบูลย์ศรี. (2544). การประเมินโครงการ: แนวคิดและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีวิไล พลมณี. (2542). รายงานการวิจัย เรื่อง การสอนเป็นคณะ (Team Teaching). ภาควิชามัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมคิด พรหมจ้อย. (2550). เทคนิคการประเมินโครงการ. นนทบุรี: จตุพรดีไซน์.
- สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2544). วิธีวิทยาการประเมินศาสตร์แห่งคุณค่า. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ และสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2554). แผนแม่บท เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2554-2556. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ร่วมกับสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อุทุมพร จามรมาน. (2539). การสอนวิชาสถิติการศึกษา. วารสารวิจัยสังคมศาสตร์, มิถุนายน 2539, 7-8.
- เอียน สมธิ และอนงค์ วิเศษสุวรรณ. (2550). การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Facilitating Student-Centered Learning). วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 18 (2), 1-10.

**ภาษาอังกฤษ**

Anderson, R. S. & Speck, B. W. (1998). "Oh what a difference a team makes": Why team teaching makes a difference, **Teaching and Teacher Education**, 14 (7), 671–686.

Bauwens, J. & Hourcade, J. J. (1995). **Cooperative Teaching: Rebuilding the Schoolhouse for All Students**. Austin, TX: Pro-Ed.

Espinor, D. (2009). **Co Teaching Handbook**. School of Education, Seattle Pacific University.

Patton, M. Q. (1997). **Utilization-Focused Evaluation: the New Century Text**. 3rd ed. California: Sage Publications.

Stufflebeam, D.L. (1971). The relevance of the CIPP evaluation model for educational accountability. **Journal of Research and Development in Education**. 5(1), pp. 19-25.

Stufflebeam, D.L., Gulickson, A. and Wingate, L. (2002). **The Spirit of Consuelo: An Evaluation of Ke Aka Hōona**. The Evaluation Center, Western Michigan University.

Stufflebeam, D.L. & Shinkfield, A. J. (2007). **Evaluation Theory, Models and Applications**. San Francisco: Jossey-Bass.



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

### แบบสอบถาม

เพื่อประกอบการประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด  
[สำหรับนักศึกษา]

#### คำชี้แจง

(1) แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาด ข้อมูลที่ได้รับจะนำมาใช้ประกอบการประเมินการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 โดยข้อมูลและสารสนเทศที่ได้รับจะนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

(2) แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอน และตอนที่ 4 ความความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัย : อาจารย์นิตินันท์ สนตุ่น เลขานุการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร  
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตพญาไท  
โทรศัพท์ : 081-564-8898, อีเมล nithinan.so@spu.ac.th

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ท่านเคยเรียนวิชาการตลาดมาก่อนหรือไม่ในระดับปริญญาตรี  เคย  ไม่เคย

(ถ้าตอบ “ไม่เคย” ข้ามไปตอบในตอนที่ 2)

1.2 วิชาการตลาดที่ท่านเคยเรียนเป็น  การตลาดพื้นฐาน  การตลาดขั้นสูง

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียน

(1) จำนวนครั้งที่ท่านลงทะเบียนในรายวิชานี้  ครั้งแรก  ครั้งที่ 2  มากกว่า 2 ครั้ง

(2) ท่านขาดเรียนวิชานี้จำนวนกี่ครั้ง  ไม่เคยขาดเรียน  1-3 ครั้ง  มากกว่า 3 ครั้ง

(3) ท่านเรียนวิชานี้ด้วยวิธีการใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เข้าห้องเรียน

เรียนผ่านเครือข่าย (Internet)

ศึกษาด้วยตนเองด้วยวิธี (โปรดระบุ).....

(4) ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมใดบ้างในการเรียนวิชานี้

ฝึกปฏิบัติการ

เข้าร่วมสัมมนา

ทำโครงการ/รายงาน

นำเสนอรายงานการศึกษาค้นคว้า

ทำวิจัย

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

(5) ท่านได้แสดงความคิดเห็นในชั้นเรียนหรือนอกชั้นเรียน  มี  ไม่มี

(6) ท่านปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย  ไม่เคยเลย  น้อยครั้ง  บางครั้ง  สม่าเสมอ

(7) ท่านตั้งใจ และทุ่มเทในการเรียน  ไม่เคยเลย  น้อยครั้ง  บางครั้ง  สม่าเสมอ

## ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน

### 2.1 วันและช่วงเวลาในการเรียนวิชา MKT 524

2.1.1 ท่านคิดว่า การจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 ในวันธรรมดา ภาคน้ำเหมาะสมหรือไม่

เหมาะสม

ไม่เหมาะสม

เพราะ.....

2.1.2 ท่านคิดว่า การจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 เป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมง ตั้งแต่ 18.00-21.00 เหมาะสมหรือไม่

เหมาะสม

ไม่เหมาะสม

เพราะ.....

### 2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนการสอนในวิชา MKT 524

กิจกรรมมีความหลากหลาย น่าสนใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

กิจกรรมมีความหลากหลาย น่าสนใจ แต่ยังไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

กิจกรรมไม่ค่อยหลากหลาย ไม่น่าสนใจ แต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้บ้าง

กิจกรรมไม่หลากหลาย ไม่น่าสนใจ และไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

### 2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอนวิชา MKT 524

อาจารย์ผู้สอนใช้เทคโนโลยีอย่างหลากหลายเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการสอน เช่น

Projector, Facebook, Research Database, Statistical Package ฯลฯ

อาจารย์ผู้สอนใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอนบ้าง แต่ยังไม่หลากหลาย

อาจารย์ผู้สอนไม่ใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสอนเลย

### 2.4 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

อาจารย์บรรยายอย่างเดียว ไม่มีการใช้คำถามเพื่อกระตุ้นผู้เรียน

อาจารย์บรรยายอย่างเดียว ไม่เคยถามผู้เรียน และจะตอบคำถามเฉพาะเมื่อผู้เรียนถาม

อาจารย์บรรยายและถามผู้เรียนบ้าง แต่ไม่บ่อยครั้ง

อาจารย์บรรยาย ถามผู้เรียน และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซักถาม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แต่ทำเฉพาะที่มีการเรียนการสอนในห้องเรียนเท่านั้น

อาจารย์บรรยาย ถามผู้เรียน และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซักถาม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างกว้างขวาง ทั้งในห้องเรียน นอกห้องเรียน และผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Blog, Webboard, Email, Social Network ต่างๆ เป็นต้น



### ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามความเป็นจริง

เกณฑ์ประเมิน 5=พึงพอใจมากที่สุด, 4=พึงพอใจมาก, 3=พึงพอใจปานกลาง, 2=พึงพอใจน้อย,  
1=ไม่พึงพอใจเลย

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านการจัดการเรียนการสอน</b>					
1.1. การอธิบายและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการสอนไว้อย่างชัดเจน เช่น ในครั้งแรกของการสอนมีการอธิบายโครงการสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดและประเมินผล เป็นต้น					
1.2. การใช้วิธีสอนที่หลากหลายเหมาะสมกับเนื้อหาวิชา เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหามากขึ้นเช่น การบรรยายเนื้อหา การยกตัวอย่าง การสาธิต และการให้ฝึกปฏิบัติ					
1.3 เนื้อหาในรายวิชาตรงตามที่กำหนดไว้ใน โครงการสอน (Course Outline)					
1.4 การสอนมุ่งเน้นให้นักศึกษาทำในสิ่งที่ถูกต้อง และมีคุณธรรมจริยธรรม					
<b>2. ด้านการวัดและประเมินผล</b>					
2.1 การแจ้งเกณฑ์การประเมินผลการเรียนอย่างชัดเจนล่วงหน้า					
2.2 การวัดและประเมินผลการเรียนของผู้เรียนใช้วิธีการหลากหลาย เช่น การทำรายงาน การทำการบ้าน การทำชิ้นงาน การทดสอบย่อยระหว่างเรียนและการถามตอบในห้องเรียน เป็นต้น					
2.3 การแจ้งผลการประเมินการเรียนรู้ให้ผู้เรียนทราบพร้อมทั้งอธิบายคำตอบ เช่น เฉลยข้อสอบ เฉลยการบ้าน ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงชิ้นงาน เป็นต้น					
<b>3. ด้านคุณลักษณะอาจารย์</b>					
3.1 อาจารย์เข้าสอนและเลิกสอนตรงเวลา					
3.2 อาจารย์ใช้วาจาที่สุภาพเหมาะสม					
3.3 อาจารย์แต่งกายสุภาพเรียบร้อย เหมาะสม					
3.4 อาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้าพบเพื่อปรึกษาหารือและให้คำแนะนำ					
<b>4. ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</b>					
4.1 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่อช่วยในการสอน เช่น E-learning, E-Library, LMS/LTAS, E-mail, Blog, Facebook, หรือ Social Network ต่างๆ เป็นต้น					
4.2 การแนะนำหนังสือ แหล่งค้นคว้าเพิ่มเติม และ Website เพื่อศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง					

**ตอนที่ 4** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (เพิ่มเติม)

4.1 เกี่ยวกับ การจัดการเรียนการสอน

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2.2 เกี่ยวกับการวัดและประเมินผลการเรียน

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2.3 เกี่ยวกับอาจารย์ผู้สอน

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2.4 เกี่ยวกับสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2.5 ด้านอื่นๆ

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

\*\*\*\*\*

### แบบสัมภาษณ์

## เรื่อง ความต้องการจำเป็นในการเรียนวิชาการจัดการการตลาด ระดับปริญญาโท [สำหรับผู้วิจัย]

### คำชี้แจง

(1) แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นในการเรียนวิชาการจัดการการตลาด ระดับปริญญาโท ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการประเมินและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชา MKT 524 การจัดการการตลาดต่อไป

(2) แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ประเด็นการสัมภาษณ์ และตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะ

ผู้สัมภาษณ์: อาจารย์นิตินันท์ สนตุน เลขานุการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตพญาไท

โทรศัพท์ : 081-564-8898, อีเมล nithinan.so@spu.ac.th

ผู้ให้สัมภาษณ์: [ ] คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ [ ] ผู้อำนวยการหลักสูตร

วันที่: ..... เวลา: .....

### ตอนที่ 1 ประเด็นการสัมภาษณ์

ที่	คำถาม	บันทึกการสัมภาษณ์
1	ท่านคิดว่าวิชาการจัดการการตลาดมีความจำเป็นหรือไม่ ในการเรียนระดับปริญญาโท จงให้เหตุผล	[ ] มี [ ] ไม่มี ..... ..... ..... .....
2	ท่านคิดว่า ควรบูรณาการวิชาการจัดการการตลาดกับวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นวิชาเดียวหรือไม่ ในการเรียนระดับปริญญาโท จงให้เหตุผล	[ ] ควร [ ] ไม่ควร ..... ..... ..... .....
3	จากคำกล่าวที่ว่า “นักศึกษาปริญญาโท ควรเรียนวิชาการจัดการการตลาด” ท่านเห็นด้วยหรือไม่ จงให้เหตุผล	[ ] เห็นด้วย [ ] ไม่เห็นด้วย ..... ..... ..... .....



## แบบบันทึกข้อมูล

[สำหรับผู้วิจัย]

### คำชี้แจง

แบบบันทึกข้อมูลฉบับนี้ นำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่นำมาใช้เป็นข้อมูลในเชิงประเมิน (ตามตัวแปรที่ศึกษา) โดยข้อมูลที่ได้รับจะนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินเพื่อสรุปผลการประเมินต่อไป

ผู้จัดเก็บข้อมูล : อาจารย์นิตินันท์ สนคุ่น เลขานุการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตพญาไท

โทรศัพท์ : 081-564-8898, อีเมล [nithinan.so@spu.ac.th](mailto:nithinan.so@spu.ac.th)

ตัวแปร	แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล	เกณฑ์การประเมิน	ข้อมูลผลการดำเนินงาน
1.2 คำอธิบายรายวิชา MKT 524	หลักสูตรฯ, ผู้วิจัย	หัวข้อในคำอธิบายรายวิชา ≥ 80% สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน	
2.1 จำนวนอาจารย์ผู้สอนในรายวิชา MKT 524	โครงการสอน	1 คน = ไม่เหมาะสม 2-3 คน = เหมาะสม 4 คนขึ้นไป = ไม่เหมาะสม (มากเกินไป)	
2.2 คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน	โครงการสอน	100% จบตรงสาขา/เกี่ยวข้อง	
2.3 ประสบการณ์การสอนของอาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ผู้สอน	100% เคยสอนการตลาดมาแล้ว 1 ภาคการศึกษา	
2.4 ความพร้อมของโครงการสอน แผนการสอน และเอกสารประกอบการสอน	โครงการสอน, แผนการสอน, เอกสารประกอบการสอน	โครงการสอน 3=โครงการสอนมีความสมบูรณ์ 2=โครงการสอนไม่สมบูรณ์ 1=ไม่มีโครงการสอน แผนการสอน 3=แผนการสอนมีความสมบูรณ์ 2=แผนการสอนไม่สมบูรณ์ 1=ไม่มีแผนการสอน เอกสารประกอบการสอน 3=เอกสารประกอบการสอนมีความสมบูรณ์ 2=เอกสารประกอบการสอนไม่สมบูรณ์ 1=ไม่มีเอกสารประกอบการสอน	
2.5 การจัดเตรียมสื่อที่ใช้ประกอบการสอน	แผนการสอน, สื่อการสอน	3=มีสื่อการสอนครบทุกหัวข้อที่สอน 2=มีสื่อการสอนเฉพาะบางหัวข้อที่สอน 1=ไม่มีสื่อการสอน	
4.1 ร้อยละของนักศึกษาที่เข้าเรียนวิชา MKT 524	อาจารย์ผู้สอน	≥ 80% ของเวลาเรียนทั้งหมด (ครั้งที่ 1-14)	
4.3 เกรดของนักศึกษาในวิชา MKT 524 ภาคการศึกษาที่ 2/2554	อาจารย์ผู้สอน	≥ A- (หรือ 3.70)	

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวนิรันท์ สนตุ่น
วัน เดือน ปี เกิด	22 มิถุนายน 2517
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	39/53 หมู่ที่ 6 ถ.แจ้งวัฒนะ 24 ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
ตำแหน่งปัจจุบัน	เลขานุการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาการพยาบาล 939/32-36 อาคาร เอสเอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 17 ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
ประวัติการศึกษา	บธ.บ. (การเงินและการธนาคาร) มหาวิทยาลัยศรีปทุม บธ.ม. (การเงินและการธนาคาร) มหาวิทยาลัยศรีปทุม

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY