

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พระราชบัญญัติ หรือ พรบ.การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 ได้กำหนดมาตราต่างๆ ไว้ว่า การศึกษา ยุคใหม่จะต้องเน้นให้ผู้เรียนมีความสำคัญมากที่สุด (มาตรา 22) ต้องเน้นความรู้คุณธรรม (มาตรา 23) ต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล (มาตรา 24) และต้องประเมินพัฒนามาจากผู้เรียน (มาตรา 26) (ลดาวัลย์ เพชรโรจน์, 2553 : 6) นอกจากนี้ยังจะต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สอนสามารถจัดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม สื่อการเรียนการสอน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และมีความรอบรู้ รวมทั้งสามารถใช้การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ โดยปัญหาที่พบบ่อยๆ ในชั้นเรียนมากที่สุด (ลดาวัลย์ เพชรโรจน์, 2547; อ้างถึงใน อุทุมพร จามรมาน, 2544) คือ การขาดเรียนบ่อย การหนีเรียน การไม่สนใจเรียน การขาดความพร้อมในการเรียน การไม่เข้าเรียนในวิชาที่สอน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ การไม่ชอบทำและส่งการบ้าน และเจตคติไม่ดีต่อการเรียน ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้จะต้องแก้ด้วยการใช้เทคนิคการสอน (instruction techniques) นั่นคือ ครูผู้สอน (teacher) นักเรียนหรือนักศึกษา (student) และสถานการณ์ (situation) (ลดาวัลย์ เพชรโรจน์, 2553 : 7 อ้างถึงใน Orlich and Others, 2007) ที่ประกอบไปด้วยองค์รวมใน 3 ปัจจัยหลักๆ คือ รูปแบบวิธีการสอน (procedural aspects) มิตติการเรียนรู้ (learning perspectives) และรูปแบบทางเจตคติ (attitudinal aspects) โดยทั้งหมดนี้จะต้องมีผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (the learner)

การสอนโดยใช้กรณีศึกษา เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ได้นำมาใช้สำหรับการเรียนการสอนในวิชาทางด้านบริหารธุรกิจและการตลาดโดยส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลกมักจะใช้กรณีศึกษามากกว่าตำราหรือบทเรียนในหนังสือเรียน และถือว่าเป็นเทคนิคหนึ่งที่ได้นำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ วิธีการเรียนเช่นนี้เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้นักศึกษามีกระบวนการคิดที่เป็นระบบ ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง มีการตัดสินใจอย่างมีหลักการและเชิงเหตุผล มีทักษะในการแก้ไขปัญหาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกิดขึ้นได้ เนื่องจากการจำลองเอาเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง

ทางการตลาดและธุรกิจเข้ามาประยุกต์กับเนื้อหาวิชาที่มีการเรียนการสอนในครั้งนั้นๆ จนทำให้เกิดการจดจำ เกิดทักษะการคิด การวิเคราะห์ปัญหา และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้

แต่อย่างไรก็ตาม สภาพการจัดการเรียนการสอนในยุคปัจจุบันยังเน้นครูผู้สอนเป็นสำคัญ การสอนส่วนใหญ่ครูผู้สอนมักจะเป็นผู้บรรยาย อธิบาย เปิดโอกาสให้มีการซักถามเรื่องที่ได้บรรยาย มีการมอบหมายงานหรือแบบฝึกหัดให้นักศึกษาทำ ทำให้นักศึกษาหรือผู้เรียนเกิดความเบื่อหน่ายต่อการเรียน ไม่ชอบแสดงความคิดเห็น ไม่แสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ไม่สามารถวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาได้ ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนลดต่ำลง เพราะฉะนั้นการเรียนการสอนเช่นนี้จึงไม่ทำให้เกิดการกระตุ้นผู้เรียนให้ได้คิด ไม่ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน และไม่เกิดการฝึกทักษะการเป็นผู้พูดและเป็นผู้ฟังที่ดี ทำให้ผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษาออกไปแล้วไม่สามารถนำเอาทฤษฎีที่เรียนมาประยุกต์กับสภาพแวดล้อมจริงกับการทำงานได้ดีมากนัก โดยเฉพาะการเรียนการสอนกับกลุ่มนักศึกษาที่มาจากคณะศิลปกรรมศาสตร์ที่มีความแตกต่างไปจากกลุ่มนักศึกษาวិชาเอกการตลาด โปรแกรมบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ ที่จะต้องเรียนวิชาการโฆษณาและการส่งเสริมการขายนี้เช่นเดียวกัน

ดังนั้น ประเด็นคำถามของงานวิจัยในที่นี่ก็คือ ทำไมนักศึกษาสาขาศิลปกรรมศาสตร์วิชาเอก การออกแบบนิเทศศิลป์และการออกแบบทัศนศิลป์สร้างสรรค์ไม่ค่อยสนใจเรียนวิชานี้ และเนื่องจากวิชานี้เป็นวิชาของโปรแกรมบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ เพราะฉะนั้นเราจะหาวิธีการแก้ปัญหานี้ว่านี้ได้หรือไม่ และการจัดการเรียนรู้โดยใช้กรณีศึกษาสามารถจะช่วยแก้ปัญหานี้ได้หรือไม่ เมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการเรียนรู้แบบเดิมๆ เนื่องจากว่าการใช้กรณีศึกษาสามารถจะช่วยให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้จริงและสามารถนำไปใช้กับการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญได้ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นคำถามและปัญหาของการวิจัยในชั้นเรียนครั้งนี้

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อสร้างกิจกรรมและประเมินผลการจัดกิจกรรมโดยใช้กรณีศึกษาเป็นสื่อในการเรียนการสอนวิชาการโฆษณาและการส่งเสริมการขายของนักศึกษาศิลปกรรมศาสตร์ชั้นปีที่ 2 วิชาเอก การออกแบบนิเทศศิลป์

1.2.2 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างการสอนแบบเดิมที่ให้ครูเป็นศูนย์กลางของนักศึกษาศิลปกรรมศาสตร์ชั้นปีที่ 2 วิชาเอกการออกแบบทัศนศิลป์สร้างสรรค์ กับวิธีการใช้กรณีศึกษาในข้อ

1.2.1

### 1.3 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตเชิงเนื้อหาได้ใช้กรอบแนวความคิดการวิจัยและตัวแบบเทคนิคการสอนแบบองค์รวมของ Orlich and Others ในส่วนที่เป็นมิติวิธีการสอน (procedural aspects) เช่น การวางแผนการสอน การออกแบบบทเรียน พลวัตหรือสภาพชั้นเรียน เทคนิคการสอน และการประเมินผลการสอน โดยได้จัดทำกรณีศึกษาจำนวน 5 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับบทเรียนและตำราเรียนในวิชาการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย รหัสวิชา MKT 2401 เพื่อใช้สำหรับการทดลองการเรียนการสอนโดยวิธีการนี้ตลอดระยะเวลาในภาคการศึกษา 1/2553 หรือจัดช่วงเวลาในการสอนโดยรวมจำนวน 13-15 ครั้งๆ ละ 3 คาบเวลา นอกจากนี้จะใช้แบบทดสอบกลางภาคและปลายภาคเรียนซึ่งเป็นข้อสอบอัตนัยจำนวน 3 ข้อๆ ละ 10 คะแนนวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สุดท้ายจะใช้แบบสอบถามถามความพึงพอใจในการเรียนการสอนด้วยเทคนิควิธีการใช้กรณีศึกษาดังกล่าวข้างต้น

หน่วยการวิเคราะห์ (unit of analysis) ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 วิชาเอกการออกแบบนิเทศศิลป์ และการออกแบบทัศนศิลป์สร้างสรรค์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ที่ได้ลงทะเบียนเรียนวิชาการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย รหัสวิชา MKT 2401 โปรแกรมบริหารธุรกิจ ในภาคการศึกษา 1/2553 ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 49 คน แบ่งเป็นนักศึกษาวิชาเอก การออกแบบนิเทศศิลป์ จำนวน 25 คน และวิชาเอก การออกแบบทัศนศิลป์สร้างสรรค์ จำนวน 24 คน

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยประมาณ 5 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนจนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2553 ที่ห้องเรียน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### 1.4 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

#### 1.4.1 การเรียนการสอนที่เน้นครูเป็นศูนย์กลาง (Teacher Centered)

วิธีการเรียนการสอนเช่นนี้ ครูผู้สอนจะเป็นผู้วางแผนการเรียนการสอน โดยถ่ายทอดองค์ความรู้ มีการควบคุมเนื้อหา ทำการวัดประเมินผลการเรียนการสอน และดำเนินการด้านต่างๆ ในชั้นเรียน เพื่อต้องการที่จะให้ผู้เรียนมีความรู้ตรงตามเนื้อหาครบในหลักสูตร ผ่านกระบวนการเรียนรู้โดยใช้วิธีการบรรยายและการอธิบายภายในชั้นเรียนเป็นส่วนใหญ่ และถือว่าเป็นวิธีการเรียนการสอนแบบเดิมๆ

#### 1.4.2 การเรียนการสอนที่เน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง (Student Centered)

วิธีการเรียนการสอนเช่นนี้ ครูผู้สอนจะเป็นผู้คอยแนะนำ ส่งเสริม จัดเตรียมสภาพแวดล้อมภายในห้องเรียน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้ผู้เรียนได้ทำการศึกษา ค้นคว้า เรียนรู้ วางแผนการเรียน

ทำการทดลองและทดสอบ และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในกรณีศึกษาด้วยตนเอง โดยมีครูผู้สอนเป็นที่ปรึกษาหรือพี่เลี้ยง เช่น มีการแบ่งกลุ่มทำกิจกรรม ทำการวิเคราะห์กรณีศึกษา การอภิปรายกลุ่มในห้องเรียน และการแสดงบทบาทสมมติในการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ตามที่ครูผู้สอนได้มอบหมายให้ปฏิบัติทั้งภายในและภายนอกชั้นเรียนผ่านกิจกรรมต่างๆ

#### 1.4.3 กรณีศึกษา (Case Study)

วิธีการเรียนการสอนที่นำเอาเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริงภายในองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ชุมชน สังคม และสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันเนื้อหาและองค์ความรู้ในวิชา รวมทั้งปัญหาด้านต่างๆ ที่ต้องการจะแก้ปัญหาและสร้างให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างครูผู้สอน ผู้เรียน และกลุ่มผู้เรียน โดยนำกรณีศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ในชั้นเรียนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้โดยการกระทำ โดยผู้เรียนจะมีการแบ่งกลุ่มเพื่อการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา นำทฤษฎีหรือองค์ความรู้ประยุกต์กับการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ประเมินและหาทางเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับปัญหา สรุปผลการวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในชั้นเรียนเพื่อให้ผู้เรียนและครูผู้สอนได้อภิปรายกรณีศึกษาและเรียนรู้ร่วมกัน

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ได้กรณีศึกษาที่ใช้เป็นสื่อในการเรียนการสอนวิชาการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย สำหรับนักศึกษาที่เรียนในวิชานี้

1.5.2 ผู้สอนได้ข้อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของทั้งสองวิธีการที่แตกต่างกันเพื่อนำไปประยุกต์กับการเรียนการสอนแก่นักศึกษากลุ่มอื่นๆ

1.5.3 ผู้เรียนได้ใช้ความสามารถ ทักษะ และเทคนิคการวิเคราะห์กรณีศึกษาทางด้านการโฆษณาและการส่งเสริมการขายทางการตลาดและการบริหารธุรกิจจนเกิดความพึงพอใจในการเรียนการสอน