

ชื่อเรื่องวิจัย	การแก้ปัญหาการขาดทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวอัจฉราภรณ์ ปานชาติ
ตำแหน่ง	อาจารย์ผู้สอนสาขาการตลาด
วุฒิการศึกษา	การศึกษามหาบัณฑิต
ชื่อสถานศึกษาที่ทำงาน	วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ
โทรศัพท์ส่วนตัว	083-9245224
ปีที่ทำวิจัยสำเร็จ	ปีการศึกษา 2564
ประเภทงานวิจัย	ประเภท 1 วิจัยในชั้นเรียน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและคะแนนหลังเรียนของทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจและ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ หลังจากการเรียนโดยใช้ชุดแบบฝึกการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ จำนวน 47 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบฝึกแบบทดสอบและแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test แบบ Dependent

ผลการวิจัย พบว่า 1) จากการใช้ชุดแบบฝึก มีค่าเฉลี่ยก่อนเรียน เท่ากับ 6.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.52 และมีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน เท่ากับ 10.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.22 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนและค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียนมีค่า t-test เท่ากับ 13.91 และค่า Sig. เท่ากับ .000 พบว่าคะแนนหลังเรียนสูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ความพึงพอใจ ต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แบบฝึกที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 2542 พ.ศ. แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่3) 2553 หมวด 4 แนวทางการจัดการศึกษามาตราที่ 22 กล่าวว่า “การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุดกระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ” และมาตราที่ 24 การจัดการกระบวนการเรียนรู้ให้สถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ ดังต่อไปนี้ (1) จัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียนโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล (2) ฝึกทักษะกระบวนการคิดการจัดการ การเผชิญสถานการณ์และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา (3) การจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงฝึกการปฏิบัติให้ทำได้ คิดเป็น ทำเป็น รักการอ่าน และเกิดการใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง (4) จัดการเรียนการสอนโดยผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ อย่างได้สัดส่วนสมดุลกันรวมทั้งปลูกฝังคุณธรรมค่านิยมที่ดีงามและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ทุกวิชา (5) ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สอนสามารถจัดบรรยากาศสภาพแวดล้อม สื่อการเรียนและอำนวยความสะดวกเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และมีความรอบรู้ รวมทั้งสามารถใช้การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ ทั้งนี้ผู้สอนและผู้เรียนอาจเรียนรู้ไปพร้อมกันจากสื่อการเรียนการสอนและแหล่งวิทยาการประเภทต่างๆ (6) จัดการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ทุกเวลาทุกสถานที่ที่มีการประสานความร่วมมือกับบิดามารดา ผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชนทุกฝ่ายเพื่อร่วมกันพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 3). 2553 : หน้า 16-21.) ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจ เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด ปัญหาดังกล่าวอาจส่งผลให้นักศึกษาเกิดปัญหาการเรียนในระดับชั้นที่สูงขึ้นและวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องจากการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 ห้อง 3 และห้อง 4 ขณะทำการเรียนการสอนนักศึกษาไม่สามารถอธิบายหรือยกตัวอย่างประกอบได้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิธีการการเรียนการสอน โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1

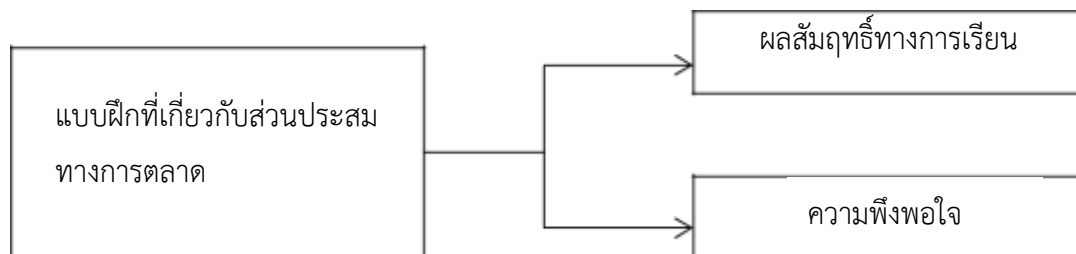
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและคะแนนหลังเรียนของทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ หลังจากที่ได้รับรู้โดยใช้ชุดแบบฝึกการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐานการวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังการใช้ชุดแบบฝึกสูงกว่าก่อนการใช้ชุดแบบฝึก
2. ความพึงพอใจของนักศึกษาหลังจากที่ได้รับรู้โดยใช้ชุดแบบฝึกอยู่ในระดับดี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางการจัดการเรียน การสอนแบบลงมือปฏิบัติ
2. สามารถพัฒนาผลการเรียนรู้ของผู้เรียนให้เกิดทักษะความรู้และความเข้าใจตามกระบวนการวิจัยและทักษะต่างๆ ในการเรียน
3. นักเรียน นักศึกษา มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นหลังใช้ชุดแบบฝึก
4. ได้แนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอนในรายวิชาวิชาอื่นๆ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ จำนวน 168 คน

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 ห้อง 3 และห้อง 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ จำนวน 47 คน โดยใช้การสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่ ชุดแบบฝึก
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจ

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้เวลาศึกษาระหว่างเดือนมิถุนายน 2564 ถึง เดือนกรกฎาคม 2564

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ความสามารถหรือผลสำเร็จที่ได้รับจากกิจกรรมการเรียน การสอนเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและประสบการณ์เรียนรู้ทางด้านพุทธิพิสัย จิตพิสัย และ ทักษะพิสัย และยังได้จำแนกผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไว้ตามลักษณะของวัตถุประสงค์ของการเรียน การสอนที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนอง ตามที่ตนต้องการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีค่า (Value) ในสายตา ของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน Cost ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางในการทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและเลือกใช้บริการได้ ซึ่งมักจะทำโดยผ่านตัวกลางต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตลาด เช่น บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) และบริษัท ตัวแทนท่องเที่ยว (Tour Agent) ต่าง ๆ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายต่างเหล่านี้ๆ ไม่ได้เป็นเพียงช่องทาง ในการขายสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การจูงใจและการชำระเงินอีกด้วย

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย ทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช่คน (Non-Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจใช้เครื่องมือการสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Kotler. 2000 : p. 14) ได้ให้ความหมาย ของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่าเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย

(ธงชัย สันติวงษ์. 2540 : หน้า 34) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า หมายถึง

การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546 : หน้า53) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

จากความหมายข้างต้น พอจะสรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ Idea ความคิดที่จะตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาดมักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้าบวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมารวมทั้งหาช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ กำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่นอีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขัน

3. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตได้นั้นแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตามถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหาได้ เมื่อเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสนอขาย วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภคการส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือที่สำคัญอยู่ 4 ชนิด ที่เรียกว่า ส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด

5. ด้านบุคคล (People) หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่างๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูงผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นผู้คิดวางแผนและปฏิบัติงานเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางวางกลยุทธ์ไว้

6. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม ตามแต่รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งหากว่ากิจกรรมต่างๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและประสานกันจะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ กระบวนการทำงานในด้านของการบริการ จำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานภายในองค์กรทุกคนเกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างถูกต้องและราบรื่นเช่นเดียวกับที่ (กนกพรรณ สุขฤทธิ. 2557 : หน้า 33) ได้กล่าวไว้

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้บริการหรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้าการบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านการบริการ ที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพในภาพรวม ซึ่งก็คือในส่วนของสภาพทาง กายภาพ ที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจ และความแปลก ใหม่ของสภาพทางกายภาพที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

(ทองจันทร์ ปะสิรัมย์. 2555) ได้ศึกษาผลการใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวกลบเศษส่วน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่องการบวกและการลบเศษส่วนสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่ามีประสิทธิภาพเท่ากับ 80.00/ 80.67 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวก และการลบเศษส่วน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยผลการเรียนรู้ ของนักเรียนหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ มีคะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยของนักเรียน ก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่องการบวกและลบเศษส่วน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีค่าเท่ากับ .6568 แสดงว่า นักเรียนมีความรู้เพิ่มขึ้นร้อยละ 65.68 และความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์อยู่ในระดับมาก

(เทพสถิตย์ มະโนรัตน์. 2555) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกเสริมทักษะแคลคูลัส เรื่อง การหาอนุพันธ์ของฟังก์ชันพีชคณิต ชั้น ปวส 1/6 วิทยาลัยเทคโนโลยียานยนต์ การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้น ปวส 1/6 ก่อนการใช้และหลังการใช้แบบฝึกเสริมทักษะแคลคูลัส เรื่อง การหาอนุพันธ์ของฟังก์ชันพีชคณิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับ ปวส. 1/6 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2555 วิทยาลัยเทคโนโลยียานยนต์

จำนวน 1 ห้องเรียน นักเรียน 25 คน โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสอนด้วยตนเอง ใช้เวลาทั้งสิ้น 8 สัปดาห์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบค่าสถิติ t-test dependent ผลการศึกษา พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักศึกษาระดับ ปวส. 1/6 หลังเรียนด้วยแบบฝึก เสริมทักษะแคลคูลัส เรื่องการหาอนุพันธ์ของฟังก์ชัน พีชคณิตสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

งานวิจัยต่างประเทศ

(Gay & Gallagher. 1976 : pp.56-61) ได้ทำการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างผลการสอบ และการทำแบบฝึกหัด โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่เรียนวิชาวิจัยเบื้องต้น จำนวน 126 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม โดยกลุ่มหนึ่งทำแบบฝึกหัดสม่ำเสมอ ขณะเรียนเพียงอย่างเดียว อีกกลุ่มได้รับการทดสอบสั้น ๆ และอีกกลุ่ม ให้เลือกอิสระ ระหว่างการทำแบบฝึกหัดและการทดสอบปรากฏว่า นักเรียนที่เรียนโดยมีการทดสอบย่อย ขณะเรียนมี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนโดยฝึกทักษะด้วยการทำแบบฝึกหัดอย่างเดียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(Larrey. 1987 : p. 817A) ได้ทำการศึกษาผลการใช้แบบฝึกทักษะกับนักเรียนระดับ 1-3 จำนวน 87 คน ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ได้รับการฝึกโดยใช้ แบบฝึกทักษะมีคะแนนการทดสอบหลังการทำแบบฝึกมากกว่าคะแนนก่อนทำแบบฝึกและนักเรียนทำ แบบทดสอบหลังจากฝึกทักษะเฉลี่ยร้อยละ 89.80 แสดงว่า แบบฝึกทักษะเป็นเครื่องช่วยให้เกิดการเรียนรู้ เพิ่มขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเพื่อการแก้ปัญหาการขาดทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึก ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) เพื่อศึกษาความสามารถในการวิเคราะห์ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยี เมืองชลบริหารธุรกิจโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเกี่ยวกับกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็น นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ จำนวน 168 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 ห้อง 3 และห้อง 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ จำนวน 47 คน โดยใช้การสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ
2. แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ แบบทดสอบก่อนเรียน เป็นแบบปรนัยเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ
3. แบบวัดความพึงพอใจของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 12 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล การท่องจำของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 ห้อง 3 และห้อง 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ จำนวน 47 คนโดยดำเนินการดังนี้

1. แจ้งการศึกษาการทำวิจัยให้กับนักศึกษาในชั้นเรียนทราบ
2. ดำเนินการเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษา
3. ตรวจสอบแบบทดสอบชุดแบบฝึกการวิเคราะห์
4. ให้นักศึกษาทำชุดแบบฝึก
5. อาจารย์จัดบันทึก
6. สรุปผลการวิเคราะห์จากแบบทดสอบชุดฝึกการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติ t-test dependent
2. ผลคะแนนในการทำชุดแบบฝึกก่อนเรียนและหลังเรียน โดยสรุปจากค่าความแตกต่างของคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน นำมาวิเคราะห์
3. สรุปข้อมูลที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูงชั้นปีที่ 1 ห้อง 3 และห้อง 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

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

n	=	ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ต้องการ
N	=	ขนาดของกลุ่มประชากร
e	=	ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

คำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) ของผลการประเมินโดยใช้สูตร

สูตร	\bar{X}	=	$\frac{\sum x}{n}$
เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
	n	แทน	จำนวนข้อมูล

ค่า \bar{X} ที่ได้จากการประเมินจะมีค่าอยู่ระหว่าง 1.00 ถึง 5.00 ซึ่งมีความหมายต่าง ๆ ดังนี้

ค่าอยู่ระหว่าง	4.50 ถึง 5.00	หมายถึง ดีมาก
ค่าอยู่ระหว่าง	3.50 ถึง 4.49	หมายถึง ดี
ค่าอยู่ระหว่าง	2.50 ถึง 3.49	หมายถึง พอใช้
ค่าอยู่ระหว่าง	1.50 ถึง 2.49	หมายถึง ควรปรับปรุง
ค่าอยู่ระหว่าง	1.00 ถึง 1.49	หมายถึง ต้องปรับปรุง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การแก้ปัญหาการขาดทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ ในรายวิชา การตลาด ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1 คะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 ห้อง 3 และห้อง 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564

ลำดับที่	คะแนนก่อนเรียน	คะแนนหลังเรียน
1	5	10
2	2	6
3	1	7
4	15	18
5	4	12
6	4	8
7	4	11
8	12	14
9	4	7
10	10	14
11	13	16
12	4	6
13	6	10
14	14	17
15	3	4
16	4	7
17	4	7
18	6	8
19	0	2
20	5	10
21	10	13
22	5	9
23	16	17
24	1	3
25	7	9
26	9	12
27	4	9
28	2	9
29	2	5
30	11	15

ลำดับที่	คะแนนก่อนเรียน	คะแนนหลังเรียน
31	11	12
32	11	12
33	0	3
34	3	11
35	1	8
36	7	10
37	8	11
38	13	18
36	7	10
37	8	11
38	13	18
39	12	16
40	3	9
41	7	12
42	6	11
43	1	6
44	12	13

จากตารางที่ 1 พบว่าคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 ห้อง 3 และห้อง 4 มีระดับคะแนนดีขึ้น

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนและค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน โดยใช้ชุดแบบฝึก และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนและค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียนโดยใช้ชุดแบบฝึก

คะแนน โดยใช้ชุดแบบฝึกเพื่อนำไปวิเคราะห์	N	\bar{x}	SD	t-test	Sig
ก่อนเรียน	47	6.77	4.52	-13.91	.000*
หลังเรียน	47	10.53	4.22		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่าจากการใช้ชุดแบบฝึก มีค่าเฉลี่ยก่อนเรียน เท่ากับ 6.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.52 ($\bar{X} = 6.77$, $SD = 4.52$) และมีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน เท่ากับ 10.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.22 ($\bar{X} = 10.53$, $SD = 4.22$) จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนและค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน มีค่า t-test เท่ากับ -13.91 และค่า Sig. เท่ากับ .000 คะแนนหลังเรียนสูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าการใช้ชุดแบบฝึกทำให้ทักษะวิเคราะห์ 7 P's ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 ดีขึ้น

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แบบฝึกที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แบบฝึกที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1.แบบฝึกมีข้อเสนอแนะในการปฏิบัติกิจกรรมที่ชัดเจนอ่านเข้าใจง่าย	4.60	0.65	มากที่สุด
2.แบบฝึกมีขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม	4.43	0.65	มาก
3.เนื้อหาที่กำหนดในกิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมกับนักศึกษา	4.66	0.52	มากที่สุด
4.กิจกรรมในแบบฝึกมีความเหมาะสมกับนักศึกษา	4.49	0.62	มาก
5.เวลาที่ใช้ในการทำแบบฝึกเพียงพอและเหมาะสม	4.62	0.61	มากที่สุด
6.ขั้นตอนของกิจกรรมในแบบฝึกนักศึกษาสามารถปฏิบัติได้	4.62	0.53	มากที่สุด
7.แบบฝึกส่งเสริมส่งเสริมให้นักศึกษาได้ใช้ความคิด โดยอาศัยความรู้และความเข้าใจเดิมเป็นพื้นฐาน	4.6	0.61	มากที่สุด
8.กิจกรรมในแบบฝึกทำให้นักศึกษารู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มขึ้นและสามารถนำไปใช้ได้ถูกต้อง	4.68	0.52	มากที่สุด
9.แบบฝึกช่วยให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดได้	4.7	0.62	มากที่สุด
10.กิจกรรมในแบบฝึกทำให้นักศึกษาสามารถประเมินตนเองได้	4.56	0.55	มากที่สุด
11.นักศึกษาได้รับความรู้จากการทำแบบฝึกนี้	4.64	0.49	มากที่สุด
12.นักศึกษานำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.4	0.58	มาก
รวม	4.58	0.2	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แบบฝึกที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ประเด็นแบบฝึกช่วยให้นักเรียนมีความสามารถและเกิดวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดได้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมา กิจกรรมในแบบฝึกทำให้นักเรียนรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มขึ้นเข้าใจความหมายได้ดี นำไปใช้ได้ถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ แบบฝึกมีขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.43$)

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ผลจากการวิจัยทำให้ได้รับข้อมูลดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาคะแนนก่อนเรียนและคะแนนหลังเรียนของทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึก ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ
2. เพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและคะแนนหลังเรียนของทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจหลังจากที่เรียนโดยใช้ชุดแบบฝึกการวิเคราะห์ ส่วนประสมทางการตลาด

จากการใช้ชุดแบบฝึกมีค่าเฉลี่ยก่อนเรียน เท่ากับ 6.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.52 และมีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน เท่ากับ 10.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.22 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนและค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน มีค่า t-test เท่ากับ -13.91 และค่า Sig. เท่ากับ .000 พบว่า คะแนนหลังเรียนสูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า การใช้ชุดแบบฝึกทำให้นักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจดีขึ้นและความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แบบฝึกที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$)

ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แบบฝึกที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประเด็นแบบฝึกช่วยให้นักเรียนมีความสามารถและเกิดวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมา กิจกรรมในแบบฝึกทำให้นักเรียนรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มขึ้น เข้าใจความหมายได้ดี นำไปใช้ได้ถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ แบบฝึกมีขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.43$)

อภิปรายผลการศึกษา

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การใช้แบบฝึกทำให้นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ มีทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศักดิ์ชาย ขวัญสิน. 2558) ได้ศึกษาการพัฒนาชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์เรื่องทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่พบว่า ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ มีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 52.71 โดยคะแนนการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละเท่ากับ 26.52 และ 78.85 ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภารดี สุขอนันต์. 2557) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ โดยใช้แบบฝึกทักษะ เรื่องตรรกศาสตร์ สำหรับนักศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปี 4 ที่พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังการทดลองโดยใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่องตรรกศาสตร์ สูงกว่าก่อนทดลองใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่อง ตรรกศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แบบฝึกที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภารดี สุขอนันต์. 2557) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ โดยใช้แบบฝึกทักษะ เรื่อง ตรรกศาสตร์ สำหรับนักศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปี 4 ที่พบว่า นักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่องตรรกศาสตร์ มีความพึงพอใจต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์พื้นฐาน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) และเมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในแต่ละรายการ พบว่าทุก ๆ รายการอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการใช้แบบฝึก

1. สถานศึกษาควรมีนโยบายในการสร้างแบบฝึกต่าง ๆ ให้ทันสมัยและจัดอบรมให้ความรู้แก่ครูผู้สอนสามารถสร้างสื่อด้วยเทคนิคพิเศษต่าง ๆ
2. ควรปรับปรุงแบบฝึกอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้การศึกษาที่สอดคล้องกับสภาวะการตลาดในปัจจุบัน
3. อาจารย์ที่สอนเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด สามารถนำแบบฝึกนี้ไปใช้กับนักศึกษาปีการศึกษาต่อไป
4. สถานศึกษาสามารถนำแบบฝึกนี้เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของวิทยาลัยฯ เพื่อให้บุคคลทั่วไป

หรือนักศึกษาอื่น ๆ ที่สนใจนำไปใช้ประโยชน์เพื่อฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการสร้างชุดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในระดับชั้นอื่นๆ เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาให้ได้ดียิ่งขึ้น
2. ควรให้นักศึกษาได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมที่จัดขึ้นในการวิจัยและการจัดกิจกรรมที่ต้องการให้มีในครั้งต่อไป เพื่อที่จะพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาในด้านการพัฒนาศักยภาพทางการเรียนและการเพิ่มประสิทธิภาพในการจดจำให้ดีขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร
 ญี่ปุ่นย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ
 มหบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ. กรุงเทพฯ:
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.
- ทองจันทร์ ปะสิรัมย์. (2555). ผลการใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่องการบวกเลขส่วนสำหรับนักเรียน
 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต,สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน,
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- เทพสถิตย์ มะโนรัตน์. (2555). วิจัยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกเสริมทักษะแคลคูลัส
 เรื่อง การหาอนุพันธ์ของฟังก์ชันพีชคณิต ชั้น 1/6 ปวส.วิทยาลัยเทคโนโลยียานยนต์
 กรุงเทพฯ: วิทยาลัยเทคโนโลยียานยนต์
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศักดิ์ชาย ขวัญสิน. (2558). วิจัยการพัฒนาชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์เรื่อง ทักษะการ
 แก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖ โรงเรียนบ้านปางแม่ลอบ จังหวัดลำพูน.
 ลำพูน: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545. (2545, 19 ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 119
 (ตอนที่ 123 ก), หน้า 29.
- ภารดี อนันต์นาวี. (2557). หลักการ แนวคิด ทฤษฎีการบริหารการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5). ชลบุรี: มนตรี.
- Gay, L.R. & Gallagher, P.D. (1976). The Comparative Effectiveness of test Versus Written
 Exercise. The Journal of Educational Research. 6(9), 56-61.
- Kotler, Philip.(2000). Marketing Management. The Millennium edition.New Jersey: Prentic – Hall
- Larey, D.R. (1978). Effect of Feedback on Individuality. Dissertation Abstracts International.
 7(4), 817-A.