

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

Burapha University

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

ตรวจแผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเองวิชาการส่งเสริมการชาย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต สุรัตน์เรืองชัย อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ดร.สุมาลี กาญจนชาติรี อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. อาจารย์ศิริพรรณ สนใจธรรม ครูชำนาญการ (ค.ศ. 2) สาขาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาชลบุรี จังหวัดชลบุรี
4. อาจารย์นิภาวรรณ ชนะสงคราม หัวหน้าหมวดวิชาชีพและครูผู้สอนสาขาการตลาด โรงเรียนเมืองชลพิทยการ จังหวัดชลบุรี
5. อาจารย์พัชรี สร้อยสกุล ผู้อำนวยการโรงเรียนเมืองชลพิทยการ โรงเรียนเมืองชลพิทยการ จังหวัดชลบุรี

ตรวจแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการส่งเสริมการชาย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต สุรัตน์เรืองชัย อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรัตน์ วงษ์นาม อาจารย์ประจำภาควิชาวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ดร.สุมาลี กาญจนชาติรี อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. อาจารย์ศิริพรรณ สนใจธรรม ครูชำนาญการ (ค.ศ. 2) สาขาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาชลบุรี จังหวัดชลบุรี
5. อาจารย์นิภาวรรณ ชนะสงคราม หัวหน้าหมวดวิชาชีพและครูผู้สอนสาขาการตลาด โรงเรียนเมืองชลพิทยการ จังหวัดชลบุรี

ตรวจแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหา

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต สุรัตน์เรืองชัย อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรัตน์ วงษ์นาม อาจารย์ประจำภาควิชาวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ดร.สุมาลี กาญจนชาติรี อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. อาจารย์ศิริพรรณ สนใจธรรม ครูชำนาญการ (ค.ศ. 2) สาขาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาชลบุรี จังหวัดชลบุรี
5. อาจารย์นิภาวรรณ ชนะสงคราม หัวหน้าหมวดวิชาชีพและครูผู้สอนสาขาการตลาด โรงเรียนเมืองชลพัฒนิกการ จังหวัดชลบุรี

ตรวจแบบวัดเจตคติ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต สุรัตน์เรืองชัย อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรัตน์ วงษ์นาม อาจารย์ประจำภาควิชาวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ดร.สุมาลี กาญจนชาติรี อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. อาจารย์พัทรี สร้อยสกุล ผู้อำนวยการโรงเรียนเมืองชลพัฒนิกการ โรงเรียนเมืองชลพัฒนิกการ จังหวัดชลบุรี
5. อาจารย์ศิริพรรณ สนใจธรรม ครูชำนาญการ (ค.ศ. 2) สาขาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาชลบุรี จังหวัดชลบุรี

กำหนดเกณฑ์คะแนนของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหา

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต สุรัตน์เรืองชัย อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรัตน์ วงษ์นาม อาจารย์ประจำภาควิชาวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ดร.สุมาลี กาญจนชาติตรี อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. อาจารย์ศิริพรรณ สนใจธรรม ครูชำนาญการ (ค.ศ. 2) สาขาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาชลบุรี จังหวัดชลบุรี
5. อาจารย์นิภาวรรณ ชนะสงคราม หัวหน้าหมวดวิชาชีพและครูผู้สอนสาขาการตลาด โรงเรียนเมืองชลพัฒนวิทยากร จังหวัดชลบุรี

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ข

สำเนาหนังสือทางราชการ

(สำเนา)

ที่ ศธ 0528.03 /1549

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

169 ถ.ลพท.บางแสน ต.แสนสุข

อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

23 กรกฎาคม 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร. วิจิต สุรัตน์เรืองชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำโครงการวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางนิตา แซ่เอี้ยว นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่องการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้ปัญหาและเจตคติที่มีต่อวิชาการส่งเสริมการขาย ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนตามแนวทฤษฎีการสร้าง ความรู้ด้วยตนเอง ในความควบคุมดูแลของ ดร.จันทร์พร พรหมมาศ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในครั้งนี้บัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความ เที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคง จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ) ดร.สมถวิล จริตควร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล จริตควร)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

(สำเนา)

ที่ ศธ 0528.03 /1550

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

169 ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข

อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

23 กรกฎาคม 2550

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์นิภาวรรณ ชนะสงคราม

สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้บ์โครงย่อยวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางนิตา แซ่เอี้ยว นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่องการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้ปัญหาและเจตคติที่มีต่อวิชาการส่งเสริมการขาย ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนตามแนวทฤษฎีการสร้าง ความรู้ด้วยตนเอง ในความควบคุมดูแลของ ดร.จันทร์พร พรหมมาศ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็น ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความ เที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคง จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ) ดร.สมถวิล จริตควร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล จริตควร)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

(สำเนา)

ที่ ศธ 0528.03 /1551

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

169 ถ.ลพทบางแสน ต.แสนสุข

อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

23 กรกฎาคม 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ศิริพรรณ สนใจธรรม

สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงยอวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางนิตา แซ่เอี้ยว นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่องการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้ปัญหาและเจตคติที่มีต่อวิชาการส่งเสริมการขาย ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนตามแนวทฤษฎีการสร้าง ความรู้ด้วยตนเอง ในความควบคุมดูแลของ ดร.จันทร์พร พรหมมาศ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็น ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความ เที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคง จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ) ดร.สมถวิล จริตควร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล จริตควร)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

(สำเนา)

ที่ ศธ 0528.03 /1552

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

169 ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข

อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

23 กรกฎาคม 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร. ไพรัตน์ วงษ์นาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้ําโครงย่ํอวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางนิตา แซ่เอี้ยว นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่องการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้ปัญหาและเจตคติที่มีต่อวิชาการส่งเสริมการขาย ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนตามแนวทฤษฎีการสร้าง ความรู้ด้วยตนเอง ในความควบคุมดูแลของ ดร.จันทพร พรหมมาศ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความ เที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคง จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ) ดร.สมถวิล จริตควร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล จริตควร)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

(สำเนา)

ที่ ศธ 0528.03 /1553

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

169 ถ.ลพท.บางแสน ต.แสนสุข

อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

23 กรกฎาคม 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ดร. สุมาลี กาญจนชาติตรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำโครงการวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางนิตา แซ่เอี้ยว นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่องการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้ปัญหาและเจตคติที่มีต่อวิชาการส่งเสริมการขาย ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนตามแนวทฤษฎีการสร้าง ความรู้ด้วยตนเอง ในความควบคุมดูแลของ ดร.จันทพร พรหมมาศ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความ เที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคง จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ) ดร.สมถวิล จริตควร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล จริตควร)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขาธิการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

(สำเนา)

ที่ ศธ 0528.03 /1779

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
169 ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

27 สิงหาคม 2550

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนเมืองชลพณิชยการ
สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางนิตา แซ่เอี้ยว นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่องการศึกษา
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้ปัญหาและเจตคติที่มีต่อวิชาการส่งเสริมการขาย
ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนตามแนวทฤษฎีการสร้าง
ความรู้ด้วยตนเอง ในความควบคุมดูแลของ ดร.จันทร์พร พรหมมาศ ประธานกรรมการ มีความ
ประสงค์ขออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนระดับประกาศนียบัตร
วิชาชีพชั้นปีที่ 3 สาขางานการขาย จำนวน 100 คน โดยผู้วิจัยจะขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล
ด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 28-29 สิงหาคม 2550 อนึ่ง โครงการวิจัยนี้ได้ผ่านขั้นตอนการพิจารณา
ทางจริยธรรมการวิจัยของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคง
จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ) ดร.สมถวิล จริตควร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล จริตควร)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

(สำเนา)

ที่ ศธ 0528.03 /1828

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

169 ถ.ลมหาดบางแสน ต.แสนสุข

อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

31 สิงหาคม 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนเมืองชลพณิชยการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางนิตา แซ่เอี้ยว นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยบูรพา ได้อนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้ปัญหาและเจตคติที่มีต่อวิชาการส่งเสริมการขาย ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนตามแนวทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเอง ในความควบคุมดูแลของ ดร.จันทร์พร พรหมมาศ ประธานกรรมการ มีความประสงค์ขออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขางานการขาย จำนวน 40 คน โดยผู้วิจัยจะขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 3 กันยายน ถึงวันที่ 10 ตุลาคม 2550 อนึ่ง โครงการวิจัยนี้ได้ผ่านขั้นตอน การพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา เรียบร้อยแล้ว จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคง จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ) ดร.สมถวิล จริตควร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล จริตควร)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ค
ตารางวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างองค์ประกอบของ
แผนการจัดการเรียนรู้วิชาการส่งเสริมการขาย

เนื้อหา	องค์ประกอบของ แผนการจัด การเรียนรู้	คะแนนความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า เฉลี่ย
		1	2	3	4	5		
1. การส่งเสริม การขายที่มุ่งสู่ ผู้บริโภค	1. สาระสำคัญ	1	1	1	1	1	5	1
	2. ผลการเรียนรู้ ที่คาดหวัง	1	1	1	1	1	5	1
	3. จุดประสงค์ การเรียนรู้	1	1	0	1	1	4	0.8
	4. เนื้อหาสาระ	1	1	1	1	1	5	1
	5. กิจกรรมการเรียนรู้	1	1	1	1	1	5	1
	6. สื่อการเรียน การสอน	1	1	1	1	1	5	1
	7. การวัดและ ประเมินผล	1	1	1	1	1	5	1
2. การส่งเสริม การขายที่มุ่งสู่ คนกลาง	1. สาระสำคัญ	1	1	1	1	1	5	1
	2. ผลการเรียนรู้ ที่คาดหวัง	1	1	1	1	1	5	1
	3. จุดประสงค์ การเรียนรู้	1	1	0	1	1	4	0.8
	4. เนื้อหาสาระ	1	1	1	1	1	5	1
	5. กิจกรรมการเรียนรู้	1	1	1	1	1	5	1
	6. สื่อการเรียน การสอน	1	1	0	1	1	4	0.8
	7. การวัดและ ประเมินผล	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ 10 (ต่อ)

เนื้อหา	องค์ประกอบของ แผนการจัด การเรียนรู้	คะแนนความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า เฉลี่ย
		1	2	3	4	5		
3. การส่งเสริม การขายที่มุ่งสู่ พนักงานขาย	1. สาระสำคัญ	1	1	1	1	1	5	1
	2. ผลการเรียนรู้ ที่คาดหวัง	1	1	1	1	1	5	1
	3. จุดประสงค์ การเรียนรู้	1	1	0	1	1	4	0.8
	4. เนื้อหาสาระ	1	1	1	1	1	5	1
	5. กิจกรรมการเรียนรู้	1	1	1	1	1	5	1
	6. สื่อการเรียน การสอน	1	1	0	1	1	4	0.8
	7. การวัดและ ประเมินผล	1	1	1	1	1	5	1
4. กลยุทธ์ พื้นฐานในการ ส่งเสริมการขาย	1. สาระสำคัญ	1	1	1	1	1	5	1
	2. ผลการเรียนรู้ ที่คาดหวัง	1	1	1	1	1	5	1
	3. จุดประสงค์ การเรียนรู้	1	1	0	1	1	4	0.8
	4. เนื้อหาสาระ	1	1	0	1	1	4	0.8
	5. กิจกรรมการเรียนรู้	1	1	1	1	1	5	1
	6. สื่อการเรียน การสอน	1	1	1	1	1	5	1
	7. การวัดและ ประเมินผล	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ 10 (ต่อ)

เนื้อหา	องค์ประกอบของ แผนการจัด การเรียนรู้	คะแนนความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า เฉลี่ย
		1	2	3	4	5		
5. จริยธรรมใน การส่งเสริม การขาย	1. สาระสำคัญ	1	1	1	1	1	5	1
	2. ผลการเรียนรู้ ที่คาดหวัง	1	1	1	1	1	5	1
	3. จุดประสงค์ การเรียนรู้	1	1	0	1	1	4	0.8
	4. เนื้อหาสาระ	1	1	1	1	1	5	1
	5. กิจกรรมการเรียนรู้	1	1	1	1	1	5	1
	6. สื่อการเรียน การสอน	1	1	0	1	1	4	0.8
	7. การวัดและ ประเมินผล	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้
(IOC) ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการส่งเสริมการขาย

ข้อสอบ ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
1	1	1	1	1	1	5	1
2	1	1	1	1	1	5	1
3	1	1	1	1	1	5	1
4	1	1	1	1	1	5	1
5	1	1	1	1	1	5	1
6	1	1	1	1	1	5	1
7	1	1	1	1	1	5	1
8	1	1	0	1	1	4	0.8
9	1	1	1	1	1	5	1
10	1	1	1	1	1	5	1
11	1	1	1	1	1	5	1
12	1	1	1	1	1	5	1
13	1	1	1	1	1	5	1
14	1	1	1	1	1	5	1
15	1	1	1	1	1	5	1
16	1	1	1	1	1	5	1
17	1	1	1	1	1	5	1
18	1	1	0	1	0	3	0.6
19	1	1	1	1	1	5	1
20	1	1	1	1	1	5	1
21	1	1	1	1	1	5	1
22	1	1	0	1	0	3	0.6
23	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ข้อสอบ ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
24	1	1	-1	1	1	3	0.6
25	1	1	1	1	1	5	1
26	1	1	1	1	1	5	1
27	1	1	1	1	1	5	1
28	1	1	-1	1	-1	1	0.2*
29	1	1	-1	1	0	2	0.4*
30	1	1	1	1	1	5	1
31	1	1	1	1	1	5	1
32	1	1	1	1	1	5	1
33	1	1	1	1	0	4	0.8
34	1	1	1	1	1	5	1
35	1	1	1	1	1	5	1
36	1	1	1	1	1	5	1
37	1	1	1	1	1	5	1
38	1	1	-1	1	1	3	0.6
39	1	1	1	1	1	5	1
40	1	1	1	1	1	5	1
41	1	1	1	1	1	5	1
42	1	1	1	1	1	5	1
43	1	1	1	1	1	5	1
44	1	1	1	1	1	5	1
45	1	1	1	1	1	5	1
46	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ข้อสอบ	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
47	1	1	1	1	1	5	1
48	1	1	1	1	0	4	0.8
49	1	1	1	1	1	5	1
50	1	1	1	1	1	5	1

สรุปผลการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้ (IOC) มีข้อสอบที่สามารถนำมาใช้ได้ ที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป จำนวน 48 ข้อ
หมายเหตุ * คือ ข้อสอบที่มีค่า IOC ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 12 แสดงค่าความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการส่งเสริมการขาย

ข้อที่	p	r	ข้อที่	p	r
1	0.72	0.48	19	0.78	0.44
2	0.43	0.41	20	0.76	0.33
3	0.67	0.30	21	0.69	0.41
4	0.37	0.22	22	0.63	0.59
5	0.74	0.52	23	0.39	0.56
6	0.80	0.41	24	0.44	0.67
7	0.61	0.56	25	0.61	0.56
8	0.67	0.22	26	0.68	0.33
9	0.39	0.26	27	0.50	0.33
10	0.57	0.48	28	0.46	0.33
11	0.57	0.48	29	0.48	0.44
12	0.50	0.26	30	0.54	0.48
13	0.61	0.48	31	0.72	0.48
14	0.63	0.37	32	0.87	0.26
15	0.56	0.37	33	0.46	0.48
16	0.78	0.44	34	0.76	0.33
17	0.63	0.44	35	0.56	0.52
18	0.55	0.44			

ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างสถานการณ์และข้อความกับ
พฤติกรรมที่ต้องการวัด (IOC) ของแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหา

สถานการณ์ ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
1	1	1	1	1	1	5	1
2	1	1	1	1	1	5	1
3	1	1	1	1	1	5	1
4	1	1	1	1	1	5	1
5	1	1	1	1	1	5	1
6	-1	0	1	1	1	2	0.4*
7	1	1	1	1	1	5	1
8	1	1	1	1	1	5	1
9	1	1	1	1	1	5	1
10	-1	0	1	1	1	2	0.4*

สรุปผล การวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างสถานการณ์และข้อความกับ
พฤติกรรมที่ต้องการวัด (IOC) ของแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหา มีสถานการณ์ที่
สามารถนำมาใช้ได้ ที่มีค่า IOC เท่ากับ 1 จำนวน 8 ข้อ

หมายเหตุ * คือ ข้อสอบที่มีค่า IOC ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 14 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหา

ข้อที่	t
1	4.01
2	7.51
3	11.27
4	6.38
5	9.69
6	8.60
7	6.25
8	4.75

ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบวัดเจตคติ

ข้อความ ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
1	0	1	1	0	1	3	0.6
2	0	1	1	1	1	4	0.8
3	1	1	1	1	1	5	1
4	1	1	1	1	1	5	1
5	1	1	1	1	1	5	1
6	1	0	-1	1	1	2	0.4*
7	1	1	1	1	1	5	1
8	1	1	0	1	1	4	0.8
9	1	-1	0	1	1	2	0.4*
10	1	1	1	1	1	5	1
11	1	1	1	1	1	5	1
12	1	1	1	1	1	5	1
13	1	1	1	1	1	5	1
14	1	1	1	1	1	5	1
15	1	1	1	1	1	5	1
16	1	1	1	1	1	5	1
17	1	1	1	1	1	5	1
18	1	1	1	1	1	5	1
19	1	1	1	1	1	5	1
20	1	1	1	1	1	5	1
21	1	-1	0	1	1	2	0.4*
22	1	1	1	1	1	5	1
22	1	1	1	1	1	5	1
24	1	0	-1	1	1	2	0.4*

สรุปผล การวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบวัดเจตคติ มีข้อความสามารถนำมาใช้ได้ ที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป จำนวน 20 ข้อ

หมายเหตุ * คือ ข้อสอบที่มีค่า IOC ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 16 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดเจตคติ

ข้อที่	t
1	2.83
2	3.98
3	3.04
4	4.49
5	2.98
6	4.20
7	3.60
8	4.69
9	3.29
10	4.29
11	2.67
12	5.31
13	1.81
14	4.12
15	3.29
16	4.53
17	3.79
18	4.50
19	3.72
20	3.26

ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86

ตารางที่ 17 คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการส่งเสริมการขาย ที่ได้จากการทดสอบ
วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนและหลังการทดลอง (คะแนนเต็ม 35 คะแนน)

คนที่	คะแนนก่อน การทดลอง	คะแนนหลัง การทดลอง	คนที่	คะแนนก่อน การทดลอง	คะแนนหลัง การทดลอง
1	27	32	21	15	29
2	28	34	22	17	27
3	20	30	23	12	24
4	21	32	24	15	27
5	25	31	25	18	25
6	13	24	26	20	30
7	13	27	27	19	23
8	12	28	28	24	32
9	13	27	29	10	27
10	12	25	30	15	25
11	17	30	31	21	32
12	19	26	32	10	26
13	16	33	33	17	28
14	24	30	34	27	34
15	18	25	35	23	32
16	25	32	36	20	31
17	19	26	37	26	32
18	19	25	38	15	26
19	25	33	39	29	34
20	24	31	40	22	33

ค่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการทดลองมีค่าเท่ากับ 19.38

ค่าคะแนนเฉลี่ยหลังการทดลองมีค่าเท่ากับ 28.95

ตารางที่ 18 คะแนนความสามารถในการแก้ปัญหาวิชาการส่งเสริมการขาย ที่ได้จากการทดสอบ
วัดความสามารถในการแก้ปัญหา ก่อนและหลังการทดลอง (คะแนนเต็ม 72 คะแนน)

คนที่	คะแนนก่อน การทดลอง	คะแนนหลัง การทดลอง	คนที่	คะแนนก่อน การทดลอง	คะแนนหลัง การทดลอง
1	40	52	21	48	52
2	52	57	22	37	50
3	45	52	23	35	51
4	50	56	24	36	53
5	54	59	25	38	51
6	35	53	26	43	55
7	49	52	27	39	60
8	45	53	28	49	50
9	40	55	29	40	51
10	45	51	30	40	63
11	36	50	31	41	52
12	43	51	32	40	52
13	51	54	33	36	59
14	42	53	34	44	52
15	39	54	35	38	49
16	42	51	36	36	54
17	37	52	37	45	57
18	42	58	38	46	61
19	49	56	39	46	51
20	41	54	40	44	54

ค่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการทดลองมีค่าเท่ากับ 42.43

ค่าคะแนนเฉลี่ยหลังการทดลองมีค่าเท่ากับ 53.75

ตารางที่ 19 คะแนนเจตคติต่อวิชาการส่งเสริมการขาย ที่ได้จากการวัดเจตคติหลังการทดลอง
(คะแนนเต็ม 100 คะแนน)

คนที่	คะแนน	คนที่	คะแนน
1	81	21	79
2	86	22	94
3	81	23	72
4	80	24	78
4	97	25	79
6	82	26	88
7	76	27	74
8	84	28	74
9	72	29	85
10	87	30	88
11	76	31	81
12	84	32	90
13	86	33	87
14	80	34	86
15	85	35	90
16	77	36	85
17	79	37	89
18	85	38	88
19	84	39	82
20	77	40	72

ค่าคะแนนเฉลี่ยหลังการทดลองมีค่าเท่ากับ 4.13

ตารางที่ 20 แสดงระดับเจตคติในภาพรวมและรายข้อ

ข้อที่	N	Mean	SD	ระดับ
1	40	4.50	.506	ด
2	40	3.85	.864	ด
3	40	4.13	.404	ด
4	40	3.70	.823	ด
5	40	4.28	.554	ด
6	40	4.13	.648	ด
7	40	4.20	.516	ด
8	40	4.25	.588	ด
9	40	4.18	.446	ด
10	40	4.13	.563	ด
11	40	4.05	.693	ด
12	40	4.30	.564	ด
13	40	4.18	.446	ด
14	40	4.00	.679	ด
15	40	3.85	.662	ด
16	40	4.13	.563	ด
17	40	4.25	.494	ด
18	40	4.23	.530	ด
19	40	4.08	.694	ด
20	40	4.23	.530	ด
รวม	40	4.13	.293	ด

ค่าเฉลี่ยเจตคติต่อวิชาการส่งเสริมการขาย มีค่าเท่ากับ 4.13 อยู่ในระดับดี

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ง
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการส่งเสริมการขาย

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2

สาขาวิชาการขาย

คำชี้แจง ให้นักเรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยทำเครื่องหมาย **X** ลงบนกระดาษคำตอบ

1. ข้อใดเป็นวัตถุประสงค์หลักของการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค
 - ก. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อมากขึ้น
 - ข. เพื่อกระตุ้นตัวแทนให้รีบซื้อสินค้า
 - ค. เป็นการสร้างประสิทธิภาพในการขาย
 - ง. เพื่อให้พนักงานขายช่วยขายสินค้า

2. วิธีการส่งเสริมการขายที่กระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้และผู้บริโภคได้รับประโยชน์ทันที คือข้อใด
 - ก. ของแถมทางไปรษณีย์
 - ข. การสาธิตสินค้า
 - ค. การลดราคา
 - ง. ของตัวอย่าง

3. วัตถุประสงค์ของวิธีการใช้แถมปีการค้ำ คือข้อใด
 - ก. เพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง
 - ข. เพื่อระบายสินค้าเก่า
 - ค. เพื่อให้ลูกค้าทดลองใช้สินค้า
 - ง. เพื่อลดราคาสินค้า

4. หากต้องการล้างสต็อกสินค้าเพื่อระบายสินค้าเก่า ควรส่งเสริมการขายด้วยวิธีใด
 - ก. การให้คูปอง
 - ข. ของตัวอย่าง
 - ค. การขายรวมห่อ
 - ง. การสาธิตสินค้า

5. "ซื้อเนสกาแฟเอ็กซ์ตร้าวันนี้ ราคาเดิม เพิ่มปริมาณ 200 กรัม" คือการส่งเสริมการขายวิธีใด
 - ก. เหตุการณ์พิเศษ
 - ข. การลดราคา
 - ค. หีบห่อส่วนเพิ่ม
 - ง. ของแถม

6. "ฉลองครบรอบ 5 ปี สยามพารากอน สมณาคูณพิเศษ วันนี้" คือการส่งเสริมการขายวิธีใด
 - ก. แสตมป์การค้ำ
 - ข. เหตุการณ์พิเศษ
 - ค. ของแถม
 - ง. การลดราคา

14. ร้านค้าสั่งซื้อรองเท้า 1,000 คู่ ราคาคู่ละ 120 บาท ผู้ผลิตให้ส่วนลดคู่ละ 10 บาท ดังนั้นผู้ผลิตจะเรียกเก็บเงินจากร้านค้าตามใบกำกับสินค้าได้กี่บาท

- | | |
|----------------|----------------|
| ก. 120,000 บาท | ข. 10,000 บาท |
| ค. 110,000 บาท | ง. 130,000 บาท |

15. หากต้องการให้คนกลางหรือตัวแทนได้ทดลองใช้สินค้า และรู้วิธีการใช้สินค้า ควรส่งเสริมการขายวิธีใด

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| ก. การประชุมผู้จำหน่าย | ข. การแถมตัวสินค้า |
| ค. การสาธิตแก่ผู้จำหน่าย | ง. การแข่งขันการขาย |

16. วิธีการส่งเสริมการขายที่ผู้ผลิตจัดหาโปสเตอร์ ชั้นวางของ ป้ายโฆษณา และอื่น ๆ ให้แก่ร้านค้า คือข้อใด

- | | |
|--------------------------------|---------------------|
| ก. การให้ส่วนลด | ข. การแถมตัวสินค้า |
| ค. การแสดงวัสดุโฆษณา ณ จุดซื้อ | ง. การแข่งขันการขาย |

17. การที่ผู้ผลิตกำหนดเป้าหมายยอดขายประจำเดือนแก่ร้านค้า ถ้าร้านค้าใดสามารถทำได้ จะได้รับรางวัล คือการส่งเสริมการขายวิธีใด

- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| ก. การสาธิตแก่ผู้จำหน่าย | ข. การแข่งขันการขาย |
| ค. การแถมตัวสินค้า | ง. การแสดงวัสดุโฆษณา ณ จุดซื้อ |

18. วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขายในข้อใดไม่ถูกต้อง

- | |
|---|
| ก. เพื่อสร้างความพยายามในการขายให้กับพนักงานขาย |
| ข. เพื่อให้ผลตอบแทนพิเศษเมื่อขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น |
| ค. เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้กับพนักงานขายที่มีต่อองค์กร |
| ง. เพื่อให้พนักงานขายได้ใช้สินค้าของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย |

19. ข้อใดไม่ใช่วิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย

- | | |
|---------------------|---------------------------------|
| ก. การลดราคา | ข. การแข่งขันการขาย |
| ค. การฝึกอบรมการขาย | ง. การจัดทำเครื่องมือช่วยการขาย |

20. พนักงานขายใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์ด้านการขาย ควรส่งเสริมการขายวิธีใด
- | | |
|---------------------------------|---------------------|
| ก. การแข่งขันการขาย | ข. การฝึกอบรมการขาย |
| ค. การจัดทำเครื่องมือช่วยการขาย | ง. การให้เงินสด |
21. วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการฝึกอบรมการขาย คือข้อใด
- | |
|---|
| ก. ลดค่าใช้จ่ายในการขาย |
| ข. เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงานขาย |
| ค. ลดการเข้า-ออกของพนักงานขาย |
| ง. เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานขายกับกิจการ |
22. กิจการต้องการให้ข้อมูลข่าวสาร และเปิดโอกาสให้พนักงานขายได้ซักถามปัญหาต่าง ๆ ควรใช้วิธีการส่งเสริมการขายวิธีใด
- | | |
|---------------------|---------------------------------|
| ก. การแข่งขันการขาย | ข. การประชุมสัมมนาทางการขาย |
| ค. การฝึกอบรมการขาย | ง. การจัดทำเครื่องมือช่วยการขาย |
23. วิธีการส่งเสริมการขายที่จะทำให้พนักงานขายเกิดความมั่นใจ และยังช่วยให้ลูกค้ามีความเข้าใจในตัวสินค้าได้มากขึ้น คือข้อใด
- | | |
|---------------------|---------------------------------|
| ก. การแข่งขันการขาย | ข. การประชุมสัมมนาทางการขาย |
| ค. การฝึกอบรมการขาย | ง. การจัดทำเครื่องมือช่วยการขาย |
24. วิธีการส่งเสริมการขายในข้อใด มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นปริมาณยอดขายให้เพิ่มสูงขึ้น
- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| ก. การประชุมสัมมนาทางการขาย | ข. การให้เครื่องมือช่วยขาย |
| ค. การแข่งขันการขาย | ง. การฝึกอบรมการขาย |
25. การที่ผู้ผลิตเสนอให้เงินสดกับพนักงานขาย ถ้าพนักงานขายขายเครื่องซักผ้าได้ 1 เครื่อง เป็นเงิน 200 บาท คือการส่งเสริมการขายวิธีใด
- | |
|---------------------------------|
| ก. การกำหนดโควตาขาย |
| ข. การกำหนดจำนวนลูกค้าใหม่ |
| ค. การยกย่องพนักงานขายยอดเยี่ยม |
| ง. การให้รางวัลเกียรติยศ |

26. รางวัลการแข่งขันทางการขาย ประเภทรางวัลเกียรติยศ คืออะไร

- ก. เงินสด ข. ถ้วยรางวัล ค. การท่องเที่ยว ง. สินค้า

27. ข้อใดไม่ใช่กลยุทธ์พื้นฐานในการส่งเสริมการขาย

- ก. กลยุทธ์ผลักดัน ข. กลยุทธ์ดึง
ค. กลยุทธ์ดัน ง. กลยุทธ์ผสม

28. กลยุทธ์ดึง หมายถึงอะไร

- ก. ผู้ผลิตดึงเอาสินค้าออกมาจำหน่าย
ข. ผู้ผลิตขายสินค้าให้กับคนกลาง
ค. ผู้ผลิตให้พนักงานนำสินค้าไปขายจำหน่าย
ง. ผู้ผลิตพยายามทำให้ลูกค้าซื้อสินค้า

29. ข้อใดเป็นการใช้กลยุทธ์ผลักดัน

- ก. ผู้ผลิตให้ส่วนลดการค้าแก่พ่อค้าคนกลางและผู้จัดจำหน่าย
ข. ผู้ผลิตให้ผู้บริโภคส่งชิ้นส่วนเข้ามาชิงโชคถยนต์
ค. ร้านค้าปลีกลดราคาและแถมสินค้าให้กับผู้บริโภค
ง. ผู้บริโภคขอวิธีการแจกคูปองเพื่อสะสมในการแลกของสมนาคุณ

30. การใช้กลยุทธ์ดึงในการส่งเสริมการขาย ตรงกับข้อใด

- ก. ห้างสรรพสินค้าให้โบนัสเพิ่มกับพนักงานขายที่ทำยอดขายทะลุเป้า
ข. ผู้ผลิตส่งวัสดุอุปกรณ์ในการตกแต่งร้านไปให้ตัวแทนจำหน่าย
ค. ร้านค้าปลีกให้ลูกค้าสะสมแต้มเพื่อใช้แทนเงินสดในการซื้อครั้งต่อไป
ง. ผู้ผลิตให้รางวัลร้านค้าที่มียอดขายสูงที่สุดกว่าที่กำหนด

31. การมีจรรยาบรรณทางการตลาด หมายถึงอะไร

- ก. ร้านค้าขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีเครื่องหมายมาตรฐาน
ข. พนักงานขายให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างเที่ยงตรง
ค. ร้านค้าส่งรวมกลุ่มกันตั้งราคาสินค้าเพื่อผลกำไร
ง. ผู้ผลิตกำหนดให้ร้านค้าปลีกขายเฉพาะสินค้าของตน

32. ข้อใดแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม
- ก. การใช้ระบบบำบัดน้ำเสีย
 - ข. การใช้กล่องโฟมบรรจุอาหาร
 - ค. การผลิตน้ำมันที่มีสารตะกั่ว
 - ง. การทิ้งสารเคมีในถังขยะของหมู่บ้าน
33. การให้ผู้บริโภคโทรศัพท์ไปตอบคำถามเพื่อชิงรางวัล โดยการส่งข้อความ SMS ทางโทรศัพท์ โดยบอกว่ามีของรางวัลมากมาย ถือเป็น การขาดจริยธรรมด้านใด
- ก. ผลิตภัณฑ์
 - ข. ราคา
 - ค. การจัดจำหน่าย
 - ง. การส่งเสริมการขาย
34. การส่งเสริมการขายสินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศที่มีราคาสูง นักเรียนคิดว่าส่งผลเสียหายด้านใด
- ก. สร้างค่านิยมที่ผิด
 - ข. สร้างความเข้าใจผิดในตัวสินค้า
 - ค. สร้างปัญหาด้านนิเวศวิทยา
 - ง. สร้างความรู้สึกที่ดี
35. ข้อใดเป็นผลดีที่จะเกิดกับธุรกิจ หากธุรกิจให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และการตอบแทนสังคม
- ก. ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากธุรกิจ
 - ข. ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ดีมีคุณภาพ
 - ค. ผู้บริโภคสนับสนุนสินค้าและบริการของธุรกิจ
 - ง. ธุรกิจไม่ได้รับการยอมรับจากคู่แข่ง



แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหา

คำชี้แจง

1. แบบทดสอบฉบับนี้ต้องการวัดความสามารถในการแก้ปัญหาของนักเรียน ประกอบด้วย สถานการณ์ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขาย จำนวน 8 สถานการณ์ โดยแต่ละสถานการณ์ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ
2. ให้นักเรียนอ่านและวิเคราะห์สถานการณ์ที่กำหนดให้ แล้วตอบคำถามว่า ปัญหาในสถานการณ์คืออะไร อะไรคือสาเหตุของปัญหา และจะมีวิธีการแก้ปัญหานั้นอย่างไร

สถานการณ์ที่ 1

ปีที่ผ่านมามีห้างสรรพสินค้าดีจริง จำนวนบุคลากรจากภายนอกที่มีความรู้ความสามารถด้านส่งเสริมการขายมาจัดรายการส่งเสริมการขาย ทำให้ลูกค้าสนใจซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ยอดขายเพิ่มสูงขึ้น ปีนี้ ทางห้างฯ ไม่จ้างบุคลากรด้านส่งเสริมการขาย ทำให้รายการส่งเสริมการขายไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้า ยอดขายจึงลดลงกว่าปีที่ผ่านมามี

1. ปัญหาของห้างสรรพสินค้าดีจริง คืออะไร (ขั้นกำหนดปัญหา)

.....

.....

2. สาเหตุของปัญหา คืออะไร (ขั้นวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา)

.....

.....

3. นักเรียนคิดว่าจะมีวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างไร (ขั้นเสนอวิธีการแก้ปัญหา)

.....

.....

สถานการณ์ที่ 2

แดงไม่ติดตามดูรายการโทรทัศน์ที่ให้ตอบคำถามชิงรางวัลโดยส่งข้อความทาง SMS และส่งข้อความเป็นประจำ เพราะอยากได้ของรางวัล เพื่อนเตือนว่าเป็นการสิ้นเปลืองค่าโทรศัพท์ และโอกาสได้รางวัลมีน้อย แแดงก็ไม่เชื่อ เมื่อถึงวันจ่ายค่าโทรศัพท์แดงจึงไม่มีเงินจ่าย

1. ปัญหาของแดง คืออะไร (ขั้นกำหนดปัญหา)

.....

.....

2. สาเหตุของปัญหา คืออะไร (ขั้นวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา)

.....

.....

3. ถ้านักเรียนเป็นแดง นักเรียนจะมีวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างไร (ขั้นเสนอวิธีการแก้ปัญหา)

.....

.....

สถานการณ์ที่ 3

อ้อมซักผ้าด้วยมือทุกวัน วันหนึ่งผงซักฟอกหมด จึงไปที่ร้านค้า เห็นผงซักฟอกยี่ห้อหนึ่งลดราคา จึงตัดสินใจซื้อ แต่ไม่ได้ดูว่าผงซักฟอกนั้นมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานหรือไม่ หลังจากอ้อมใช้ผงซักฟอกที่ซื้อมาใหม่ได้ 2-3 วัน มือของอ้อม ก็เกิดอาการแห้ง คัน และลอกเป็นขุย

1. ปัญหาของอ้อม คืออะไร (ขั้นกำหนดปัญหา)

.....

.....

2. สาเหตุของปัญหา คืออะไร (ขั้นวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา)

.....

.....

3. ถ้านักเรียนเป็นอ้อม นักเรียนจะมีวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างไร (ขั้นเสนอวิธีการแก้ปัญหา)

.....

.....

สถานการณ์ที่ 4

มดดำอยากได้คอมพิวเตอร์ เพื่อไว้ใช้อ่านหนังสือในห้องนอน แต่มดดำไม่ซื้อคอมพิวเตอร์ที่ขายในราคาปกติ เพราะเห็นวราราคาแพง จึงไปซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีการจัดรายการลดราคา เมื่อนำคอมพิวเตอร์ที่ซื้อไปใช้งาน ปรากฏว่าใช้ได้ 2 วัน ก็ชำรุด ไม่สามารถใช้งานได้ต่อไป

1. ปัญหาของมดดำ คืออะไร (ขั้นกำหนดปัญหา)

.....

.....

2. สาเหตุของปัญหา คืออะไร (ขั้นวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา)

.....

.....

3. ถ้านักเรียนเป็นมดดำ นักเรียนจะมีวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างไร (ขั้นเสนอวิธีการแก้ปัญหา)

.....

.....

สถานการณ์ที่ 5

บริษัทเพชรกระรัต เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องประดับสตรีที่มีราคาค่อนข้างสูง และมีการรับประกันคุณภาพทุกชิ้น ปีที่ผ่านมาบริษัทฯ จัดรายการส่งเสริมการขายบ่อยครั้ง ทำให้ลูกค้าเข้าใจว่าสินค้าของบริษัทฯ เป็นสินค้าด้อยคุณภาพ จึงซื้อสินค้าน้อยลง

1. ปัญหาของบริษัทเพชรกระรัต คืออะไร (ขั้นกำหนดปัญหา)

.....

.....

2. สาเหตุของปัญหา คืออะไร (ขั้นวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา)

.....

.....

3. นักเรียนคิดว่าจะมีวิธีการแก้ปัญหานี้ได้อย่างไร (ขั้นเสนอวิธีการแก้ปัญหา)

.....

.....

สถานการณ์ที่ 6

แม่ให้อุ้มไปตลาด เพื่อซื้อผลไม้ไว้ใส่บาตรและแบ่งไว้รับประทานในวันพรุ่งนี้ เมื่อไปถึงตลาด อุ้มเดินดูหลายร้าน และตรงไปยังร้านขายส้มที่ติดป้ายราคาถูกกว่าร้านอื่น และซื้อส้มจากแม่ค้า 2 กิโลกรัม เมื่อกลับถึงบ้าน แม่ให้อุ้มนำส้มที่ซื้อมาลองซึ่งน้ำหนักดูพบว่า มีน้ำหนักเพียง 1 กิโลกรัม กับ 8 ซีด และยังมีส้มที่เน่าปะปนมา 2 ผลอีกด้วย

1. ปัญหาของอุ้ม คืออะไร (ขั้นกำหนดปัญหา)

.....

.....

2. สาเหตุของปัญหา คืออะไร (ขั้นวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา)

.....

.....

3. ถ้านักเรียนเป็นอุ้ม นักเรียนจะมีวิธีการแก้ปัญหานี้ได้อย่างไร (ขั้นเสนอวิธีการแก้ปัญหา)

.....

.....

สถานการณ์ที่ 7

นุ่นชอบกินขนมปังมาก ทุกวันนุ่นจะแวะซื้อขนมปังที่ร้านเบเกอรี่หน้าโรงเรียนเป็นประจำ วันนี้นุ่นเจอแม่ค้าเดินขายขนมปังผ่านมา และนุ่นเห็นว่าราคาถูกกว่าร้านที่เคยซื้อประจำ จึงตัดสินใจซื้อ เมื่อนุ่นกินขนมปังเกือบหมดจึงสังเกตเห็นราคาอยู่บนขนมปัง

1. ปัญหาของนุ่น คืออะไร (ขั้นกำหนดปัญหา)

.....

2. สาเหตุของปัญหา คืออะไร (ขั้นวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา)

.....

3. ถ้านักเรียนเป็นนุ่น นักเรียนจะมีวิธีการแก้ปัญหานี้ได้อย่างไร (ขั้นเสนอวิธีการแก้ปัญหา)

.....

สถานการณ์ที่ 8

ไฟร์กับมดเป็นเพื่อนกัน เย็นวันหนึ่งทั้งสองคนชวนกันไปทงนหมูย่างเกาหลีแบบบุฟเฟ่ต์ ซึ่งกำลังจัดรายการสด 50% ขณะทานอาหารทั้งสองคนไม่ได้สังเกตว่าบริเวณที่วางอาหารมีแมลงวันบินไปมาจำนวนมาก หลังจากทานเสร็จก็แยกกันกลับบ้าน วันรุ่งขึ้น ไฟร์ รู้สึกปวดท้อง อูจจะระบอยจนหมดแรง เมื่อสอบถามมด ก็พบว่ามดมีอาการเช่นเดียวกัน

1. ปัญหาของไฟร์กับมด คืออะไร (ขั้นกำหนดปัญหา)

.....

2. สาเหตุของปัญหา คืออะไร (ขั้นวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา)

.....

3. ถ้านักเรียนเป็นไฟร์กับมด นักเรียนจะมีวิธีการแก้ปัญหานี้ได้อย่างไร (ขั้นเสนอวิธีการแก้ปัญหา)

.....

แบบวัดเจตคติต่อวิชาการส่งเสริมการขาย

คำชี้แจง

1. แบบวัดเจตคตินี้เป็นแบบวัดความรู้สึกและความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อวิชาการส่งเสริมการขาย คำตอบของนักเรียนไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด และคำตอบของนักเรียนไม่มีผลต่อการเรียนของนักเรียนแต่อย่างใด
2. ให้นักเรียนพิจารณาว่าข้อความใดแต่ละข้อที่ตรงกับความรู้สึกและความคิดเห็นของนักเรียนมากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นความคิดเห็นของนักเรียน

ลำดับ	ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1	นักเรียนเรียนวิชาการส่งเสริมการขายอย่างมีความสุข					
2	นักเรียนคิดว่าวิชาการส่งเสริมการขายยากต่อการเข้าใจ					
3	วิชาการส่งเสริมการขายช่วยให้นักเรียนทำงานอย่างมีเหตุผล					
4	วิชาการส่งเสริมการขายไม่ได้มีส่วนช่วยให้นักเรียนวิชาอื่น ในสาขางานการขายได้ดีขึ้น					
5	นักเรียนตั้งใจทำกิจกรรมทุกครั้ง เมื่อเรียนวิชาการส่งเสริมการขาย					
6	นักเรียนอยากเรียนวิชาอื่นแทนวิชาการส่งเสริมการขาย					
7	การเรียนวิชาการส่งเสริมการขายทำให้เรารู้เกี่ยวกับการตลาดมากยิ่งขึ้น					
8	นักเรียนรู้สึกเบื่อทุกครั้งในขณะที่เรียนวิชาการส่งเสริมการขาย					

ลำดับที่	ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
9	การเรียนวิชาการส่งเสริมการขายสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้					
10	เมื่อครูให้ออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขาย นักเรียนต้องตั้งใจทำจนสำเร็จ					
11	ในช่วงโมงวิชาการส่งเสริมการขายนักเรียนสนใจเรียนมากกว่าวิชาอื่น					
12	การเรียนวิชาการส่งเสริมการขายทำให้นักเรียนเกิดความเครียด					
13	วิชาการส่งเสริมการขายช่วยส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์					
14	วิชาการส่งเสริมการขายไม่สามารถนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการเรียนในระดับที่สูงขึ้นได้					
15	นักเรียนชอบไปสำรวจกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่จัดขึ้นตามห้างร้านต่าง ๆ					
16	วิชาการส่งเสริมการขายไม่มีเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของนักเรียน					
17	การเรียนวิชาการส่งเสริมการขาย มีกิจกรรมที่น่าสนใจ					
18	วิชาการส่งเสริมการขาย ไม่ได้ให้ประโยชน์สำหรับนักเรียน					
19	ถ้าให้เลือกวิชาที่ชอบ นักเรียนจะเลือกวิชาการส่งเสริมการขายเป็นอันดับแรก					
20	การเรียนวิชาการส่งเสริมการขาย ไม่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาตนเองได้					

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1

รายวิชาการส่งเสริมการขาย	สาขางานการขาย	ระดับชั้น ปวช.ปีที่ 2
เรื่อง การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค		เวลา 4 คาบ

สาระสำคัญ

การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่ซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับตนเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มปริมาณการใช้สินค้าเดิม เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ เพื่อดึงลูกค้าของคู่แข่ง และเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีของสินค้า

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

นักเรียนเข้าใจวัตถุประสงค์และวิธีการในการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

จุดประสงค์การเรียนรู้

1. นักเรียนสามารถอธิบายวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคได้
2. นักเรียนสามารถอธิบายวิธีการในการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคได้
3. นักเรียนสามารถเลือกใช้วิธีการส่งเสริมการขายได้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขาย

เนื้อหาสาระ

วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อจัดกิจกรรมให้ตรงกับวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในช่วงแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด โดยใช้วิธีการแจกของตัวอย่าง การสาธิตให้เห็นคุณสมบัติจริงของสินค้า การแถมสินค้าใหม่กับสินค้าเดิม ผู้บริโภคจึงจะมีโอกาสได้ใช้สินค้า
2. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ครั้งต่อไป เมื่อทดลองใช้แล้วอาจติดใจ เปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ผลิตแทนของคู่แข่งชั้นหรือแทนผลิตภัณฑ์เดิม โดยใช้คูปองส่วนลดการซื้อชิ้นต่อไป การนำชิ้นส่วนมาแลกซื้อลดราคาในครั้งต่อไป

3. เพื่อเพิ่มปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์เดิม ให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ใช้ในปริมาณที่มากขึ้น โดยใช้วิธีการขายรวมห่อ การลดราคา ฯลฯ

4. เพื่อป้องกันส่วนครองตลาดหรือรักษาตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะสินค้าที่มีการแข่งขันสูง ป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจซื้อสินค้าของคู่แข่งอื่น โดยใช้การลดราคา การแถมสินค้าเดิม การขายรวมห่อ เพื่อให้ผู้บริโภคครอบครองสินค้าให้นานที่สุด

5. เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ เช่น สนับสนุนการโฆษณาให้มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม แจ้างสิ่งจูงใจในการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคทราบ เพราะแค่การโฆษณาอย่างเดียว ผู้บริโภคอาจไม่ตัดสินใจซื้อ ต้องเพิ่มสิ่งจูงใจเข้าไป เช่น การชิงโชคที่ต้องใช้ชิ้นส่วนของสินค้า ผู้บริโภคจึงต้องซื้อสินค้าก่อนจึงเข้าร่วมกิจกรรมได้

6. เพื่อสร้างการจดจำตราสินค้าหรือกิจกรรมไว้ได้ยาวนานกว่า ในลักษณะการสร้าง ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและองค์กร

วิธีการในการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค มีดังนี้

1. การแจกของตัวอย่าง เป็นการนำตัวอย่างสินค้าขนาดทดลอง ให้ผู้บริโภคทดลองใช้ หรือขนมขบเคี้ยวของเด็ก เหมาะกับสินค้าใหม่ที่น่าเข้าสู่ตลาด

2. การแจกคูปอง เป็นการสมนาคุณเพื่อนำไปแลกซื้อสินค้าครั้งต่อไป ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าแบบต่อเนื่อง

3. การลดราคา เป็นการส่งเสริมการขายที่พบเห็นมากที่สุด จัดทำได้ง่าย ผู้บริโภคให้ความสนใจเพราะรู้สึกคุ้มค่า ได้สินค้าเพิ่มขึ้น ในขณะที่จ่ายเท่าเดิม ไม่เหมาะกับสินค้าที่ต้องรักษาภาพพจน์

4. การให้ของแถม มีทั้งการให้ของแถมที่เป็นสินค้าชนิดเดียวกัน เช่น ซื้อสบู่ 4 ก้อน แถม 1 ก้อน แถมสินค้าต่างชนิดกัน เช่น ซื้อสบู่ 4 ก้อน แถมแชมพูขนาดเล็ก 1 ขวด ที่เป็นสินค้าในเครือบริษัทเดียวกัน หรือการให้ของแถมที่ใช้งานได้ แต่ไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เช่น ซื้อน้ำยาทำความสะอาดห้องน้ำแถมที่รองแก้ว

5. แสตมป์การค้า เป็นการกำหนดมูลค่าการซื้อสินค้ากับแสตมป์ แล้วให้สะสมเพื่อแลกสินค้า

6. การแข่งขันและการชิงโชค เป็นการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคได้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น การทายผลการแข่งขันกีฬา ทายถูกจะมีสิทธิในการรับโชค หรือการตัดชิ้นส่วนเพื่อชิงรางวัล รางวัลต้องมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค หรือคุ้มค่าพอกับการเข้าร่วมกิจกรรม

8. การขายรวมห่อ เป็นการนำสินค้ามารวมกันแล้วห่อใหม่มีจำนวนมากขึ้น แล้วลดราคาสินค้าจากปกติ หรือขายในราคาถูกลง ผู้บริโภคจะเห็นว่าซื้อจำนวนมากคุ้มกว่า เหมาะในการนำไปใช้กับสินค้าที่ค้างสต็อก เพื่อระบายสินค้า

9. การสาธิตสินค้า เป็นการแสดงวิธีการใช้สินค้าเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้า รู้วิธีการนำสินค้าไปใช้ เช่น สาธิตการทำอาหารควา-หวานที่ใช้นมสดแทนการใช้กะทิ หรือการให้ชิมสินค้าประเภทอาหารตามห้างสรรพสินค้า

10. เหตุการณ์พิเศษ เป็นการกำหนดวาระพิเศษต่าง ๆ ของผู้ผลิตหรือร้านค้า เพื่อเป็นการสมนาคุณผู้บริโภค หรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า โดยเน้นให้เห็นความสำคัญของเหตุการณ์ดังกล่าว แบ่งประเภทของเหตุการณ์เป็นเหตุการณ์ตามรอบปีปฏิทิน เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ และเหตุการณ์ที่ผู้ผลิตหรือร้านค้ากำหนดขึ้น เช่น โอกาสปรับปรุงกิจการหรือขยายกิจการ โอกาสฉลองครบรอบการดำเนินกิจการ

กิจกรรมการเรียนรู้

ขั้นสร้างความสนใจ

1. ครูนำเสนอรูปภาพการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค เช่น การลดราคา การให้ของแถม การให้ของตัวอย่าง ฯลฯ ให้นักเรียนทั้งชั้นได้ร่วมกันศึกษา โดยครูใช้คำถามกระตุ้นให้นักเรียนเกิดความสงสัย ด้วยคำถามนำว่า "สิ่งเหล่านี้ ผู้ประกอบการทำมาเพื่อวัตถุประสงค์ใด"
2. นักเรียนทั้งชั้นร่วมกันแสดงความคิดเห็น หรือคำตอบ ที่หลากหลาย โดยในระหว่างนี้ครูถามคำถามกระตุ้น เช่น "นักเรียนเห็นสินค้าลดราคา (สินค้าที่มีของแถม, ของตัวอย่าง) แล้วมีความรู้สึกอย่างไรบ้าง" ฯลฯ
3. ครูและนักเรียนร่วมกันรวบรวมความคิดเห็นหรือคำตอบที่ได้บนกระดาน และสรุปเป็นหัวข้อที่นักเรียนจะศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ (วัตถุประสงค์และวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค) ตัวอย่างความคิดเห็นหรือคำตอบของนักเรียนที่สรุปเรียบร้อยแล้ว

- การลดราคา ทำเพื่อให้ลูกค้าอยากซื้อสินค้า
- ของตัวอย่าง ทำเพื่อให้ลูกค้าทดลองใช้สินค้า
- การให้ของแถม ทำเพื่อให้ขายสินค้าได้มากขึ้น ฯลฯ

ขั้นศึกษาสำรวจ

1. ให้นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนจับฉลากหัวข้อเพื่อศึกษาค้นคว้า (วิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค 10 วิธี กลุ่มละ 1 วิธี) และทำกิจกรรมในใบงานที่ 1

โดยศึกษาตามประเด็นหัวข้อของกลุ่ม (วิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคที่กลุ่มจับฉลากได้ มีลักษณะอย่างไร ทำเพื่อวัตถุประสงค์อะไร และสรุปเป็นแผนผังความรู้)

2. นักเรียนแต่ละกลุ่มวางแผนศึกษาค้นคว้าหัวข้อที่แต่ละกลุ่มได้รับ โดยครูช่วยแนะนำและอำนวยความสะดวกให้แต่ละกลุ่มในการวางแผนการทำงาน แบ่งหน้าที่ และร่วมกันศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูล ในระหว่างนี้ครูถามคำถามกระตุ้น เช่น

- ถ้าอยากให้ลูกค้าซื้อสินค้ามากขึ้น ควรใช้วิธีใด
 - ถ้าอยากให้ลูกค้าลองใช้สินค้า ควรใช้วิธีใด ฯลฯ
- ครูเตรียมแหล่งความรู้ให้นักเรียนได้ศึกษาค้นคว้า เช่น
- ตัวอย่างวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค
 - รูปภาพ แผ่นพับ โบปลิว ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค
 - หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสาร ตำรา ฯลฯ เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

3. นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิด ปรับเปลี่ยนแนวคิดเป็นความรู้ใหม่ภายในกลุ่มย่อย

4. นักเรียนแต่ละกลุ่มสรุปข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าเป็นความรู้ของกลุ่มใน

ใบงานที่ 1

ขั้นตรวจสอบความรู้ความเข้าใจ

1. นักเรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าต่อชั้นเรียน
2. นักเรียนและครูร่วมกันวิเคราะห์และอภิปรายผลการศึกษา ครูใช้วิธีการสนทนากลุ่มคำถาม กระตุ้นให้นักเรียนแสดงความคิด เจาะต่อรอง และประนีประนอมความเข้าใจซึ่งกันและกัน จนสามารถสรุปสิ่งที่ศึกษาในครั้งนี้ได้ (การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค)

3. ครูนำเสนอข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้นักเรียนเกิดความชัดเจนในเรื่องที่ศึกษา

ขั้นใช้ความรู้

1. ครูกระตุ้นให้นักเรียนตรวจสอบข้อความรู้ หรือนำความรู้ไปใช้ โดยการให้นักเรียนศึกษาตามประเด็นในใบงานที่ 2 (กำหนดสถานการณ์ และให้นักเรียนนำความรู้ไปใช้แก้ปัญหา)
2. นักเรียนนำความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค ที่ได้เรียนรู้ไปแล้ว มาใช้ในการศึกษาหาคำตอบ

สื่อการเรียนรู้การสอน

1. ตัวอย่างวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค
2. รูปภาพ แผ่นพับ โบปลิว

3. หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
4. ใบงาน
5. เอกสาร/ตำราที่เกี่ยวข้อง

การวัดและประเมินผล

1. สังเกต
 - 1.1 สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นรายบุคคล
 - 1.2 สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติกิจกรรมกลุ่ม
2. ตรวจผลงาน
 - 2.1 ใบงานที่ 1 และ 2

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ใบงานที่ 1

เรื่อง การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

กลุ่มที่

สมาชิก 1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

กิจกรรม 1. นักเรียนแต่ละกลุ่มศึกษาและสรุปหัวข้อของกลุ่มตามประเด็น

2. ตัวแทนกลุ่มนำเสนอผลการศึกษา

1. วิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค.....

2. มีลักษณะ ดังนี้.....

3. มีวัตถุประสงค์ ดังนี้.....

4. สรุปเป็นแผนผังความรู้ได้ ดังนี้.....

ใบงานที่ 2

เรื่อง การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

ชื่อ.....ชั้น.....เลขที่.....

คำชี้แจง ให้นักเรียนแต่ละคนศึกษาสถานการณ์และปฏิบัติกิจกรรม

สถานการณ์

นายใจดีเป็นเจ้าของร้านค้าปลีก ขายสินค้าประเภทเครื่องเขียน วันหนึ่งนายใจดีพบว่าสินค้าขายได้น้อยลง ลูกค้าซื้อสินค้าไปแล้วไม่กลับมาซื้ออีกเลย จึงคิดจะทำการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าให้มากขึ้น และมาซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง แต่นายใจดีคิดไม่ออกว่าจะใช้วิธีการส่งเสริมการขายวิธีใดจึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว

กิจกรรม

ให้นักเรียนคิดและเขียนออกแบบวิธีการส่งเสริมการขาย ที่นายใจดีสามารถนำไปใช้ได้
สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังกล่าว

ตัวอย่างวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

ลดลงยิ่งใหญ่อีก

50%

จำกัดจำนวนสินค้าสูงสุด 10 ชิ้น

ใช้ได้กับสินค้าในร้าน

จำนวนสินค้าสูงสุด 10 ชิ้น

ใช้ได้กับสินค้าในร้าน

WS!
กับเจ้าหญิง

SUNSILK

Dazzling Shiny Black
ปัดเงาเงางาม

ดีต่อผมยาว
ในคลิกเดียว!
ปรึกษาคุณิวานซ์

STEP 1 ใช้ก่อน

ใช้ก่อน

25% off

not surprise

ใช้ฟรี! สินค้าที่เรารู้สึกดีสุดของ
Niram


ฉลองครบรอบ 36 ปี กับหนังสือพิมพ์ The Nation

ค่าสมัครปีละ 7 PostPaid infinite 360 million

โทร 06-254-1111 หรือ 06-254-1112

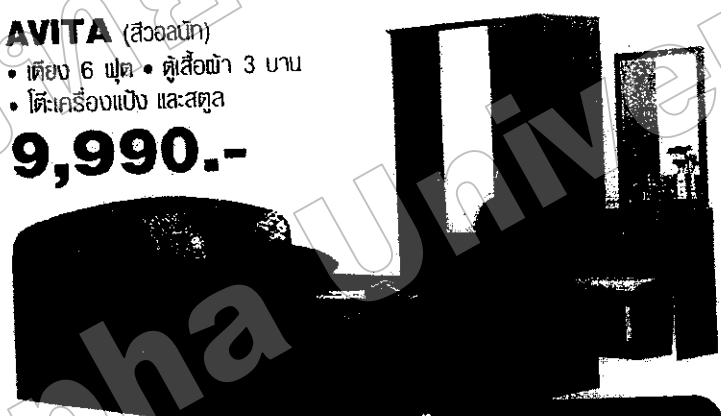
เว็บไซต์: www.niram.com

ตัวอย่างวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

อึกก็ส์ใจก็ แจกฟรี

 สมัยทองค่า 3 สิโหลรัม

เพียงส่งห่ออึกก็ส์ ทุกขนาดทุกรุ่นมาที่ ตู้ปณ.453 บจก.ลาวพวง โทร.08-10319 หรือคลังรับสินค้าส่วน
 คูณรางวัลประจำสัปดาห์คอกค่าหนัก 0.5 บาท 3 รางวัล มูลค่า 19,350 บาท รางวัลรองประจำสัปดาห์คอกค่าหนัก จำนวน 59 รางวัล มูลค่ารวม
 406,350 บาท รางวัลใหญ่สัปดาห์สุดท้าย คอกค่าหนัก 1 สิโหลรัม 3 รางวัลมูลค่า 2,480,616 บาท รวมมูลค่าของรางวัลทั้งหมด 2,889,966 บาท

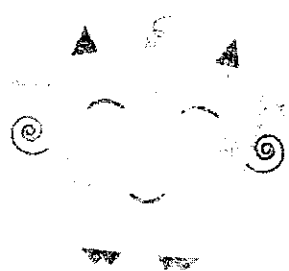
AVITA (สีอลนิก)
 • ติดยง 6 ฟุต • ตู้เสื้อผ้า 3 บาน
 • ติ้ะเครื่องแบั็ง แลสะตุล
9,990.-



แถมฟรี!
 ที่นอนสปริง 6 ฟุต พันออกสิกรัม

ฉลองต้อนรับปีทญู
 สมัครสมาธิก

รับทันที



ตัวอย่างวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค



ขวด:
69 บาท
ปกติ 89 บาท
ดื่ม คือ รีดลอน
ไทรินอู๋ พอสูม
50 มล.



ขวด:
25 บาท
ปกติ 27 บาท
ระบบฟอเนม 90 มล.
(ทุกสตร)



แพ็คเกจ:
55 บาท
ปกติ 59 บาท
เชลลิ่งค์ เฟนซี
แพ็ค 6 บัว



2 กล่อง:
30 บาท
ปกติ 36 บาท
กาแฟพรีเมียม 100%
ขนาด 200 มล. (กึ่งส)



2 กล่อง:
18 บาท
ปกติ 20 บาท
กาแฟพรีเมียม 100%
ขนาด 150 มล. (กึ่งส)



กาแฟ คาลดี สดชื่น สดชื่น, มาบดกรอง,
พร้อมดื่ม หรือใช้ผสมกาแฟ และ
เครื่องดื่มอื่น ๆ ได้



ซื้อ 1 แถม 1ทันที
เมื่อซื้อเครื่องดื่มประเภทกาแฟ
วันนี้ - 31ส.ค.50

เงื่อนไข:

1. กรณีซื้อเครื่องดื่มประเภทกาแฟ 100% ขนาด 200 มล. (กึ่งส)
2. ไม่สามารถนำโปรโมชั่นนี้ไปใช้ร่วมกับโปรโมชั่นอื่น ๆ ได้
3. บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

69



19



LOUIS RICHY

ไม่เห็นผล
ยินดี
คืนเงิน