ชื่องานวิจัย การพัฒนาทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) โดยใช้ชุดแบบฝึก ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ

ชื่อผู้วิจัย นางสาวอัมพร ฉาบพิมาย

ตำแหน่ง ครูผู้สอน

วุฒิการศึกษา บธ.ม. (ธุรกิจระหว่างประเทศ)

สถานศึกษาที่ทำงาน วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ

เบอร์โทร. 0625758995

ปีที่ทำวิจัยแล้วเสร็จ 2563

ประเภทวิจัย วิจัยชั้นเรียน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อพัฒนาทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) โดยใช้ชุดแบบฝึก ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ 2) เพื่อหาประสิทธิภาพจากการเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและคะแนนหลังเรียนของทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) โดยใช้ชุดแบบฝึก ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ หลังจากที่เรียนโดยใช้ชุดแบบฝึกการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชันปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ จำนวน 24 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบฝึก แบบทดสอบ และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test แบบ Dependent

ผลการวิจัยพบว่า จากการใช้ชุดแบบฝึก มีค่าเฉลี่ยก่อนเรียน เท่ากับ 14.25 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน เท่ากับ 3.86 และมีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน เท่ากับ 17.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.57 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนและค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน มีค่า t-test เท่ากับ 3.15 และค่า Sig. เท่ากับ .0023 พบว่าคะแนนหลังเรียนสูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าการใช้ชุดแบบฝึกทำให้ทักษะการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด(SWOT) ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจดีขึ้น และความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แบบฝึกที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.60)

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่3) 2553 หมวด 4 แนวการจัดการศึกษา มาตราที่ 22 กล่าวว่า “การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด (Children Center) กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ” และมาตรา ที่ 24 การจัดกระบวนการเรียนรู้ให้สถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ ดังต่อไปนี้ (1) จัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียนโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล (2) ฝึกทักษะ กระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา (3) จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงฝึกการปฏิบัติให้ทำได้ คิดเป็นทำเป็น รักการอ่านและเกิดการใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง (4) จัดการเรียนการสอนโดยผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ อย่างได้สัดส่วนสมดุลกัน รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยมที่ดีงามและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ทุกวิชา (5) ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สอนสามารถจัดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม สื่อการเรียนและอำนวยความสะดวกเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และมีความรอบรู้ รวมทั้งสามารถใช้การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ ทั้งนี้ ผู้สอนและผู้เรียนอาจเรียนรู้ไปพร้อมกันจากสื่อการเรียนการสอนและแหล่งวิทยาการประเภทต่าง ๆ (6) จัดการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ทุกเวลาทุกสถานที่ มีการประสานความร่วมมือกับบิดามารดา ผู้ปกครอง และ บุคคลในชุมชนทุกฝ่าย เพื่อร่วมกันพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ

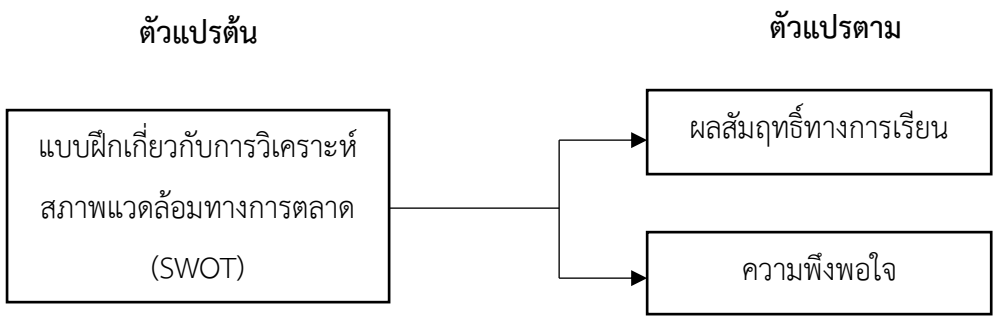
มาตรฐานการอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พ.ศ. 2559 มาตรฐานการอาชีวศึกษา หมายความว่า ข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะ คุณภาพ และมาตรฐานในการจัดการอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการส่งเสริมการกำกับ ดูแลการตรวจสอบ การประเมินผลและการประกันคุณภาพการจัดการอาชีวศึกษามาตรฐานการอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พ.ศ. 2559 เพื่อการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาที่เปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มาตรฐานที่ 3 ด้านการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สถานศึกษาจัดการเรียนการสอนตามมาตรฐานคุณวุฒิอาชีวศึกษาแต่ละระดับตามหลักสูตรและระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการจัดการศึกษาและการประเมินผลการเรียนของแต่ละหลักสูตร ส่งเสริม สนับสนุน กำกับดูแลให้ครูจัดการเรียนการสอนรายวิชาให้ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ มีการพัฒนารายวิชา หรือกำหนดรายวิชาใหม่หรือกลุ่มวิชาเพิ่มเติมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและความต้องการของตลาดแรงงาน

ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียน นักศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจเรื่อง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ปัญหาดังกล่าวอาจส่งผลให้นักศึกษาเกิดปัญหาการเรียนในระดับชั้นที่สูงขึ้นและวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง จากการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด ขณะการทำการเรียนการสอนนักศึกษาไม่สามารถวิเคราะห์หรืออธิบายได้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิธีการเรียนการสอน โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อพัฒนาทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) โดยใช้ชุดแบบฝึก ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ
2) เพื่อหาประสิทธิภาพจากการเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและคะแนนหลังเรียนของทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) โดยใช้ชุดแบบฝึก ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ
3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ หลังจากที่เรียนโดยใช้ชุดแบบฝึกการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT)

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย



4. สมมติฐานการวิจัย

1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังการใช้ชุดแบบฝึกสูงกว่าก่อนการใช้ชุดแบบฝึก
2) ชุดแบบฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามเกณฑ์ 80/80
3) นักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจมีความพึงพอใจต่อชุดแบบฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) อยู่ในระดับมากที่สุด

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ความสามารถหรือผลสำเร็จที่ได้รับจากกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและประสบการณ์เรียนรู้ทางด้านพุทธิพิสัย จิตพิสัย และ ทักษะพิสัย และยังได้จำแนกผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไว้ตามลักษณะของวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนที่แตกต่างกัน

ชุดแบบฝึกทักษะ หมายถึง เป็นชุดการเรียนรู้ที่ครูจัดทำขึ้นให้ผู้เรียนได้ทบทวนเนื้อหาที่เรียนรู้มาแล้วเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจจะช่วยเพิ่มทักษะความชำนาญ และช่วยฝึกทักษะการคิดให้มากขึ้น ทั้งยังมี

ประโยชน์ในการลดภาระให้กับครู อีกทั้งพัฒนาความสามารถของผู้เรียนทำให้ผู้เรียนมองเห็นความก้าวหน้าจากผลการเรียนรู้ของตนเองได้

วิทยาลัย หมายถึง วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ

นักศึกษา หมายถึง ผู้เรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทางการตลาด หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารการตลาด มีทั้งสิ่งแวดล้อมภายในซึ่งเป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ และสิ่งแวดล้อมภายนอกซึ่งเป็นปัจจัยที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้

ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานทางการตลาดในด้านต่าง ๆ เป็นปัจจัยซึ่งกิจการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปตามที่กิจการต้องการได้กิจการจำเป็นต้องมีการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานการการตัดสินใจในการวางแผน หรือดำเนินงานทางการตลาดให้เกิดความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเหล่านี้

ปัจจัยภายในหรือปัจจัยที่ควบคุมได้ หมายถึง ปัจจัยการตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปตามความต้องการของธุรกิจหรือธุรการได้ เพราะเป็นปัจจัยที่กิจการหรือธุรกิจจัดสรรมาใช้ในการดำเนินกิจการด้านต่าง ๆ

จุดแข็ง หมายถึง เป็นการวิเคราะห์ข้อได้เปรียบหรือข้อดีเด่น หรือจุดแข็งของกิจการภายใต้สภาพแวดล้อมทางการตลาดหรือสถานการณ์การตลาดในขณะนั้น ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากส่วนประสมทางการตลาด Marketing mix และสภาพแวดล้อมภายในอื่น ๆ ของกิจการ

จุดอ่อน หมายถึง เป็นการวิเคราะห์ข้อเสียเปรียบ หรือจุดอ่อนของกิจการซึ่งมักจะเกิดจากส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมภายใน การทราบถึงจุดอ่อน หรือ ข้อเสียเปรียบของกิจการ จะเป็นเครื่องมือช่วยให้กิจการสามารถค้นหาวิธีการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาได้อย่าถูกต้อง

โอกาส หมายถึง เป็นการวิเคราะห์ข้อได้เปรียบหรือปัจจัยเอื้ออำนวยประโยชน์ให้กับกิจการในแต่ละสถานการณ์ โดยการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะช่วยกิจการสามารถนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับโอกาสนั้น ๆ

อุปสรรค หมายถึง เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดจากเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกในแต่ละช่วงเวลาและส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของกิจกิจการในด้านลบ กิจกรรมต้องนำข้อมูลต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์ เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ ในการทำงานหรือปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานทางการตลาดให้ประสบความเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ และเป็นประโยชน์ตามที่กิจการกำหนดภายใต้สถานการณ์ในขณะนั้น

6. แนวคิดทฤษฎี

1) แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด

จากแนวความคิดทางการตลาดและหน้าที่ทางการตลาด ที่ทำให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าไปพร้อม ๆ กับการบรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจซึ่งกิจการต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบใช้

กลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับการประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาดให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดในขณะนั้นสภาพแวดล้อมภายนอกสภาพแวดล้อมภายในด้วยกระบวนการบริหารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

ความหมายของสภาพแวดล้อมทางการตลาด

สภาพแวดล้อมทางการตลาด หมายถึง สิ่งแวดล้อมภายนอกและสิ่งแวดล้อมภายในที่มีผลต่อโปรแกรมทางการตลาดของบริษัท ซึ่งสิ่งแวดล้อมภายนอกธุรกิจเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีธุรกิจควบคุมไม่ได้แต่สิ่งแวดล้อมภายในธุรกิจเป็นสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจควบคุมได้

สิ่งแวดล้อมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยทุกชนิดที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานด้านการตลาดและด้านอื่น ๆ ของธุรกิจปัจจัยที่ส่งผลกระทบมีได้หลายปัจจัยและปัจจัยจะส่งผลในเวลาเดียวกันหรือต่างเวลากันก็ได้ทำให้มีการพิจารณาในลักษณะของผลรวม

สิ่งแวดล้อมทางการตลาด หมายถึง ภายนอกต่าง ๆ ที่นักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้หรืออาจควบคุมได้เพียงบางส่วนอีกครั้งจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ที่สำคัญคือปัจจัยการต่างเหล่านั้นสามารถสร้างโอกาส หรือก่อให้เกิดอุปสรรคทางการตลาดให้มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดไม่เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้จึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจทางการตลาดอย่างมาก

สรุปได้ว่าสภาพแวดล้อมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีผลกระทบต่อการดำรงการทางการตลาดโดยเฉพาะในด้านการวางแผนการตลาดการสร้างโอกาสทางการตลาดการจำกัดขอบเขตการตลาด และการตัดสินใจทางการตลาดในด้านต่าง ๆ

ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการตลาด

การดำเนินการตลาดให้ประสบความสำเร็จนั้น นักการตลาดต้องมีความรู้ความเข้าใจและมีความสามารถในการนำข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก และทำการวิเคราะห์และบริหารจัดการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางตลาดภายในให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของตลาดภายนอกที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินงานของการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับโอกาสและจังหวะเวลา สามารถตอบสนองความต้องการทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่กิจการกำหนดไว้ซึ่งพอสรุปความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้ดังนี้

1) สามารถนำมาวิเคราะห์ถึงโอกาส อุปสรรค เพื่อศึกษาและพยากรณ์ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจเพื่อหาแนวทางในการสร้างความสำเร็จหรือป้องกันผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกิจการได้
2) สามารถนำข้อมูลมาใช้ประกอบในการตัดสินใจ เพื่อกำหนดแผนการทางการตลาดให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ในขณะนั้น ๆ ได้
3) สามารถรับรู้การเคลื่อนไหวของสถานการณ์ในด้านต่าง ๆ ได้ทันเวลา ทำให้มีข้อมูลทั้งสมัยในการนำมาบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล
4) สามารถปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมภายใน ดูสภาพพยากรณ์ทั้งหมดที่กิจการหรือธุรกิจมีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5) สามารถค้นพบตลาดใหม่ๆ ทำให้สามารถขยายตลาดได้อย่างต่อเนื่องตัวอย่างเช่นช่วงเวลาวันที่ 26 กันยายนถึง 5 ตุลาคม 2556 เป็นเทศกาลของคนใจบุญประเพณีการกินเจ (เป็นสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกเรียกว่าปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรม) ปีนี้คึกคัก นักการตลาดสามารถนำมาใช้เป็นโอกาสในการกำหนดแนวทางการทำการตลาดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (เป็นการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมภายในเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์) เพื่อใช้ในการวางแผนตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มที่นิยมกินเจและบำเพ็ญบุญในช่วงเวลาดังกล่าว

การวิเคราะห์สภาพแลดล้อมทางการตลาด (Marketing Environment Analysis)

การวิเคราะห์ตลาด (Marketing Analysis) หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานทางการตลาดและองค์ประกอบการตลาดในด้านต่าง ๆ เพื่อค้นหาโอกาสทางการตลาดที่องค์การสามารถในการเข้าไปดำเนินการได้ แล้วนำมากำหนดแนวทางในการปฏิบัติงานทางการตลาดให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้นบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ธุรกิจได้กำหนดไว้ ซึ่งวิธีการที่นักการตลาดนำมาใช้ในการรวบบรวมหรือวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดตามหลักการ SWOT Analysis ซึ่งจัดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการบริหารงานการตลาด เพื่อทำการวิเคราะห์และประเมินผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ ที่เปิดโอกาสหรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของกิจการและบริหารจัดการกับปัจจัยต่าง ๆ ที่องค์การมีอยู่ให้สามาถดำเนินการต่อไปได้ภายใต้สถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและอนาคตสามารถแข่งขันได้ กิจการสามารถอยู่รอดได้ในสถานการณ์นั้น ๆ

1) จุดแข็ง (S มาจากคำว่า Strength) เป็นการวิเคราะห์ข้อได้เปรียบหรือข้อดีเด่น หรือจุดแข็งของกิจการภายใต้สภาพแวดล้อมทางการตลาดหรือสถานการณ์การตลาดในขณะนั้น ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากส่วนประสมทางการตลาด Marketing mix และสภาพแวดล้อมภายในอื่น ๆ ของกิจการ
2) จุดอ่อน (W มาจากคำว่า Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ข้อเสียเปรียบ หรือจุดอ่อนของกิจการซึ่งมักจะเกิดจากส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมภายใน การทราบถึงจุดอ่อน หรือ ข้อเสียเปรียบของกิจการ จะเป็นเครื่องมือช่วยให้กิจการสามารถค้นหาวิธีการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง
3) โอกาส (O มาจากคำว่า Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ข้อได้เปรียบหรือปัจจัยเอื้ออำนวยประโยชน์ให้กับกิจการในแต่ละสถานการณ์ โดยการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะช่วยให้กิจการสามารถนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับโอกาสนั้น ๆ
4) อุปสรรค (T มาจากคำว่า Threats) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดจากเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกในแต่ละช่วงเวลาและส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของกิจการในด้านลบ กิจการต้องนำข้อมูลต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์ เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการทำงานหรือปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานทางการตลาดให้ประสบความเร็จบรรลุวัตถุประสงค์และเป็นประโยชน์ตามที่กิจการกำหนดภายใต้สถานการณ์ในขณะนั้น

จากองค์ประกอบของวิเคราะห์ตามหลักการ SWOT Analysis ทั้ง 4 ประการดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปเป็นหลักการวิเคราะห์เกี่ยวกับสถานการณ์ทางตลาดได้ 2 ลักษณะที่สำคัญ ลักษณะแรกเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ เพราะเป็นปัจจัยที่เกิดจาสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก เรียกว่า การวิเคราะห์เกี่ยวกับสถานการณ์ภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ กิจการไม่สามารถควบคุมหรือไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อนักการตลาดจะได้นำมาใช้พิจารณาถึงโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ในการดำเนินงานทางตลาดในอนาคต ส่วนในลักษณะที่สองเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยภายในที่กิจการสามารถควบคุมหรือสามารถตรวจสอบความพร้อมของกิจการเกี่ยวกับทรัพยากรในด้านต่าง ๆ รวมทั้งนโยบายของกิจการ และที่สำคัญที่สุดคือส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา [ออนไลน์] : https://sites.google.com/site/hlakkartlad02/neuxha/4-kar-wikheraah-sphaph-waedlxm-thangkar-tlad-laea-rabb-kar-tlad.

2) แนวคิดเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

พิมพันธ์ เตชะคุปต์ (2544 : 20) กล่าวว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ (Learning Achievement In Science) หมายถึง ความรู้ความสามารถที่ผู้เรียนได้รับหลังการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ซึ่งจะทราบว่ามีปริมาณมากน้อยเพียงใด ก็อาจจะกระทำได้โดยวัดได้จากการสอบแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์

พรรณี ชูทัย เจนจิต (2545 : 58) ให้ความหมายว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเป็น คุณลักษณะและความสามารถของบุคคลที่พัฒนาการดีขึ้น อันเกิดจากการเรียนการสอน การฝึกอบรม ซึ่งประกอบด้วยความสามารถทางสมอง ความรู้ ทักษะ ความรู้สึก และค่านิยมต่าง ๆ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (Academic Achievement) หมายถึง คุณลักษณะและ ความสามารถของบุคคลอันเกิดจากการเรียนการสอน เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและประสบการณ์การเรียนรู้ที่เกิดจากการศึกษาอบรมหรือจากการสอบ การวัดผลสัมฤทธิ์จึงเป็นการตรวจสอบความสามารถหรือระดับความสัมฤทธิ์ผล (Level of Accomplishment) ของบุคคลว่าเรียนรู้แล้วเท่าไร มีความสามารถแค่ไหน ซึ่งสามารถวัดได้ 2 แบบ ตามจุดมุ่งหมายและลักษณะวิชาที่สอน คือ

1. การวัดด้านปฏิบัติ เป็นการตรวจสอบระดับความสามารถในการปฏิบัติหรือทักษะของผู้เรียน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนแสดงความสามารถดังกล่าวในรูปการกระทำจริงให้ออกเป็นผลงาน เช่น วิชาศิลปศึกษา พลศึกษา การช่าง เป็นต้น ซึ่งการวัดต้องใช้ “ข้อสอบ ภาคปฏิบัติ” (Performance Test)

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

ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ผลของความสามารถของบุคคลที่ต้องอาศัยทักษะ ความรอบรู้ ทัศนคติที่ได้จากการเรียนการสอน การฝึกฝน อบรมสั่งสอน ทำให้เกิดความสำเร็จหรือความสามารถในด้านต่าง ๆ

การหาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ

การหาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะเพื่อให้มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ได้ตรงเป้าหมายของการเรียนมีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินชุดฝึกทักษะไว้ดังนี้

ชัยยงค์ พรหมวงค์ และคนอื่น ๆ (2521:490 -492) ได้กล่าวถึงความจำเป็นและเกณฑ์ในการหาประสิทธิภาพชุดฝึกทักษะว่า

1. ความจำเป็นที่จะต้องทดสอบหาประสิทธิภาพของฝึกทักษะมีอยู่หลายประการด้วยกันคือ

1.1 สำหรับหน่วยงานผลิตชุดฝึกทักษะ เป็นการประกันคุณภาพของชุดฝึกทักษะว่าอยู่ในขั้นสูงเหมาะสมที่จะผลิตออกมาเป็นจำนวนมากหากไม่มีการทดสอบประสิทธิภาพเสียก่อน แล้วหากผลิตออกมาใช้ประโยชน์ไม่ได้ดีก็ต้องทำใหม่เป็นการสิ้นเปลืองทั้งเวลาและเงินทอง

1.2 สำหรับผู้ใช้ชุดฝึกทักษะ จะทำหน้าที่สอนโดยช่วยสร้างสภาพการเรียนรู้ให้ผู้เรียนเปลี่ยนพฤติกรรมตามที่มุ่งหวังบางครั้งต้องช่วยครูสอนบ้างครั้งต้องสอนแทนครู ดังนั้น ก่อนนำชุดฝึกทักษะไปใช้ครูจึงควรมั่นใจว่า ชุดฝึกทักษะนั้นมีประสิทธิภาพในการช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้จริง การทดสอบประสิทธิภาพตามลำดับขั้นจะช่วยให้ได้ชุดฝึกทักษะที่มีคุณค่าทางการสอนจริงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

1.3 สำหรับการผลิตชุดฝึกทักษะ การทดสอบประสิทธิภาพจะทำให้ผู้ผลิตมั่นใจได้เนื้อหาสาระที่ระบรรจุลงในชุดการสอนเหมาะสมง่ายต่อการเข้าใจอันจะช่วยให้ผู้ผลิตมีความชำนาญสูงขึ้น

2. การกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพ เกณฑ์ประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะที่จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ การกำหนดเกณฑ์กระทำได้โดยการประเมินพฤติกรรมของผู้เรียน 2 ประเภท คือ พฤติกรรมต่อเนื่อง กระบวนการและพฤติกรรมขั้นสุดท้าย ผลลัพธ์โดยกำหนดค่าประสิทธิภาพเป็น E1 (ประสิทธิภาพ ของกระบวนการ) E2 (ประสิทธิภาพ ของผลลัพธ์)ประสิทธิภาพของกระบวนการของผู้เรียนสังเกตจากการประกอบกิจกรรมกลุ่มหรือรายงานบุคคลได้แก่งานที่ได้รับมอบหมายและกิจกรรมอื่นใดที่ผู้สอนกำหนดประสิทธิภาพของผลลัพธ์ของผู้เรียนพิจารณาจากการสอบหลังเรียน

3. ขั้นตอนการทดสอบประสิทธิภาพเมื่อผลิตชุดฝึกทักษะเพื่อเป็นต้นแบบแล้วต้องนำชุดฝึกทักษะไปทดสอบประสิทธิภาพตามขั้นตอนต่อไปนี้ (ไชยยศ เรืองสุวรรณ 2533:129)

3.1 ขั้นหาประสิทธิภาพ 1: 1 แบบเดี่ยว เป็นการทดลองกับผู้เรียนครั้งละ 1 คน จำนวน 3 คนโดยใช้เด็กอ่อน ปานกลาง และเด็กเก่ง แล้วนำมาคำนวณหาประสิทธิภาพเสร็จแล้วปรับปรุงให้ดีขึ้นโดยปกติคะแนนที่ได้จากทดสอบแบบเดี่ยวนี้จะได้คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์มาก

3.2 ขั้นหาประสิทธิภาพ 1:10 (แบบกลุ่ม) เป็นการทดสอบกับผู้เรียน 6-10 คนคละผู้เรียนที่เก่งกับอ่อน คำนวณหาประสิทธิภาพแล้วนำมาปรับปรุงในคราวนี้คะแนนผู้เรียนจะดีขึ้น

3.3 ขั้นหาประสิทธิภาพ1: 100 (ภาคสนาม) ขั้นนี้เป็นการทดลองกับผู้เรียนทั้งชั้น 30-100 คนแล้วคำนวณหาประสิทธิภาพแล้วทำการปรับปรุงผลลัพธ์ที่ได้ควรใกล้เคียงกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้

เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต(2528: 294) กล่าวว่าการหาประสิทธิภาพการสอนนั้น จะมีหลักการแบบสมรรถฐานคือมาตรฐาน 90/90 ผลลัพธ์ค่าประสิทธิภาพการสอนนั้นหมายความว่า ประสิทธิภาพของกระบวนการที่จัดไว้ในชุดการสอนคิดเป็นร้อยละจากการประเมินกิจกรรมการเรียน (E1) ประสิทธิภาพของผลลัพธ์คิดเป็นร้อยละจากการประกอบกิจกรรมหลังการเรียน (E2)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า โดยปกติเนื้อหาที่เป็นความรู้ความจำมักจะกำหนดเกณฑ์ ประสิทธิภาพไว้ 80/80 หรือ 90/90 ส่วนเนื้อหาที่เป็นทักษะมักจะกำหนดต่ำกว่านี้เช่น 75/75 นั้น หมายความว่า เมื่อเรียนจากชุดการสอนแล้วผู้เรียนสามารถทำแบบฝึกหัดหลังเรียนได้ผลเฉลี่ยคะแนนร้อยละ 75 และทำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหรือแบบฝึกหลังเรียนได้ผลเฉลี่ยคะแนน ร้อยละ 75

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทองจันทร์ ปะสีรัมย์ (2555) ได้ศึกษาผลการใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวกลบเศษส่วน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่องการบวกและการลบเศษส่วนสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่า มีประสิทธิภาพเท่ากับ 80.00/ 80.67 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวกและการลบเศษส่วนสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยผลการเรียนรู้ของนักเรียนหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์มีคะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ประสิทธิผลของแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์เรื่องการบวกและลบเศษส่วนสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีค่าเท่ากับ .6568 แสดงว่านักเรียนมีความรู้เพิ่มขึ้นร้อยละ 65.68 และความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์อยู่ในระดับ มาก

เทพสถิตย์ มะโนรัตน์(2555) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกเสริมทักษะแคลคูลัส เรื่อง การหาอนุพันธ์ของฟังก์ชันพีชคณิต ชั้น ปวส. 1/6 วิทยาลัยเทคโนโลยียานยนต์ การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้น ปวส. 1/6 ก่อนการใช้และหลังการใช้แบบฝึกเสริมทักษะแคลคูลัส เรื่อง การหาอนุพันธ์ของฟังก์ชันพีชคณิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับ ปวส. 1/6 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2555 วิทยาลัย เทคโนโลยียานยนต์ จำนวน 1 ห้องเรียน นักเรียน 25 คน โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสอนด้วยตนเอง ใช้เวลาทั้งสิ้น 8 สัปดาห์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบค่าสถิติ t-test dependent ผลการศึกษาพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาระดับ ปวส. 1/6 หลังเรียนด้วยแบบฝึกเสริมทักษะแคลคูลัส เรื่องการหาอนุพันธ์ของฟังก์ชันพีชคณิตสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ศักดิ์ชาย ขวัญสิน (2558) ได้ศึกษาการพัฒนาชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์เรื่องทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาประสิทธิภาพของชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่อง ทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 และเพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้ชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่อง ทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนโดยใช้ชุดฝึก

เสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่อง ทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ประชากร เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านปงแม่ลอบ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลำพูน เขต 1 ปีการศึกษา 2557 ภาคเรียนที่ 2 จำนวน 13 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) ชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ จำนวน 6 ชุด 2) แผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง ทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ใช้ควบคู่กับชุดฝึกเสริมทักษะ จำนวน 19 แผน 3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์และ 4) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนโดยใช้ชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย มีดังต่อไปนี้ 1. ชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่อง ทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ 79.47/78.72 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ คือ 75/75 2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์มีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 52.71 โดยคะแนนการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละเท่ากับ 26.52 และ 78.85 ตามลำดับ 3. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนคณิตศาสตร์โดยใช้ชุดเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.69 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.40

อุดมพร เปตานนท์ (2561) ได้ศึกษาการแก้ปัญหาการขาดทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาคะแนนก่อนเรียนและคะแนนหลังเรียนของทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ 2) เพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและคะแนนหลังเรียนของทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ และ3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ หลังจากที่เรียนโดยใช้ชุดแบบฝึกการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า จากการใช้ชุดแบบฝึก มีค่าเฉลี่ยก่อนเรียน เท่ากับ 6.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.52 และมีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน เท่ากับ 10.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.22 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนและค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน มีค่า t-test เท่ากับ 13.91 และ ค่า Sig. เท่ากับ .000 พบว่า คะแนนหลังเรียนสูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า การใช้ชุดแบบฝึกทำให้ทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการดีขึ้น และความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แบบฝึกที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58)

8. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็น นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่1 วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็น นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ จำนวน 24 คน (ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง)

9. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ชุดแบบฝึกเพื่อนำไปวิเคราะห์โดยใช้กระบวนการใช้แบบฝึกในรายวิชาหลักการตลาด เรื่อง สภาพแวดล้อมทางการตลาด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีแนวทางในการสร้างชุดแบบฝึกทักษะเพื่อการวิเคราะห์ดังนี้

ส่วนที่1 เป็นชุดแบบฝึกเพื่อใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อชุดแบบฝึกการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT)

10. การเก็บรวมรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล การพัฒนาทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) โดยใช้ชุดแบบฝึก ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ โดยดำเนินการดังนี้

1. แจ้งการศึกษาการทำวิจัยให้กับนักศึกษาในชั้นเรียนทราบ
2. ดำเนินการเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษา
3. ตรวจสอบแบบทดสอบชุดแบบฝึกการวิเคราะห์ และแบบประเมินความพึงพอใจ
4. ให้นักศึกษาทำชุดแบบฝึกและแบบประเมินความพึงพอใจ
5. อาจารย์จดบันทึก
6. สรุปผลการวิเคราะห์จากแบบทดสอบชุดฝึกการวิเคราะห์และแบบประเมินความพึงพอใจ

11. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติ t-test dependent
2) นำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลแล้วจึงทำการสรุปผลการวิจัยการศึกษาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาจากวิธีการเรียนการสอนโดยใช้ชุดแบบฝึกการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัย

เทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ และเสนอแนะข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแก้ไขในการวิเคราะห์ให้ดียิ่งขึ้น

12. ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และระดับนัยสำคัญทางสถิติ ของการทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ

คะแนนโดยใช้ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT)	N	$\overline{X}$	SD	t-test	Sig
ก่อนเรียน	24	14.25	3.86	3.15	0.0023*
หลังเรียน	24	17.25	1.57		

จากตารางที่ 1 พบว่า เปรียบเทียบคะแนนการทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 14.25 คะแนน และ 17.25 คะแนน ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่า คะแนนหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 2 วิเคราะห์ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT)

แบบฝึกหัดระหว่างเรียน			**แบบทดสอบหลังเรียน**			**ประสิทธิภาพ**
คะแนนเต็ม	**ค่าเฉลี่ย**	E_1	**คะแนนเต็ม**	**ค่าเฉลี่ย**	E_2	E_1/E_2
30	80.21	80.21	20	86.25	86.25	80.21/86.25

จากตารางที่ 2 พบว่า ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) สำหรับนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ E_1/E_2 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80.21/86.25

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดมีประสิทธิภาพสามารถนำไปใช้กับนักเรียนได้

<u>ตาราง 3</u> ศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอน โดยใช้ชุดแบบฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ

	ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอน โดยใช้แบบฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT)	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1.	แบบฝึกมีข้อแนะนำในการปฏิบัติกิจกรรมที่ชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย	4.60	0.65	มากที่สุด	7
2.	เนื้อหาที่กำหนดในกิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมกับนักศึกษา	4.43	0.65	มาก	10
3.	กิจกรรมในแบบฝึกมีความเหมาะสมกับนักศึกษา	4.66	0.52	มากที่สุด	3
4.	เวลาที่ใช้ในการทำแบบฝึกเพียงพอและเหมาะสม	4.49	0.62	มาก	9
5.	ขั้นตอนของกิจกรรมในแบบฝึก นักศึกษาสามารถปฏิบัติได้	4.62	0.61	มากที่สุด	5
6.	แบบฝึกส่งเสริมให้นักศึกษาได้ใช้ความคิด โดยอาศัยความรู้และความเข้าใจเดิมเป็นพื้นฐาน	4.62	0.53	มากที่สุด	6
7.	กิจกรรมในแบบฝึกทำให้นักเรียนรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มขึ้น เข้าใจความหมายได้ดี นำไปใช้ได้อย่างถูกต้อง	4.60	0.61	มากที่สุด	8
8.	แบบฝึกช่วยให้นักเรียนมีความสามารถและเกิดวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดได้	4.68	0.52	มากที่สุด	2
9.	นักศึกษาได้รับความรู้จากการทำแบบฝึกนี้	4.70	0.62	มากที่สุด	1
10.	นักเรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.64	0.49	มากที่สุด	4
	รวม	**4.60**	**0.58**	มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอน โดยใช้ชุดแบบฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, SD = 0.58)

13. สรุปผลการวิจัย

1) คะแนนการทำแบบทดสอบก่อนเรียน ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ จำนวน 24 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14.25 คิดเป็นร้อยละ 47.50
2) คะแนนการทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียน โดยใช้ชุดแบบฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ ในภาพรวม จำนวน 24 คน มีคะแนนคิดเป็นร้อยละ 80.21 มีคะแนนมากที่สุด คือ 20 คะแนน รองลงมาคือ 18 คะแนน และมีคะแนนน้อยที่สุดคือ 12 คะแนน ตามลำดับ
3) คะแนนการทำแบบทดสอบหลังเรียน โดยใช้ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ จำนวน 24 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.25 คิดเป็นร้อยละ 86.25
4) ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) สำหรับนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ E_1/E_2 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80.21/86.25
5) เปรียบเทียบคะแนนการทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 14.25 คะแนน และ 17.25 คะแนน ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่าคะแนนหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6) ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอน โดยใช้ชุดแบบฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ สรุปได้ดังนี้
    1) นักศึกษาได้รับความรู้จากการทำแบบฝึกนี้ มีค่าเฉลี่ย 4.70 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62
    2) แบบฝึกช่วยให้นักเรียนมีความสามารถและเกิดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.68 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52
    3) กิจกรรมในแบบฝึกมีความเหมาะสมกับนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.66 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52
    4) นักเรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ มีค่าเฉลี่ย 4.64 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49
    5) ขั้นตอนของกิจกรรมในแบบฝึก นักศึกษาสามารถปฏิบัติได้ มีค่าเฉลี่ย 4.62 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61

6) แบบฝึกส่งเสริมให้นักศึกษาได้ใช้ความคิด โดยอาศัยความรู้และความเข้าใจเดิมเป็นพื้นฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.62 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53
7) แบบฝึกมีข้อแนะนำในการปฏิบัติกิจกรรมที่ชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.60 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65
8) กิจกรรมในแบบฝึกทำให้นักเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) เพิ่มขึ้น เข้าใจความหมายได้ดี นำไปใช้ได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.60 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61
9) เวลาที่ใช้ในการทำแบบฝึกเพียงพอและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.49 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62
10) เนื้อหาที่กำหนดในกิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมกับนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.43 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65

14. การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการหาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) พบว่า ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ทั้ง 2 ชุด มีค่าร้อยละเท่ากับ 80.21/86.25 จึงสามารถสรุปได้ว่า ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้กับนักเรียนได้ (อ้างอิงตามเกณฑ์ 80/80) ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การพัฒนาชุดฝึกทักษะเพื่อเป็นเสริมสร้างทักษะให้แก่นักเรียน มีลักษณะเป็นแบบฝึกหัด และแบบทดสอบให้นักเรียนได้กระทำกิจกรรมการฝึกทักษะโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสามารถของนักเรียนให้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ชาย ขวัญสิน (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์เรื่องทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า ชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่องทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ 79.47/78.72 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ คือ 75/75 และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการหาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะของ ชัยยงค์ พรหมวงค์ (2526:31) ได้ให้เหตุผลไว้ดังนี้ คือ เกณฑ์ 90/90 สำหรับเนื้อหาวิชาที่เป็นความรู้ความจำและ 80/80 สำหรับเนื้อหาวิชาที่เป็นทักษะหรือเจตคติเพราะการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคิดตามระยะเวลาไม่สามารถเปลี่ยนและวัดได้ทันทีที่เรียนเสร็จ จากการเปรียบเทียบแนวคิดดังกล่าว จึงทำให้สามารถระบุได้ชัดว่า ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) พบว่า ชุดฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้กับนักเรียนนักศึกษาได้

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอน โดยใช้ชุดแบบฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ พบว่า ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอน โดยใช้ชุด

แบบฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.60, SD = 0.58) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ชาย ขวัญสิน (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์เรื่องทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนคณิตศาสตร์โดยใช้ชุดเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.69 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.40

15. ข้อเสนอแนะการวิจัย

1) ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งนี้

1.1) สถานศึกษาควรมีนโยบายในการสร้างสื่อการสอนต่าง ๆ ให้ทันสมัยและจัดอบรมให้ความรู้แก่ครูผู้สอนสามารถสร้างสื่อด้วยเทคนิคพิเศษต่าง ๆ

1.2) ควรปรับปรุงแบบฝึกอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้กรณีศึกษาที่สอดคล้องกับสภาวะการตลาดในปัจจุบัน

1.3) อาจารย์ที่สอนเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) สามารถนำแบบฝึกนี้ไปใช้กับนักศึกษาปีการศึกษาต่อไป

1.4) สถานศึกษาสามารถนำแบบฝึกนี้เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของวิทยาลัยฯ เพื่อให้บุคคลทั่วไปหรือนักศึกษาอื่น ๆ ที่สนใจนำไปใช้ประโยชน์เพื่อฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) ต่อไป

2) ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป

การทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่อง การแก้ปัญหาการขาดทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT) โดยใช้ชุดแบบฝึกของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีระยองบริหารธุรกิจ เพื่อเป็นการแก้ไขให้ตรงจุดสำหรับนักศึกษาที่ขาดทักษะในเรื่องของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด(SWOT)

บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการ. กรมวิชาการ. (2542). **แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อสร้างคุณลักษณะที่ดี เก่ง มีสุข**. เอกสารประกอบคำบรรยายอัดสำเนา. ม.ป.ท.

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและระบบการตลา. (2559). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://sites.google.com/site/hlakkartlad02/neuxha/4-kar-wikheraah-sphaph-waedlxm-thangkar-tlad-laea-rabb-kar-tlad. (วันที่ค้นข้อมูล : 10 กุมภาพันธ์ 2564).

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2526). **เทคโนโลยีทางการสอนและการศึกษา**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.

ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2533). **เทคโนโลยีการศึกษา : ทฤษฎีและการวิจัย**. กรุงเทพฯ :โอเดียนสโตร.

ทองจันทร์ ปะสีรัมย์. (2555**). ผลการใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่องการบวกลบเศษส่วน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

เทพสถิต มะโนรัตน์. (2555). **รายงานวิจัยการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกเสริมทักษะแคลคูลัส เรื่อง การหาอนุพันธ์ของฟังก์ชันพีชคณิต ชั้น ปวส 1/6 วิทยาลัยเทคโนโลยียานยนต์**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัย เทคโนโลยียานยนต์.พรรณี ชูทัยเจนจิต. (2545). **จิตวิทยาการเรียนการสอน.** (พิมพ์ครั้งที่5). กรุงเทพฯ. เสริมสิน พรีเพรสิสเท็ม

พรรณี ชูทัยเจนจิต. (2545). **จิตวิทยาการเรียนการสอน.** (พิมพ์ครั้งที่5). กรุงเทพฯ. เสริมสิน พรี เพรสิสเท็ม

พิมพันธ์ เดชะคุปต์. (2544). **การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ: แนวคิด วิธีและเทคนิคการสอน 1**.กรุงเทพฯ: เดอะมาสเตอร์กรุ๊ป แมเนจเม้นท์.

ไพศาล หวังพานิช. (2523). **การวัดผลทางการศึกษา.**กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ศักดิ์ชาย ขวัญสิน. (2558). **วิจัยการพัฒนาชุดฝึกเสริมทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์เรื่องทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖ โรงเรียนบ้านปงแม่ลอบ**. จังหวัดลำพูน

เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต. (2528). **เทคโนโลยีทางการศึกษา.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

อุดมพร เปตานนท์. (2561). **การแก้ปัญหาการขาดทักษะการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ชุดแบบฝึก ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนยีบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด.** วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ.