

## ลักษณะรายวิชา

- |                       |                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. รหัสและชื่อวิชา    | 20218305 การวิจัยตลาด<br>(Marketing Research)                                                                                                                                                                                                     |
| 2. สภาพรายวิชา        | วิชาชีพเฉพาะ<br>หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ<br>สาขาวิชาการตลาด                                                                                                                                                     |
| 3. ระดับรายวิชา       | ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 2                                                                                                                                                                                                                      |
| 4. รายวิชาพื้นฐาน     | 20200203 หลักการตลาด<br>20218302 พฤติกรรมผู้บริโภค                                                                                                                                                                                                |
| 5. เวลาศึกษา          | ทฤษฎี 2 ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 4 ชั่วโมง และนักศึกษา<br>จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์<br>(ไม่รวมการสอบกลางภาค-ปลายภาค)                                                                      |
| 6. จำนวนหน่วยกิต      | 3 หน่วยกิต                                                                                                                                                                                                                                        |
| 7. จุดมุ่งหมายรายวิชา | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการวิจัยการตลาด</li> <li>2. มีทักษะการออกแบบวิธีการวิจัยการตลาด</li> <li>3. มีทักษะการวิจัยการตลาด</li> <li>4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการวิจัยการตลาด</li> </ol> |
| 8. คำอธิบายรายวิชา    | ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการวิจัยการตลาด การออกแบบการวิจัย วิธีการวิจัย การสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล การสุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล การสรุปผล และการรายงานผลการวิจัยการตลาด  |

## การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยตลาด</b> 1.1. ความหมายของการวิจัยตลาด 1.2. ขั้นตอนของการวิจัยตลาด 1.3. จรรยาบรรณนักวิจัย 1.4. ความสำคัญของการวิจัยตลาดต่อผู้บริหาร	4	4
2	<b>2. ประเภทของการวิจัย หลักการและขั้นตอนของกระบวนการวิจัย</b> 2.1. การแบ่งประเภทของการวิจัยตลาด 2.2. ความหมายของการวิจัยแต่ละประเภท 2.3. การแบ่งประเภทของการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2.4. จัดประเภทงานวิจัยจากหัวข้อวิจัยที่กำหนดให้ได้ 2.5. ขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการวิจัยตลาด 2.6. วิธีดำเนินการของแต่ละขั้นตอนของกระบวนการวิจัยตลาด 2.7. วิเคราะห์กระบวนการวิจัยจากรายงานการวิจัย	4	4
3	<b>3. การกำหนดปัญหาการวิจัย ตัวแปรและสมมติฐาน</b> 3.1. การกำหนดปัญหาการวิจัยตลาด 3.2. ประเภทของปัญหาการวิจัยตลาด 3.3. หลักการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3.4. ตัวแปร 3.5. สมมติฐาน	4	4
4	<b>4. การวางแผนการวิจัย และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง</b> 4.1. ความสำคัญของการวางแผนการวิจัย 4.2. ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงานวิจัย 4.3. ตัวอย่างการกำหนดตารางปฏิบัติงานวิจัย 4.4. ความหมายของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 4.5. สาเหตุที่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 4.6. เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 4.7. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	4	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	<b>5. เครื่องมือในการวิจัยทางการตลาด</b> 5.1. แนวทางการพิจารณาเลือกใช้เครื่องมือวิจัยทางการตลาด 5.2. ความสำคัญและความหมายของแบบสอบถาม 5.3. ลักษณะการใช้แบบสอบถาม 5.4. ส่วนประกอบที่สำคัญของแบบสอบถาม 5.5. ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม 5.6. ประเภทของแบบสอบถาม 5.7. หลักในการสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม	4	4
6	<b>6. การเก็บรวบรวมข้อมูล</b> 6.1. ประเภทของข้อมูลการวิจัยตลาด 6.2. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ 6.2.1 วิธีการสัมภาษณ์ 6.2.2 การเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์ 6.2.3 การเก็บข้อมูลทางโทรศัพท์ 6.3. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ	4	4
7	<b>7. การประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูล การอ่านและแปลความหมาย</b> 7.1. ความหมายและขั้นตอนการประมวลผลข้อมูล 7.2. ความหมายและขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล 7.3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 7.4. การอ่านและแปลความหมาย	4	4
8	<b>8. การนำเสนอผลงานการวิจัยและการติดตามผล</b> 8.1. การนำเสนอผลงานวิจัยตลาด 8.2. ความหมายและความสำคัญของรายงานการวิจัยตลาด 8.3. ลักษณะของรายงานการวิจัยที่ดี 8.4. รูปแบบของตัวรายงาน 8.5. รูปแบบการนำเสนอข้อมูล 8.6. การติดตามการใช้ผลงานวิจัยตลาด	4	4

## จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกี่ยวกับการวิจัยตลาด</b> 1.1. บอกความหมายของการวิจัยตลาดได้ 1.2. บอกขั้นตอนของการวิจัยตลาดได้ 1.3. อธิบายความสำคัญของจรรยาบรรณนักวิจัยได้ 1.4. อธิบายความสำคัญความสำคัญของการวิจัยตลาดต่อผู้บริหารได้	4	4
2	<b>2. ประเภทของการวิจัย หลักการและขั้นตอนของกระบวนการวิจัย</b> 2.1. บอกหลักในการจำแนกประเภทของการวิจัยตลาดได้ 2.2. อธิบายความหมายของการวิจัยแต่ละประเภทได้ 2.3. อธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยแต่ละประเภทได้ 2.4. จัดประเภทงานวิจัยจากหัวข้อวิจัยที่กำหนดให้ได้ 2.5. บอกขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการวิจัยตลาดได้ 2.6. อธิบายวิธีดำเนินการของแต่ละขั้นตอนของกระบวนการวิจัยตลาด 2.7. วิเคราะห์กระบวนการวิจัยจากรายงานการวิจัยได้	4	4
3	<b>3. การกำหนดปัญหาการวิจัย ตัวแปรและสมมติฐาน</b> 3.1. บอกความหมายการกำหนดปัญหาการวิจัยตลาด 3.2. ยกตัวอย่างปัญหาการวิจัยตลาด 3.3. วิเคราะห์ตัวแปรจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดได้ 3.4. ยกตัวอย่างตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยตลาดได้ 3.5. ตั้งสมมติฐานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้	4	4
4	<b>4. การวางแผนการวิจัย และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง</b> 4.1. บอกความสำคัญของการวางแผนการวิจัยได้ 4.2. ระบุขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงานวิจัยได้ 4.3. อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการวิจัยกับขั้นตอนการวิจัยตลาดได้ 4.4. อธิบายความหมายของประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้ 4.5. บอกสาเหตุที่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างได้ 4.6. อธิบายวิธีการกลุ่มตัวอย่างแต่ละวิธีได้ 4.7. สามารถเลือกใช้วิธีการเลือกตัวอย่างได้ถูกต้องจากคำถามวิจัยที่กำหนดให้ 4.8 สามารถหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรได้	4	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	<b>5. เครื่องมือในการวิจัยทางการตลาด</b> 5.1. เลือกใช้เครื่องมือวิจัยได้เหมาะสมกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา 5.2. อธิบายความสำคัญและความหมายของแบบสอบถามได้ 5.3. อธิบายลักษณะการใช้แบบสอบถามได้ 5.4. บอกส่วนประกอบที่สำคัญของแบบสอบถามได้ 5.5. จัดลำดับขั้นตอนที่สำคัญของแบบสอบถามได้ 5.6. ระบุประเภทของแบบสอบถามได้ 5.7. สร้างและวิจารณ์ข้อคำถามในแบบสอบถามได้	4	4
6	<b>6. การเก็บรวบรวมข้อมูล</b> 6.1. ระบุประเภทของข้อมูลการวิจัยตลาดได้ 6.2. ยกตัวอย่างการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บจากแหล่งบุคคลได้ 6.3. อธิบายหลักเกณฑ์ในการเขียนคำถามสำหรับแบบสัมภาษณ์ได้ 6.4. เลือกใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมได้	4	4
7	<b>7. การประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูล การอ่านและแปลความหมาย</b> 7.1. อธิบายความหมายและขั้นตอนการประมวลผลข้อมูลได้ 7.2. ระบุขั้นตอนของการประมวลผลข้อมูลได้ 7.3. อธิบายความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลได้ 7.4. ระบุสถิติพื้นฐานที่ใช้ในแพร่หลายในการวิจัยตลาดได้ 7.5. สามารถเลือกใช้สถิติวิเคราะห์ที่เหมาะสมสำหรับคำถามวิจัยต่างๆได้ 7.6. สามารถอ่านและแปลความหมายผลการวิเคราะห์ได้	4	4
8	<b>8. การนำเสนอผลงานการวิจัยและการติดตามผล</b> 8.1. อธิบายการนำเสนอผลงานวิจัยตลาดได้ 8.2. อธิบายความหมายและความสำคัญของรายงานการวิจัยตลาดได้ 8.3. อธิบายลักษณะของรายงานการวิจัยที่ดีได้ 8.4. ระบุรูปแบบการนำเสนอด้วยกราฟแบบต่างๆได้ 8.5. ระบุวิธีนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจได้ 8.6. ติดตามการใช้ผลงานวิจัยตลาดได้	4	4

## การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 8 หน่วย แยกได้ 8 บทเรียน การวัดและประเมินผลรายวิชาจะดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการ
  - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลแยกเป็น 3 ส่วนโดยแบ่งแยกคะแนนแต่ละส่วนจากคะแนนเต็ม ทั้งรายวิชา 100 คะแนนดังนี้
    - 1.1 ผลงานที่มอบหมาย 30 คะแนน หรือร้อยละ 30
    - 1.2 พิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ และการเข้าร่วมกิจกรรม 10 คะแนน หรือร้อยละ 10
    - 1.3 การทดสอบแต่ละหน่วยเรียน 60 คะแนน หรือร้อยละ 60

โดยจัดแบ่งน้ำหนักคะแนนในแต่ละหน่วยตามตารางหน้าถัดไป
2. เกณฑ์ผ่านรายวิชา
  - ผู้ที่จะผ่านรายวิชานี้จะต้อง
    - 2.1 คะแนนสอบรวมต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50
    - 2.2 มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
    - 2.3 ต้องผ่านการสอบกลางภาค และปลายภาค
3. เกณฑ์ค่าระดับคะแนน
  - 3.1 พิจารณาเกณฑ์ผ่านรายวิชาตามข้อ 2 ผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนน F
  - 3.2 ผู้ที่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้
 

คะแนนร้อยละ	80 ขึ้นไป	ได้ระดับคะแนน A
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	75-79	ได้ระดับคะแนน B+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	70-74	ได้ระดับคะแนน B
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	65-69	ได้ระดับคะแนน C+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	60-64	ได้ระดับคะแนน C
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	55-59	ได้ระดับคะแนน D+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	50-54	ได้ระดับคะแนน D
คะแนนต่ำกว่าร้อยละ	50	ได้ระดับคะแนน F

## ตารางกำหนดน้ำหนักคะแนน

เลขที่บทเรียน	คะแนนรายบทเรียนและน้ำหนักคะแนน  ชื่อบทเรียน	คะแนนรายหน่วย	น้ำหนักคะแนน				
			พุทธิพิสัย				ทักษะพิสัย
			ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	สูงกว่า	
1	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกี่ยวกับการวิจัยตลาด	5	1	1	1		2
2	ประเภทของการวิจัย หลักการและขั้นตอนของกระบวนการวิจัย	5	1	2	1		1
3	การกำหนดปัญหาการวิจัย ตัวแปรและสมมติฐาน	10	2	2	2	1	3
4	การวางแผนการวิจัย และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	10	2	2	2	1	3
5	เครื่องมือในการวิจัยทางการตลาด	5	1	1	1		2
6	การเก็บรวบรวมข้อมูล	10	2	2	2	1	3
7	การประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูล การอ่านและแปลความหมาย	10	1	2	1	2	4
8	การนำเสนอผลงานการวิจัยและการติดตามผล	5	1	1		1	2
ก	คะแนนภาควิชาการ (พุทธิพิสัยและทักษะพิสัย)	60					
ข	คะแนนภาคผลงาน (รายงาน, ชิ้นงาน เป็นการบูรณาการทุกหน่วย)	20					
ค	คะแนนจิตพิสัย	20					
	<b>รวมทั้งสิ้น</b>	100					

## กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1		1 - 4	บทเรียนที่ 1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยตลาด 1.1. ความหมายของการวิจัยตลาด 1.2. ขั้นตอนของการวิจัยตลาด	
2		5 - 8	บทเรียนที่ 1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยตลาด (ต่อ) 1.3. จรรยาบรรณนักวิจัย 1.4. ความสำคัญของการวิจัยตลาดต่อผู้บริหาร	
3		9 - 12	บทเรียนที่ 2. ประเภทของการวิจัย หลักการและขั้นตอนของกระบวนการวิจัย 2.1. การแบ่งประเภทของการวิจัยตลาด 2.2. ความหมายของการวิจัยแต่ละประเภท 2.3. การแบ่งประเภทของการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย	
4		13 - 16	บทเรียนที่ 2. ประเภทของการวิจัย หลักการและขั้นตอนของกระบวนการวิจัย (ต่อ) 2.4. จัดประเภทงานวิจัยจากหัวข้อวิจัยที่กำหนดให้ได้ 2.5. ขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการวิจัย ตลาด 2.6. วิธีดำเนินการของแต่ละขั้นตอนของกระบวนการวิจัยตลาด 2.7. วิเคราะห์กระบวนการวิจัยจากรายงานการวิจัย	
5		17 - 20	บทเรียนที่ 3. การกำหนดปัญหาการวิจัย ตัวแปรและสมมติฐาน 3.1. การกำหนดปัญหาการวิจัยตลาด 3.2. ประเภทของปัญหาการวิจัยตลาด 3.3. หลักการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย	
6		21 - 24	บทเรียนที่ 3. การกำหนดปัญหาการวิจัย ตัวแปรและสมมติฐาน (ต่อ) 3.4. ตัวแปร 3.5. สมมติฐาน	
7		25 - 28	บทเรียนที่ 4. การวางแผนการวิจัย และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 4.1. ความสำคัญของการวางแผนการวิจัย 4.2. ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงานวิจัย 4.3. ตัวอย่างการกำหนดตารางปฏิบัติงานวิจัย	
8		29 - 32	บทเรียนที่ 4. การวางแผนการวิจัย และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง(ต่อ) 4.4. ความหมายของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 4.5. สาเหตุที่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	



สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
9		33 - 36	บทเรียนที่ 4. การวางแผนการวิจัย และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง(ต่อ) 4.6 .เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 4.7. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	
10		37 - 40	สอบกลางภาค บทเรียนที่ 5. เครื่องมือในการวิจัยทางการตลาด 5.1. แนวทางการพิจารณาเลือกใช้เครื่องมือวิจัยทางการตลาด 5.2. ความสำคัญและความหมายของแบบสอบถาม 5.3. ลักษณะการใช้แบบสอบถาม	
11		41 - 44	บทเรียนที่ 5. เครื่องมือในการวิจัยทางการตลาด (ต่อ) 5.4. ส่วนประกอบที่สำคัญของแบบสอบถาม 5.5. ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม 5.6. ประเภทของแบบสอบถาม 5.7. หลักในการสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม	
12		45 - 48	บทเรียนที่ 6. การเก็บรวบรวมข้อมูล 6.1. ประเภทของข้อมูลการวิจัยตลาด 6.2. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ 6.2.1 วิธีการสัมภาษณ์	
13		49 - 52	บทเรียนที่ 6. การเก็บรวบรวมข้อมูล (ต่อ) 6.2.2 การเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์ 6.2.3 การเก็บข้อมูลทางโทรศัพท์ 6.3. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ	
14		53 - 56	บทเรียนที่ 7. การประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูล การอ่านและแปลความหมาย 7.1. ความหมายและขั้นตอนการประมวลผลข้อมูล 7.2. ความหมายและขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล	
15	10 ก.พ. 2563	57- 60	บทเรียนที่ 7. การประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูล การอ่านและแปลความหมาย (ต่อ) 7.3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 7.4. การอ่านและแปลความหมาย	
16	17 ก.พ. 2563	61 - 64	บทเรียนที่ 8. การนำเสนอผลงานการวิจัยและการติดตามผล 8.1. การนำเสนอผลงานวิจัยตลาด 8.2. ความหมายและความสำคัญของรายงานการวิจัยตลาด 8.3. ลักษณะของรายงานการวิจัยที่ดี	
17	24 ก.พ. 2563	65 - 68	บทเรียนที่ 8. การนำเสนอผลงานการวิจัยและการติดตามผล(ต่อ) 8.4. รูปแบบของตัวรายงาน 8.5. รูปแบบการนำเสนอข้อมูล 8.6. การติดตามการใช้ผลงานวิจัยตลาด	
18			สอบปลายภาค	

## บรรณานุกรม

ชูศรี วงศ์รัตน์ และคณะ. การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เอ็มพันธ์, 2558.