

การศึกษาผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้วิชาศิลปประดิษฐ์เพื่อเสริมสร้างความรู้
ความเข้าใจ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในหลักสูตร
วิชาชีพระยะสั้น ของโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังขะวัฒนะ)

The Study of The Usage of Lesson Plan to Promote Learner's Knowledge and
Understanding in Strategic Management of Distribution Channel of Arts &
Craft Short-Course Curriculum of Bangkok Vocational School
(Arthon Sangkha Wattana)

ณัชชาพร ไพรัตน์^{*} เมธิณี วงศ์วานิช รัมภาภรณ์^{**} และ พนิท เข้มทอง^{***}

Nutchaporn Phaituen^{*}, Methinee Wongwanich Rumpagaporn^{**}, and Panit Khemtong^{***}

^{*} นิสิตปริญญาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจศึกษา ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

^{**} อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจศึกษา ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

^{***} อาจารย์ประจำสาขาวิชาพัฒนอาชีวศึกษา ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลจากการใช้แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาศิลปประดิษฐ์ ในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม ในหลักสูตรฝึกอาชีพระยะสั้นของโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังขะวัฒนะ) ผลจากการใช้แผนการจัดการเรียนรู้วิชาศิลปประดิษฐ์ตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พัฒนาขึ้น ผู้เข้ารับการฝึกอบรมส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ประกอบด้วยด้านวิทยากร ด้านสถานที่ ด้านวัตถุประสงค์ ด้านเนื้อหา ด้านสื่อ ด้านกิจกรรม และด้านความรู้และประโยชน์ โดยมีผลคะแนนความพึงพอใจตั้งแต่ร้อยละ 70 ขึ้นไป และจากการวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย โครงสร้าง และระดับช่องทางการจัดจำหน่ายการกำหนดวัตถุประสงค์ช่องทางการจัดจำหน่าย องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยผลกระทบต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดช่องทางการจัดจำหน่ายงานศิลปประดิษฐ์ การเลือก

ช่องทางการจัดจำหน่ายกิจกรรมช่องทางการจัดจำหน่าย และการจัดการเชิงกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยมีผลคะแนนตั้งแต่ร้อยละ 60 ขึ้นไป และผ่านเกณฑ์ทุกคน

คำสำคัญ: แผนการจัดการเรียนรู้ วิชาศิลปประดิษฐ์ หลักสูตรฝึกอาชีพระยะสั้น ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's การจัดการเชิงกลยุทธ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย

Abstract

The purpose of this research was to study the usage of lesson plan to promote learner's knowledge and understanding in Strategic Management of Distribution Channel of Arts & Craft Short Course Curriculum of Bangkok Vocational School (Arthon Sangkha Wattana). The research findings were found that the Usage of Lesson Plan in Strategic Management of Distribution Channel of Arts & Craft. The majority of training participants were satisfied at high and highest levels in Guest Speakers, Place, Training Objectives, Course and

Content, Learning Materials, Learning Activities, and Learning Benefits in ranging scores from 70 percent or more. Moreover, there were the result of knowledge and understanding scores about Meaning and Structures of Distribution Channels, Objectives and Components of Distribution Channel, Impact Factors of Selections of Distribution Channels, Market and Market Channels in Strategic Management of Distribution Channel of Arts & Craft from a measuring of Knowledge and Understanding in ranging scores from 60 percent or more.

Keywords: Lesson Plan, Art & Craft, Short-Course Curriculum, Marketing Mix 4P's, Strategic Management of Distribution Channel

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 มีสาระสำคัญที่มุ่งเน้นการจัดการศึกษาให้เป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ คุณธรรม จริยธรรมและมีวัฒนธรรมที่ดีในการดำเนินชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และการจัดการศึกษาต้องยึดหลักผู้เรียนทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนสำคัญที่สุด กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติ และเต็มศักยภาพ ซึ่งจำเป็นต้องจัดให้สอดคล้องกับความถนัด ความสนใจและพัฒนาการของผู้เรียน เน้นฝึกทักษะกระบวนการคิดการเผชิญสถานการณ์ การประยุกต์ความรู้เพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงการปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยม คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของสังคม การจัดบรรยากาศแห่งการเรียนรู้เพื่อมุ่งประโยชน์ของผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้เรียนเป็นคนดี คนเก่ง และมีความสุข นอกจากนั้น การสอนให้ผู้เรียนเป็นคนดี คนเก่ง มีความสุข ครูต้องจัดการเรียนรู้อย่างมีอาชีพดังที่ เทอดศักดิ์ ไชยสมปาน (2554) ได้อธิบายไว้ในเรื่องหลักการจัดการเรียนรู้อย่างครุมือ

อาชีพ ประเด็นที่ 3 ครูควรเลือกใช้วิธีการจัดการเรียนรู้ที่แปลกใหม่และเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันในการจัดการเรียนรู้แต่ละครั้ง และควรสอนให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงความรู้ในชั้นเรียนกับชีวิตประจำวันเข้าด้วยกันได้อย่างสมดุล และฝึกให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะกระบวนการคิดทุกรูปแบบ ควรมุ่งเน้นการแสดงความคิดในระดับมหภาค และสามารถวิเคราะห์แยกแยะได้ในระดับจุลภาค ควรให้ผู้เรียน เข้าใจว่าความรู้ไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในเฉพาะหนังสือหรือในชั้นเรียนเพียงเท่านั้น ครูควรเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติ ทำให้ผู้เรียนเกิดความชำนาญในเรื่องที่สนใจ และสามารถนำไปใช้ได้จริง (สุริน ชุมสาย ณ อยุธยา, 2551; ธเนศ เจริญทรัพย์, 2557)

รวมถึงผู้วิจัยมีความสนใจในการฝึกทักษะฝีมืองานศิลปประดิษฐ์เพื่อเพิ่มเติมความรู้ จึงเลือกโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) เป็นสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิจัยในครั้งนี้ และได้ทำการศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปประดิษฐ์ ซึ่งพบว่างานด้านควาอิสระของ นิระนุช โชติพันธ์ (2555) เรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายไวน์ พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในระดับมากในทุกด้าน และด้านการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญมากเป็นอันดับที่หนึ่ง งานวิจัยของ กฤษดากร เศรษฐเสถียร (2554) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยว และการซื้อของที่ระลึกซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือปัจจัยด้านความสำคัญกับสินค้าคือการมีเอกลักษณ์ความเป็นไทย รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคาสินค้าที่ไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ปัจจัยด้านคุณภาพพบปัญหาเรื่องขนาดของสินค้าที่ใหญ่เกินไปไม่สะดวกแก่การพกพา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด และงานวิจัยของ สุติศักดิ์ เวชกามา (2555) เรื่อง สภาพปัญหาของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและแนวทางการแก้ปัญหา โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชน พบปัจจัยที่เป็นปัญหาคือ

ด้านพัฒนาและการออกแบบสินค้าที่เป็นระบบ ซึ่งขาดเอกภาพตามความถนัดของสมาชิก เนื่องจากสินค้า ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านคุณภาพของสินค้าพบว่าขาดแคลนวัตถุดิบ ด้านราคาพบว่ายังขายสินค้าได้ราคาต่ำเนื่องจากมีคู่แข่งหลายราย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าไม่มีแหล่งขายอย่างจำกัด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ยังขาดการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ไม่มีการแสวงหาตลาดใหม่และการวิเคราะห์ตลาด นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทำการสำรวจผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วยวิธีการสอบถามโดยตรง เป็นรายบุคคล ปี พ.ศ. 2557 จากผู้เข้ารับการฝึกอบรมจำนวน 60 คน พบว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 80 พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้ด้านการตลาดและไม่ทราบช่องทางการจัดจำหน่ายงานศิลปประดิษฐ์ และด้วยปัญหาต่าง ๆ ที่ได้อธิบายมาแล้วข้างต้น รวมทั้งแนวทางในการจัดการเรียนรู้โดยครูมืออาชีพ ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้ศึกษามาเป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลจากการใช้แผนการจัดการเรียนรู้วิชาศิลปประดิษฐ์ ในหลักสูตรฝึกอาชีพ ระยะสั้นของโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิชาศิลปประดิษฐ์ พ.ศ. 2558 รุ่นที่ 2 จำนวน 30 คน 2) ด้านเนื้อหา มุ่งเน้นการศึกษาผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาศิลปประดิษฐ์ ในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม ที่ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาขึ้นจากโครงสร้างหลักสูตรวิชาศิลปประดิษฐ์ฉบับเดิม พ.ศ. 2556 ในหลักสูตรฝึกอาชีพระยะสั้นของโรงเรียนฝึกอาชีพ

กรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) ประกอบด้วย ความหมาย โครงสร้าง และระดับช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดวัตถุประสงค์ช่องทางการจัดจำหน่าย องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยผลกระทบต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดช่องทางการจัดจำหน่ายงานศิลปประดิษฐ์ กิจกรรมช่องทางการจัดจำหน่าย และการจัดการเชิงกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย และ 3) ด้านระยะเวลา คือ ปีการศึกษา 2558 ระยะเวลาในการทดลอง 9 ชั่วโมง จากภาคทฤษฎีในหลักสูตร 18 ชั่วโมง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิชาศิลปประดิษฐ์ในหลักสูตรฝึกอาชีพระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) ได้รับความรู้ความเข้าใจ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการใช้แผนการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น
2. ครูผู้สอนหรือวิทยากรผู้ฝึกอบรมสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแผน การจัดการเรียนรู้ในหัวข้อเรื่องอื่นในวิชาศิลปประดิษฐ์
3. โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) ได้แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาศิลปประดิษฐ์ ที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพจริงในปัจจุบัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่ง 2 ประเภท ได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาศิลปประดิษฐ์ และเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ชุด ได้แก่ แบบวัดความรู้ความเข้าใจแบบและประเมินความพึงพอใจ

ชุดที่ 1 แบบวัดความรู้ความเข้าใจ ประกอบด้วย 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้เข้ารับการฝึกอบรม เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 สอบถามเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในแผนการจัดการเรียนรู้วิชาศิลปะประดิษฐ์ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่พัฒนาขึ้น มีลักษณะแบบเลือกตอบที่มีตัวเลือกเป็นตัวอักษร จำนวน 4 ตัวอักษร คือ ก ข ค ง ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 20 ข้อ โดยมีหลักเกณฑ์การวัดผลประเมินผลคือ ผู้ที่ผ่านเกณฑ์ต้องมีผลคะแนนระดับดีขึ้นไปหรือมีผลคะแนนตั้งแต่ 11 คะแนนขึ้นไป โดยกำหนดเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ผลคะแนน 16-20 ระดับดีมาก ถือว่าผ่านเกณฑ์ มีผลคะแนน 11-15 ระดับดี ถือว่าผ่านเกณฑ์ และมีผลคะแนน 6-10 ระดับปรับปรุง ถือว่าไม่ผ่านเกณฑ์

ชุดที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้เข้ารับการฝึกอบรม เป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมในการจัดฝึกอบรมตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นข้อคำถาม 7 ด้าน มีจำนวน 26 ข้อ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วย ระดับคะแนนความพึงพอใจ 5 ระดับ ได้แก่ 5 พอใจมากที่สุด 4 พอใจมาก 3 พอใจปานกลาง 2 พอใจน้อย และ 1 พอใจน้อยที่สุด โดยทำการประเมินเป็นรายด้าน จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านวิทยากร 2) ด้านสถานที่ 3) ด้านวัตถุประสงค์ 4) ด้านเนื้อหา 5) ด้านสื่อ 6) ด้านกิจกรรม และ 7) ด้านความรู้และประโยชน์

ตอนที่ 3 สอบถามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ จัดทำหนังสือขอเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัย จากประธานโครงการหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจศึกษา ภาคพิเศษ คณะศึกษาศาสตร์ ภาควิชาอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ เพื่อขอความร่วมมือไปยังโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ)

2. ดำเนินการพัฒนาและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาศิลปะประดิษฐ์ แบบวัดความรู้ความเข้าใจ และแบบประเมินความพึงพอใจ

3. ผู้วิจัยดำเนินการนำแผนการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยแจกแบบวัดความรู้ ความเข้าใจ และแบบประเมินความพึงพอใจ แล้วเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และทำการแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง

4. ผู้วิจัยดำเนินการนำแผนการจัดการเรียนรู้แบบวัดความรู้ความเข้าใจ และแบบประเมินความพึงพอใจ ที่ได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วนำไปใช้จริงกับประชากร และเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำเสนอผลข้อมูลในรูปแบบตารางและความเรียง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ ประกอบด้วย 1) แผนการจัดการเรียนรู้วิชาศิลปะประดิษฐ์ ผู้วิจัยได้พัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายขึ้น โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

(Content Analysis) 2) แบบประเมินความพึงพอใจ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) และ 3) แบบวัดความรู้ความเข้าใจ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ผลการวิจัย

ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 93.33 และเป็นเพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 อายุของประชากรส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปี

ขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 อายุ 41-50 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 อายุ 31-40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 อายุ 20-30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และระดับการศึกษาของประชากรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 อยู่ในระดับมัธยมศึกษา/ปวช./ปวส. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 อยู่ในระดับต่ำกว่า ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

ตารางที่ 1 ความรู้ความเข้าใจ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ประชากร				
คะแนนดิบ	ระดับคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ	เกณฑ์ตัดสิน
16-20	ดีมาก	24	80.00	ผ่าน
11-15	ดี	6	20.00	ผ่าน
1-10	ปรับปรุง	0	0	ไม่ผ่าน
รวม		30	100	

จากตารางที่ 1 พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีผลคะแนน 16-20 คะแนน มีจำนวน 24 คนอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นร้อยละ 80 มีผลคะแนน 11-15 คะแนน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อยู่ในระดับดี และไม่มีผู้เข้ารับการฝึกอบรมคนใดไม่ผ่านเกณฑ์

สรุปผลการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ใน 7 ด้าน มีดังนี้

1. ด้านวิทยากร

ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อด้านวิทยากร ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดและมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าความถี่รวมเท่ากับ 147 คิดเป็นร้อยละ 81.67 จึงถือว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ด้านวิทยากร โดยรวมผ่านเกณฑ์

2. ด้านสถานที่

ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อด้านสถานที่ ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าความถี่รวมเท่ากับ 128 คิดเป็นร้อยละ 76.67 จึงถือว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้านสถานที่โดยรวมผ่านเกณฑ์

3. ด้านวัตถุประสงค์

ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อด้านวัตถุประสงค์ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าความถี่รวมเท่ากับ 82 คิดเป็นร้อยละ 91.18 จึงถือว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้านวัตถุประสงค์โดยรวมผ่านเกณฑ์

4. ด้านเนื้อหา

ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อด้านเนื้อหา ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดและมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าความถี่รวมเท่ากับ 105 คิดเป็นร้อยละ 87.50 จึงถือว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้านเนื้อหาโดยรวมผ่านเกณฑ์

5. ด้านสื่อ

ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อด้านสื่อ ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดและมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าความถี่รวมเท่ากับ 106 คิดเป็นร้อยละ 88.34 จึงถือว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้านเนื้อหาโดยรวมผ่านเกณฑ์

6. ด้านกิจกรรม

ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อด้านกิจกรรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าความถี่รวมเท่ากับ 51 คิดเป็นร้อยละ 85 จึงถือว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้านเนื้อหาโดยรวมผ่านเกณฑ์

7. ด้านการนำความรู้และประโยชน์

ระดับความพึงพอใจผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าความถี่รวมเท่ากับ 51 คิดเป็นร้อยละ 86.67 จึงถือว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้านเนื้อหาโดยรวมผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการหาค่าร้อยละรวมทั้ง 7 ด้าน ดังตารางนี้

(N=30)

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (%)	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	น้อยที่สุด (%)
1. ด้านวิทยากร	45.00	36.11	18.33	-	-
2. ด้านสถานที่	46.67	30.00	23.33	-	-
3. ด้านวัตถุประสงค์	73.33	17.78	8.89	-	-
4. ด้านเนื้อหา	70.00	19.17	10.83	-	-
5. ด้านสื่อ	64.17	24.17	11.66	-	-
6. ด้านกิจกรรม	71.67	13.33	15.00	-	-
7. ด้านความรู้และประโยชน์	70.00	16.67	13.33	-	-

จากตารางที่ 2 แสดงอันดับของระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รวม 7 ด้าน และการจัดอันดับ ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมใน 7 ด้าน ได้ดังนี้ อันดับที่ 1 เป็นด้านวัตถุประสงค์ โดยมีค่าร้อยละรวมเท่ากับ 73.33 อันดับที่ 2 เป็นด้านกิจกรรม มีค่าร้อยละรวมเท่ากับ 71.67 อันดับที่ 3 เป็น

ด้านเนื้อหา มีค่าร้อยละรวมเท่ากับ 70 อันดับที่ 4 เป็นด้านความรู้และประโยชน์ มีค่าร้อยละรวมเท่ากับ 70 อันดับที่ 5 เป็นด้านสื่อ มีค่าร้อยละรวมเท่ากับ 64.1 อันดับที่ 6 เป็นด้านสถานที่ มีค่าร้อยละรวมเท่ากับ 46.67 และอันดับที่ 7 ซึ่งเป็นอันดับสุดท้าย เป็นด้านวิทยากร มีค่าร้อยละรวมเท่ากับ 45 และสรุปผลเป็นกราฟ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงผลการจัดอันดับระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ใน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านวิทยากร ด้านสถานที่ ด้านวัตถุประสงค์ ด้านเนื้อหา ด้านสื่อ ด้านกิจกรรม และด้านความรู้และประโยชน์

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรม เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายวิชาศิลปประดิษฐ์ตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น สามารถเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้เรียนได้ ครูผู้ฝึกอบรมจึงควรมีการพัฒนากิจกรรมการสอนอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับให้เป็นปัจจุบัน ซึ่งทำให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง และพบว่าองค์ประกอบในการเสริมสร้างความรู้และจัดประสบการณ์ ให้แก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม ในด้านครูผู้สอนหรือวิทยากรผู้ทำการฝึกอบรม ควรมีความรู้ความชำนาญในหัวเรื่องที่สอน เพื่อให้กิจกรรมการเรียนรู้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. ครูผู้ฝึกอบรมวิชาศิลปประดิษฐ์ ควรมีการศึกษาเรื่องการตลาดสมัยใหม่เพื่อให้ผู้เข้ารับการ

ฝึกอบรมมีความรู้ในระบบการซื้อขายสินค้าในตลาดออนไลน์ด้วย ซึ่งปัจจุบันและอนาคตลูกค้าส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการซื้อสินค้าในระบบ e-commerce มากขึ้น

3. สถานที่ในการจัดการเรียนการรู้วิชาศิลปประดิษฐ์ ควรมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เครื่องฉายโปรเจคเตอร์ และระบบคอมพิวเตอร์ช่วยสอนด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยสามารถสร้างบรรยากาศการจัดการเรียนรู้ให้มีความน่าสนใจ และมีแหล่งเรียนรู้เพื่อจัดประสบการณ์ที่หลากหลายแก่ผู้เรียนมากขึ้น

4. ครูผู้สอนหรือวิทยากรผู้ฝึกอบรมควรมีแผนการจัดเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไปประยุกต์ใช้จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้กับผู้เข้ารับการฝึกอบรม เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาศิลปประดิษฐ์ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับความรู้ความเข้าใจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการนำแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาศิลปะ ประดิษฐ์ไปทดลองใช้กับนักเรียนอยู่ในวัยเรียน หรือสถาบันการศึกษาในระบบอื่นด้วย เพื่อหาข้อบกพร่องและข้อเปรียบเทียบเพื่อพัฒนาต่อเนื่อง แสวงหากรณีศึกษา เรื่องกลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น และเผยแพร่ความรู้ที่เป็นข้อมูลสาธารณะมากขึ้น

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวิธีการจัดจำหน่ายงานศิลปประดิษฐ์ในแหล่งจำหน่ายในสภาพจริง และศึกษาวิจัยเรื่องวิธีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าศิลปประดิษฐ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กฤษณา คุณเอนก. 2555. รายงานการใช้เอกสารประกอบการเรียน วิชาศิลปประดิษฐ์ 2400-

0105. กรุงเทพฯ: โรงเรียนฝักอาศิพ กรุงเทพมหานคร.

ณอม บิริคุต. 2557. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Online). <https://www.fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/10> พฤษภาคม 2558.

เทิดศักดิ์ ไชยสมปาน. 2554. ปัญหาการศึกษาไทย (Online). <https://www.gotoknow.org/posts/409185>, 20 พฤศจิกายน 2558.

ณศ เจริญทรัพย์. 2557. การจัดการเรียนรู้โดยครูมีอาศิพ (Online). [http://www.stou.ac.th/study/sumrit/6-57\(500\)/page6-5-57\(500\).html](http://www.stou.ac.th/study/sumrit/6-57(500)/page6-5-57(500).html), 20 พฤศจิกายน 2558.

นิรันดร์ ชิตพันธ์. 2555. ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายไวน์. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เนตร์พัฒนา ยาวีราข. 2556. การจัดการสมัยใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: ทริบเพิล กรุ๊ป.

สำนักพัฒนาสังคม. 2548. หลักสูตรระยะสั้นของโรงเรียนฝักอาศิพกรุงเทพมหานคร (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: โรงเรียนฝักอาศิพ กรุงเทพมหานคร.

สุริรัตน์ ชดช้อย. 2556. ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการ (Online). <http://aoibigcat.blogspot.com/2013/03/marketin-g-mix-7ps-7cs.html>, 6 พฤษภาคม 2557.

อรรช มณีสงฆ์ และคณะ. 2555. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล. แปลจาก Bearden, Ingram and LaFoge. 2005. **Marketing: Principles and Perspectives**. Columbus: McGraw Hill.

อัจฉรา จันทร์ฉาย. 2553. ความสำเร็จเส้นทางธุรกิจคู่มือการวางแผนกลยุทธ์และการจัดทำ BSC. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

References

- Brikut, T. 2014. **Distribution Channel**. (Online). <https://www.fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/10>th May, 2015. [in Thai].
- Chaisompan, T. 2011. **Education Problem in Thailand**. (Online). <https://www.gotoknow.org/posts/409185>, 20th November, 2015. [in Thai].
- Chanchay, A. 2010. **Best Practice in Business, Manual of Strategic Planning and BSC Building**. 12th Edition. Bangkok: Chulalongkorn University. [in Thai].

- Chareansub, T. 2014. **Learning Management by Professional Teacher.** (Online). [http://www.stou.ac.th/study/sumrit/6-57\(500\)/page6-5-57\(500\).html](http://www.stou.ac.th/study/sumrit/6-57(500)/page6-5-57(500).html), 20th Noverber, 2015. [in Thai].
- Chodchoice, S. 2013. **Marketing Mixed of Service Market.** (Online). <http://aoibigcat.blogspot.com/2013/03/marketing-mix-7ps-7cs.html>, 6th May, 2014. [in Thai].
- Chotpan, N. 2012. **Marketing Mix Influences to Wine Distribution Channel. Master Independent Study of General Management,** Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [in Thai].
- Gboku, Matthew L. S., Modise, and Oitshepile M. 2008. "Basic Extension Skills Training (BEST): A Responsive Approach to Integrated Extension for Rural Development in Botswana." **International Journal of Lifelong Education**, 27 (3), 315–331.
- Khunanake, K. 2012. **Report of Lecture Document in Craft Subject 2400–0105.** [in Thai].
- Maneesong, O and Others. 2012. **Principle of Marketing.** Bangkok: McGrawHill. Translated from Bearden, Ingram and LaFoge. 2005. *Marketing: Principles and Perspectives.* Columbus: McGrawHill. [in Thai].
- Office of Social Development. 2005. **Short Curriculum of Vocational Training School(Adjust Edition) Bangkok.** [in Thai].
- Rosenbloom B. 2013. **Marketing Channels: A Management View**, 8th ed., Cengage Learning: P. 147 – 234.
- Yawiraj, N. 2013. **Medern Management.** 8th Edition. Bangkok: Tripple Group. [in Thai].