



รายงานผลการดำเนินโครงการบริการวิชาการ

โครงการเทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค

โดย

อ.นลิน

ดร.ยิ่งศักดิ์

Asst.Prof.Dr.Denis

อ.โสเมษา

อ.ภัทร

วิทยาลัยนานาชาติ

สีมะเสถียรโสภณ

แหวนเพชร

Ushakov

ปรัชญางค์ปรีชา

วิวัฒน์พัฒนกุล

ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
งบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ 2561

คำนำ

รายงานผลการดำเนินงานบริการวิชาการ “เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค” ฉบับนี้ เป็นผลการดำเนินการตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ ๓๖๓๐/๒๕๖๐ ลงวันที่ ๒๖ กันยายน ๒๕๖๐ มีประเด็นสอดคล้องกับการให้นักศึกษาฝึกคิด/วิเคราะห์ของรัฐบาล โดยการดำเนินการบริการวิชาการในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะการคิดและวิเคราะห์การตลาดที่เหมาะสมต่อกลุ่มผู้บริโภคให้แก่นักเรียน ซึ่งหลังจากการจัดกิจกรรม นักเรียนได้เรียนรู้เทคนิคเกี่ยวกับการตัดสินใจ อีกทั้งได้รับการพัฒนาทักษะการคิด วิเคราะห์ผ่านการลงมือทำ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในอนาคต

(น.ส.นลิน สีมะเสถียรโสภณ)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

...../...../.....

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
1. ชื่อโครงการ	1
2. ประเด็นที่สอดคล้องกับผลผลิตผลงานการให้บริการวิชาการ	1
3. ความสอดคล้อง/ตอบสนองโครงการกับแผนพัฒนามหาวิทยาลัยและการประกันคุณภาพการศึกษา	1
4. ชื่อผู้รับผิดชอบโครงการ	1
5. รายชื่อคณะผู้ดำเนินโครงการ	1
6. รายชื่อนักศึกษาร่วมโครงการ	2
7. หลักการและเหตุผล	2
8. วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
9. ระยะเวลาการดำเนินโครงการบริการวิชาการ	2
10. สถานที่ดำเนินการ	2
11. ผู้ประสานงานในพื้นที่บริการวิชาการ	2
12. แผนการดำเนินงาน	3
13. ประเภทของกลุ่มเป้าหมาย	3
14. จำนวนกลุ่มเป้าหมาย/ผู้เข้าร่วมโครงการ	3
15. โครงการนี้จัดอยู่ในประเภท	3
16. ผลการสำรวจความต้องการของชุมชน หรือภาครัฐ หรือภาคเอกชน หรือหน่วยงานวิชาชีพ	3
17. ความร่วมมือเพื่อการวิจัยและบริการวิชาการ แสดงเจตนารมณ์ร่วมกันเพื่อดำเนินการบริการวิชาการและถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม	3
18. มีการบูรณาการงานบริการวิชาการแก่สังคมกับ <u>การเรียนการสอน</u> เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้และความเข้มแข็งของชุมชน หรือภาครัฐ หรือภาคเอกชน หรือหน่วยงานวิชาชีพ	4
19. มีการบูรณาการงานบริการวิชาการแก่สังคมกับ <u>การวิจัย</u> เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้และความเข้มแข็งของชุมชน หรือภาครัฐ หรือภาคเอกชน หรือหน่วยงานวิชาชีพ	4
20. โครงการนี้สามารถนำผลการประเมินโครงการไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเรียนการสอน หรือสร้างงานวิจัย หรือทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	4
21. สรุปค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ	4
22. งบประมาณรายจ่าย	5
23. แผนการใช้งบประมาณ	5
24. ผลที่คาดว่าจะได้รับ	5
25. ความสำเร็จของโครงการบริการวิชาการ	6
26. การติดตามประเมินผลโครงการ	6

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
27. องค์ความรู้ที่เกิดจากการบริการวิชาการ	6
28. รายละเอียดองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการบริการวิชาการ	6
29. ปัญหา / อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	6
30. บทสังเคราะห์โครงการบริการวิชาการแก่สังคม ปีงบประมาณ 2561	7

หลักฐานแนบท้ายรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการบริการวิชาการ

1. เอกสารอนุมัติโครงการ	10
2. คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินโครงการบริการวิชาการ	16
3. หนังสือตอบรับ/ หนังสือขอความอนุเคราะห์ / แบบสอบถามความต้องการของชุมชนหรือองค์กร	20
4. เอกสารความร่วมมือเพื่อการวิจัยและบริการวิชาการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561	21
5. หนังสือเชิญวิทยากร / หนังสือราชการ / เอกสารอื่น ๆ	22
6. มคอ. 3 และ มคอ. 5 ของรายวิชาที่เกี่ยวข้อง	26
7. เอกสารข้อเสนอโครงการวิจัย ว-1ด	50
8. สรุปรายงานผลการประเมินโครงการฯ พร้อมตัวอย่างแบบสำรวจ / แบบประเมิน / แบบสอบถาม (หลังสิ้นสุดโครงการ)	57
9. แบบฟอร์มการนำองค์ความรู้ในการบริการวิชาการไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม	60
10. เอกสารให้ความรู้ที่ใช้ในโครงการบริการวิชาการ / เอกสารประกอบการอบรม	62
11. ภาพกิจกรรม	74
12. ใบรายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ	77

รายงานผลการดำเนินโครงการบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

1. ชื่อโครงการ : เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค
2. ประเด็นที่สอดคล้องกับผลผลิตผลงานการให้บริการวิชาการ
 - การปลูกฝังระเบียบวินัยให้กับนักเรียน/ นักศึกษา
 - สิ่งแวดล้อม/ธนาคารขยะ
 - ยาเสพติด
 - การจัดกิจกรรมลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้
 - การให้นักศึกษาได้ฝึกคิด/ วิเคราะห์
 - การปลูกป่า
 - อื่นๆ
3. ความสอดคล้อง/ตอบสนองโครงการกับแผนพัฒนามหาวิทยาลัยและการประกันคุณภาพการศึกษา
 - 3.1) ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561
ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างผลงานวิชาการ สู่การยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น
 - 3.2) การประกันคุณภาพภายในระดับมหาวิทยาลัยประจำปีการศึกษา พ.ศ. 2560
องค์ประกอบที่ 3 การบริการวิชาการ
ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 การบริการวิชาการแก่สังคม
 - 3.3) การประเมินผลการปฏิบัติราชการ (กพร.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561
เป้าประสงค์ 2.4 มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ และบริการวิชาการแก่ท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ตามศาสตร์พระราชา
ตัวชี้วัดที่ 2.4.1 จำนวนองค์ความรู้ที่เพิ่มขึ้นในแหล่งเรียนรู้บริการวิชาการ
ตัวชี้วัดที่ 2.4.3 ร้อยละของผลงานบริการวิชาการที่ดำเนินการภายใต้ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก หรือผู้นำชุมชน เทียบกับงานบริการวิชาการทั้งหมด
เป้าประสงค์ 2.4.8 มหาวิทยาลัยมีกระบวนการบริการวิชาการที่ได้มาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นและสังคม
ตัวชี้วัดที่ 2.8.1 ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบการให้บริการวิชาการแก่สังคมตามเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษาที่กำหนด
4. ชื่อผู้รับผิดชอบโครงการ (หัวหน้าโครงการ) : อ.นลิน สีมะเสถียรโสภณ
5. รายชื่อคณะผู้ดำเนินโครงการ :

ชื่อ - สกุล	สังกัด
1) ดร.ยิ่งศักดิ์ แหวนเพชร	วิทยาลัยนานาชาติ
2) Asst.Prof.Dr.Denis Ushakov	วิทยาลัยนานาชาติ
3) อ.โสมยา ปรัชญางค์ปรีชา	วิทยาลัยนานาชาติ
4) อ.ภัทร วิวัฒน์พัฒนกุล	วิทยาลัยนานาชาติ

6. รายชื่อนักศึกษาร่วมโครงการ

ชื่อ – สกุล	สังกัด
1) นางสาวฉวีวรรณ เกื้อขัน	วิทยาลัยนานาชาติ
2) นายภูมิพันธ์ เลิศวนิชสุธา	วิทยาลัยนานาชาติ
3) นายพรเทพ พิมพ์เศษ	วิทยาลัยนานาชาติ
4) นางสาวกชกร ศิริกุลวัฒนา	วิทยาลัยนานาชาติ
5) นางสาวสิริมา กิจรีนภิรมย์สุข	วิทยาลัยนานาชาติ
6) นายณัฐพงศ์ อุตระศักดิ์	วิทยาลัยนานาชาติ

7. หลักการและเหตุผล

สืบเนื่องจากการที่มหาวิทยาลัยมีนโยบายส่งเสริมการให้บริการวิชาการที่สอดคล้องกับความต้องการ และเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ซึ่งตามนโยบายรัฐมนตรีข้อ 5 ที่ส่งเสริมให้เด็กไทย คิด วิเคราะห์ เป็นนั้น ทำให้ทางสาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ วิทยาลัยนานาชาติ เล็งเห็นถึงความต้องการในการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ของนักเรียน นักศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์ผู้บริโภคร่วมเพื่อให้เข้าใจถึงความคิดและการตัดสินใจของผู้บริโภค อีกทั้งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการประกอบอาชีพในอนาคตได้

ดังนั้น สาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ วิทยาลัยนานาชาติ จึงต้องการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ผ่านการจัด Workshop ซึ่งจะช่วยให้นักเรียน นักศึกษาสามารถคิดและวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อก้าวให้ทันความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์ผู้บริโภคและข้อมูลในเชิงธุรกิจ อันจะเป็นการสร้างและบ่มเพาะให้นักศึกษาให้สามารถเป็นเจ้าของกิจการได้ในอนาคต

8. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 8.1 เพื่อพัฒนาทักษะการคิดและวิเคราะห์ผู้บริโภคร่วมให้นักเรียน นักศึกษา
- 8.2 เพื่อฝึกฝนการวิเคราะห์การตลาดที่เหมาะสมต่อกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

9. ระยะเวลาการดำเนินโครงการบริการวิชาการ

วันจันทร์ที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2561

10. สถานที่ดำเนินการ

โรงเรียนอเนกอุปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง อ.สามพราน จ.นครปฐม

11. ผู้ประสานงานในพื้นที่บริการวิชาการ

ชื่อ-นามสกุล นางสาวสุชาดา สัมทับทัย..... (ผู้รับรองการนำไปใช้ประโยชน์)
เบอร์ติดต่อ.....097-0094383..... อีเมล nom_4455@hotmail.com

12. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	ช่วงเวลาดำเนินการ (ระบุวันที่)
1. ประชุมผู้รับผิดชอบและมอบหมายหน้าที่	2 พฤศจิกายน 2560
2. ประชาสัมพันธ์โครงการ - แจ้งผู้ประสานงานเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการให้แก่ผู้สนใจ	7 ธันวาคม 2560
3. ดำเนินโครงการ - เตรียมเอกสารประกอบการฝึกอบรม - จัดเตรียมสถานที่สำหรับฝึกอบรม - ดำเนินการจัดฝึกอบรม	30 มีนาคม 2561 2 เมษายน 2561 2 เมษายน 2561
4. จัดทำสรุปผลการดำเนินงาน - จัดทำสรุปผลโครงการ	18 เมษายน 2561
5. ส่งสรุปผลการดำเนินงาน	2 พฤษภาคม 2561

13. ประเภทของกลุ่มเป้าหมาย

- ชุมชน/ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ผู้บริหาร
 อื่น ๆ (ระบุ) นักเรียนและครู

14. จำนวนกลุ่มเป้าหมาย/ผู้เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งสิ้น ...114... คน

14.1 ครู/อาจารย์/นักวิชาการ/นิสิตนักศึกษา จำนวนรวม 114 คน

- 1) ครู/อาจารย์/นักวิชาการ จำนวน.....5.....คน
 2) บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย จำนวน.....คน
 3) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน...109.....คน

14.2 ชาวบ้าน/ชุมชน/สังคม จำนวนรวม คน

- 1) ชาวบ้าน/ชุมชน/สังคม จำนวน.....คน
 2) ศิษย์เก่า จำนวน.....คน

15. โครงการนี้จัดอยู่ในประเภท

- ไม่คิดค่าบริการ

16. ผลการสำรวจความต้องการของชุมชน หรือภาครัฐ หรือภาคเอกชน หรือหน่วยงานวิชาชีพ

หนังสือขอความอนุเคราะห์

หลักฐานประกอบ : หนังสือขอความอนุเคราะห์

17. ความร่วมมือเพื่อการวิจัยและบริการวิชาการ แสดงเจตนารมณ์ร่วมกันเพื่อดำเนินการบริการวิชาการ และถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม

โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์

หลักฐานประกอบ : เอกสารความร่วมมือเพื่อการวิจัยและบริการวิชาการ

18. มีการบูรณาการงานบริการวิชาการแก่สังคมกับ**การเรียนการสอน** เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ และความเข้มแข็งของชุมชน หรือภาครัฐ หรือภาคเอกชน หรือหน่วยงานวิชาชีพ

18.1 บูรณาการกับรายวิชา IBP2312 Marketing Management ในสัปดาห์ที่ 5 หัวข้อ Consumer Behavior โดยได้นำทฤษฎีทางการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคมาเป็นหัวข้ออภิปราย เพื่อให้ นักศึกษาได้ เรียนรู้ และฝึกการคิดวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภคอย่างมีแบบแผน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการ ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการทำกรณีศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าแฟชั่น ของวัยรุ่นชายไทยมาใช้ในการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้ นักศึกษาได้นำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้กับบริบทใน สังคมปัจจุบัน

หลักฐานประกอบ : มคอ.3 และมคอ. 5 รายวิชา IBP2312 Marketing Management

1) มคอ.3 กิจกรรมอยู่ในหัวข้อสัปดาห์ที่ 5 Consumer Behavior

2) มคอ.5 รายละเอียดกิจกรรมระบุในประสิทธิผลของวิธีการสอนในหัวข้อทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

***หมายเหตุ: เอกสาร มคอ.3 และ มคอ.5 ต้องมีการปรับปรุงรายละเอียดรายวิชาครั้งล่าสุดอยู่ใน ช่วงระยะเวลา เดือนสิงหาคม 2560 – เดือนกรกฎาคม 2561 เท่านั้น**

19. มีการบูรณาการงานบริการวิชาการแก่สังคมกับ**การวิจัย** เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ และความเข้มแข็งของชุมชน หรือภาครัฐ หรือภาคเอกชน หรือหน่วยงานวิชาชีพ

19.1 โครงการวิจัย Young Thai men’s buying behavior and brand perceptions on men’s high street fashion brands”

หลักฐานประกอบ : เอกสารข้อเสนอโครงการวิจัย (ว-1ด) งบประมาณรายได้ ประจำปี 2561

20. โครงการนี้สามารถนำผลการประเมินโครงการไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเรียนการสอน หรือสร้างงานวิจัย หรือทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

โครงการนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนในรายวิชา IBP2312 Marketing Management โดยให้นักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการคิดวิเคราะห์ในหัวข้อพฤติกรรมผู้บริโภคมาเข้าร่วม กิจกรรมในโครงการบริการวิชาการในฐานะผู้ช่วยดำเนินการ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีความเข้าใจในการ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นผ่านการถ่ายทอดกิจกรรมและความรู้สู่ผู้เรียนที่เข้าร่วมโครงการ

หลักฐานประกอบ :

1) มคอ.3 และ มคอ.5 รายวิชา IBP2312 Marketing Management

2) ภาพถ่ายกิจกรรม

3) ว-1ด งบประมาณรายได้ ในปีงบประมาณ 2561

21. สรุปค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ

งบประมาณที่ได้รับจัดสรร 30,000 บาท

งบประมาณที่ใช้ไป 30,000 บาท

1. หมวดค่าตอบแทนบาท

2. หมวดค่าใช้จ่าย28,300.....บาท

3. หมวดค่าวัสดุ1,700.....บาท

22. งบประมาณรายจ่าย (แบ่งเป็นหมวด)

รายการ	รายละเอียด	จำนวนเงิน
1. หมวดค่าตอบแทน		
- ไม่มี -		
2. หมวดค่าใช้จ่าย		
- ค่าอาหารกลางวัน	170 บาท/คน x 114 คน	19,380
- ค่าอาหารว่าง	35 บาท/คน x 114 คน x 2 มื้อ	7,980
- ค่าจ้างถ่ายเอกสาร ขาว-ดำ		940
3. หมวดค่าวัสดุ		
- ปากกา	100 ด้าม	700
- แฟ้มซอง A4	100 แฟ้ม	1,000
รวม	(สามหมื่นบาทถ้วน)	30,000

หมายเหตุ* ถัวเฉลี่ยทุกรายการ

23. แผนการใช้งบประมาณ (ให้สอดคล้องกับช่วงเวลาในปฏิทินกิจกรรม)

กิจกรรม (กิจกรรมที่สอดคล้องกับ แผนการดำเนินงานข้อที่ 12)	ไตรมาส 1 (ต.ค. - ธ.ค. 60)		ไตรมาส 2 (ม.ค. - มี.ค. 61)	
	ปริมาณงาน (%)	งบประมาณ (บาท)	ปริมาณงาน (%)	งบประมาณ (บาท)
1. ประชุมผู้รับผิดชอบและมอบหมายหน้าที่	5%	1,500		
2. ประชาสัมพันธ์โครงการ - แจกผู้ประสานงานเพื่อประชาสัมพันธ์ โครงการให้แก่ผู้สนใจ	5%	1,500		
3. ดำเนินโครงการ - เตรียมเอกสารประกอบการฝึกอบรม - จัดเตรียมสถานที่สำหรับฝึกอบรม - ดำเนินการจัดฝึกอบรม			80%	24,000
4. จัดทำสรุปผลการดำเนินงาน - จัดทำสรุปผลโครงการ			8%	2,400
5. ส่งสรุปผลการดำเนินงาน			2%	600

หมายเหตุ* เฉลี่ยปริมาณงานรวมจะต้องเท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์

24. ผลที่คาดว่าจะได้รับ :

- 24.1 ผู้เข้าอบรมมีทักษะทางการคิดและสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้
- 24.2 ผู้เข้าอบรมสามารถคิดและวิเคราะห์การตลาดที่เหมาะสมต่อกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันได้

25. ความสำเร็จของโครงการบริการวิชาการ

- ร้อยละของความรู้และความเข้าใจของผู้รับบริการ
- ร้อยละของความพึงพอใจของผู้รับบริการ
- ร้อยละของการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์

26. การติดตามประเมินผลโครงการ

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (ร้อยละ)		ผลการประเมิน (ร้อยละ)	การบรรลุ		จำนวนผู้ตอบแบบประเมิน	หมายเหตุ
	ครู/อาจารย์/นักศึกษา	ชุมชน/ชาวบ้าน		บรรลุ	ไม่บรรลุ		
1. ด้านความพึงพอใจ	100*	95**	95.09	✓		114	
2. ด้านความรู้ความเข้าใจ	100*	95**	95.33	✓		114	
3. ด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	100*	95**	95.23	✓		114	

* ให้มีข้อคำถามเพื่อประเมินผลตามตัวชี้วัดทั้ง 3 ด้าน (ครู/อาจารย์/ นิสิตนักศึกษา)

** ให้มีข้อคำถามเพื่อประเมินผลตามตัวชี้วัดทั้ง 3 ด้าน (ชาวบ้าน/ชุมชน/สังคม)

หมายเหตุ : แนบรายงานการสรุปผลการประเมินโครงการไว้ในภาคผนวก

27. องค์กรความรู้ที่เกิดจากการบริการวิชาการ

องค์กรความรู้ที่เป็นรูปธรรม

ระบุ เอกสารประกอบการสอนในด้านการวิเคราะห์ผู้บริโภค

องค์กรความรู้ที่เป็นนามธรรม

ระบุ ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถวิเคราะห์ผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

หลักฐานประกอบ : เอกสารให้ความรู้ที่ใช้ในโครงการบริการวิชาการ, เอกสารประกอบการอบรม

28. รายละเอียดองค์กรความรู้ที่เกิดขึ้นจากการบริการวิชาการ (สำคัญมาก)

องค์กรความรู้ที่เกิดจากการบริการวิชาการ คือ กิจกรรมการฝึกวิเคราะห์ผู้บริโภค โดยมีกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการดำเนินการทดลองใช้กรณีศึกษาเพื่อฝึกการคิด วิเคราะห์ จากนั้นนำกรณีศึกษาที่ได้ประเมินผลความยาก-ง่ายแล้วมาประยุกต์ใช้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชาอื่นๆ ในภาคเรียนถัดไป

29. ปัญหา / อุปสรรค / ข้อเสนอแนะ และแนวทางแก้ไขปัญหา

เนื่องจากการจัดกิจกรรมมีนักเรียนเข้าร่วมจำนวนมาก จึงต้องแบ่งนักเรียนเป็นกลุ่มและจัดกิจกรรมเป็นฐาน ทำให้มีปัญหาด้านการจัดการเวลา ดังนั้น นักเรียนบางกลุ่มจึงไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมทุกฐาน เพื่อให้การจัดการเวลาเป็นไปตามกิจกรรมที่ระบุไว้ การจัดกิจกรรมในครั้งหน้าจึงควรกำหนดจำนวนนักเรียนที่จะเข้าร่วมในแต่ละครั้งให้มีจำนวนเฉลี่ยเท่ากับจำนวนกิจกรรม

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

บทสังเคราะห์โครงการบริการวิชาการ ประจำปีงบประมาณ 2561

(โปรดสังเคราะห์โครงการบริการวิชาการประมาณ 1 – 2 หน้า)

การจัดโครงการ “เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค” ในครั้งนี้ สืบเนื่องมาจากความต้องการที่จะส่งเสริมนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมให้เยาวชนไทยสามารถคิด วิเคราะห์เป็น อันจะนำมาซึ่งความสามารถ และทักษะในการประเมินสถานการณ์ของเด็กไทย โดยเฉพาะในบริบทของการวิเคราะห์ผู้บริโภค ซึ่งจะนำมาสู่ การสร้างสรรค์นวัตกรรมทั้งในด้านสินค้าและบริการ อันจะสร้างคุณค่าให้แก่เศรษฐกิจไทยในอนาคต โดยใน โครงการนี้ได้มีการสนับสนุนให้นักศึกษาที่มีทักษะในการคิด วิเคราะห์ผู้บริโภคเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการ สร้างสรรค์กิจกรรมที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการพัฒนาทักษะคิด วิเคราะห์ผู้บริโภคของเยาวชนไทยด้วย

การจัดกิจกรรมบริการวิชาการครั้งนี้ ดำเนินการบูรณาการกับการเรียนการสอนในรายวิชา IBP2312 Marketing Management ในสัปดาห์ที่ 5 โดยใช้องค์ความรู้ด้านเรื่องการวิเคราะห์ผู้บริโภคในเชิงการตลาด เป็นองค์ความรู้พื้นฐาน แล้วจึงนำมาออกแบบกิจกรรมการฝึกคิด วิเคราะห์ที่เหมาะสมสำหรับนักเรียนชั้น มัธยมศึกษา ซึ่งอาจารย์ให้นักศึกษาเป็นผู้ออกแบบกิจกรรม พร้อมทั้งประเมินผลกิจกรรมที่นักศึกษานำเสนอ นอกจากนี้ ยังมีการดำเนินการบูรณาการกับการวิจัย เรื่อง Young Thai men’s buying behavior and brand perceptions on men’s high street fashion brands โดยอาจารย์ให้นักศึกษาร่วมออกแบบหัวข้อ แบบสอบถาม ผลจากการบูรณาการกับการเรียนการสอนและการวิจัย พบว่า นักศึกษามีความเข้าใจในการ วิเคราะห์ผู้บริโภค และสามารถนำวิธีการวิเคราะห์ไปถ่ายทอดให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้ พร้อมทั้งให้กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นเยาวชนชายไทยตอบแบบสอบถามงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม และทัศนคติต่อการบริโภคสินค้า ด้านแฟรชชั่นอีกด้วย

เมื่อดำเนินการออกแบบกิจกรรมเสร็จสิ้นแล้ว คณะผู้จัดทำนำกิจกรรมที่ได้ออกแบบไว้ไปประยุกต์ใช้ กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ชั้นปีที่ 4 โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ (แผนก สามัญหญิง) ซึ่งเมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมแล้วสามารถพัฒนาทักษะการคิดและวิเคราะห์ผู้บริโภคระดับขั้น พื้นฐานได้ โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทของการตลาดและในสถานการณ์อื่นๆ ได้

ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมโครงการ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม ร้อยละ 95.09 มีความรู้ความเข้าใจร้อยละ 95.33 และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ร้อยละ 95.23 ซึ่ง จากการสังเกตการณ์ระหว่างการดำเนินกิจกรรมนั้น พบว่า นักเรียนสามารถคิด และวิเคราะห์กิจกรรมได้ ดังนั้น การจัดโครงการครั้งต่อไปควรออกแบบกิจกรรมให้มีระดับความยากที่เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ มีการติดตามผลการดำเนินโครงการผ่านการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้ประสานงาน โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ (แผนกสามัญหญิง) ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนมีความกระตือรือร้นในการเรียน เพิ่มขึ้น และสามารถใช้ความคิดเชิงวิเคราะห์ในห้องเรียนและกิจกรรมนอกเวลาต่างๆ ได้มากขึ้น ดังนั้น ทาง สาขาวิชาฯ จึงจะดำเนินการจัดกิจกรรมบริการวิชาการในด้านการคิดวิเคราะห์ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องในปี การศึกษาหน้า

ภาพกิจกรรม



หลักฐานแนบท้ายรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการบริการวิชาการ

เอกสารอนุมัติโครงการ

แบบฟอร์มเสนอขออนุมัติโครงการบริการวิชาการ
(ประจำปีงบประมาณ 2561)

1. ชื่อโครงการ(ภาษาไทย) : เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค
 2. ชื่อโครงการ (ภาษาอังกฤษ) : Consumer Behavior Analysis
 3. ประเด็นที่สอดคล้องกับ
 - [] การปลูกฝังระเบียบวินัยให้กับนักเรียน/ นักศึกษา
 - [] สิ่งแวดล้อม/ธนาคารขยะ
 - [] ยาเสพติด
 - [] การจัดกิจกรรมลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้
 - [✓] การให้นักศึกษาได้ฝึกคิด/วิเคราะห์
 - [] การปลูกป่า
 - [] อื่นๆ
 4. การบูรณาการโครงการบริการวิชาการนำไปสู่งานวิจัย และการเรียนการสอน (สามารถบูรณาการได้ทั้ง 2 ด้าน)
 - [✓] โครงการบริการวิชาการที่นำไปสู่โครงการวิจัย (ระบุชื่องานวิจัยในงบประมาณเดียวกัน)
Young Thai men's buying behavior and brand perceptions on men's high street fashion brands
 - [✓] โครงการบริการวิชาการที่นำไปสู่การเรียนการสอน (ระบุชื่อรายวิชาในปีการศึกษา 2559-เดือนสิงหาคม 2559 – กรกฎาคม 2560)
IBP1204 Principles of Marketing
IBP2311 Introduction to International Business
IBP2312 Marketing Management
IBB3437 Human Resource Management
 5. ผู้รับผิดชอบโครงการ: ...ออนไลน์ สีมะเสถียรโสภณ... (หัวหน้าโครงการ)
คณะผู้ดำเนินโครงการ ... สังกัด/หน่วยงาน ...
- | | | |
|-----------------------------------|----------------|------------------|
| SUAN SUNANDHA RAJABHAT UNIVERSITY | | |
| 1) ดร.ยิ่งศักดิ์ แทวนเพชร | แทวนเพชร | วิทยาลัยนานาชาติ |
| 2) Asst.Prof.Dr. Denis Ushakov | Ushakov | วิทยาลัยนานาชาติ |
| 3) อ.โสเมยา | ปรัชญางค์ปรีชา | วิทยาลัยนานาชาติ |
| 4) อ.ภัทร | วิวัฒน์พัฒนกุล | วิทยาลัยนานาชาติ |
6. ความสอดคล้อง/ตอบสนองของโครงการกับแผนพัฒนาหน่วยงานและการประกันคุณภาพการศึกษา
 - 6.1) ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยประจำปี พ.ศ. 2561
ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างผลงานวิชาการ ตีพิมพ์ เผยแพร่ และสิทธิทางปัญญา

6.2) การประกันคุณภาพภายในระดับมหาวิทยาลัยประจำปีการศึกษา พ.ศ. 2560

องค์ประกอบที่ 3 การบริการวิชาการ ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 การบริการวิชาการแก่สังคม

6.3) โครงการนี้จัดอยู่ในประเภท

ไม่คิดค่าบริการ

6.4) องค์ความรู้ที่เกิดจากโครงการบริการวิชาการ

องค์ความรู้ที่เป็นรูปธรรม

ระบุ เอกสารประกอบการสอนในด้านการวิเคราะห์ผู้บริโภค

องค์ความรู้ที่เป็นนามธรรม

ระบุ ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถวิเคราะห์ผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม

6.5) มีการสำรวจความต้องการของชุมชน หรือภาครัฐ หรือภาคเอกชน หรือหน่วยงานวิชาชีพ

(แนบหลักฐานการสำรวจความต้องการของชุมชน เช่น แบบสำรวจ หนังสือขอความอนุเคราะห์ เป็นต้น)

6.6) มีความร่วมมือด้านบริการวิชาการเพื่อการเรียนรู้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนหรือภาครัฐหรือ

ภาคเอกชน หรือหน่วยงานวิชาชีพ

(แนบหลักฐานความร่วมมือด้านบริการวิชาการของชุมชน เช่น MOU หนังสือตอบรับ หนังสือเชิญ เป็นต้น)

7. หลักการและเหตุผล

สืบเนื่องจากการที่มหาวิทยาลัยมีนโยบายส่งเสริมการให้บริการวิชาการที่สอดคล้องกับความต้องการและเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ซึ่งตามนโยบายรัฐมนตรีข้อ 5 ที่ส่งเสริมให้เด็กไทย คิด วิเคราะห์เป็นนั้น ทำให้ทางสาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ วิทยาลัยนานาชาติ เล็งเห็นถึงความต้องการในการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ของนักเรียน นักศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจถึงความคิดและการตัดสินใจของผู้บริโภค อีกทั้งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการประกอบอาชีพในอนาคตได้

ดังนั้น สาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ วิทยาลัยนานาชาติ จึงต้องการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ผ่านการจัด Workshop ซึ่งจะช่วยให้นักเรียน นักศึกษาสามารถคิดและวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อก้าวให้ทันความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์ผู้บริโภคและข้อมูลในเชิงธุรกิจ อันจะเป็นการสร้างและบ่มเพาะนักศึกษาให้สามารถเป็นเจ้าของกิจการได้ในอนาคต

8. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อพัฒนาทักษะการคิดและวิเคราะห์ผู้บริโภคให้แก่นักเรียน นักศึกษา
- 2) เพื่อฝึกฝนการวิเคราะห์การตลาดที่เหมาะสมต่อกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

9. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- เชิงปริมาณ จำนวนผู้เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 ของกลุ่มเป้าหมาย
- เชิงคุณภาพ ร้อยละของระดับความพึงพอใจและความรู้ความเข้าใจของผู้เข้ารับการอบรม
- เชิงเวลา โครงการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด

หมายเหตุ

(แสดงข้อมูลหรืออธิบายถึงผลผลิตขั้นสุดท้าย (output) ที่ได้รับการดำเนินการตามโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของโครงการ ซึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์ (outcome) ได้ โดยเขียนให้ชัดเจนว่า ถ้าโครงการประสบความสำเร็จนั้น เป้าหมายคืออะไร ใช้อะไรชี้วัด เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด, ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 (ในกรณีที่มีแบบสอบถาม,แบบสำรวจ) เป็นต้น โดยอาจแยกตัวชี้วัดความสำเร็จออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. ผลผลิตขั้นสุดท้าย (output) 2. ผลลัพธ์ (outcome))

10. กลุ่มเป้าหมาย/ผู้เข้าร่วมโครงการ

10.1 ครู/อาจารย์/นักวิชาการ/นิสิตนักศึกษาจำนวนรวม ...55.... คน

- 1) ครู/อาจารย์/นักวิชาการ จำนวน.....5.....คน
- 2) บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย จำนวน.....คน
- 3) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน.....50.....คน

10.2 ชาวบ้าน/ชุมชน/สังคม จำนวนรวม5..... คน

- 1) ชาวบ้าน/ชุมชน/สังคม จำนวน.....คน
- 2) ศิษย์เก่า จำนวน.....5.....คน

11. การประเมินผลโครงการ

การประเมินแต่ละโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	
	ครู/อาจารย์/นักวิชาการ/นิสิต/นักเรียน	ชาวบ้าน/ชุมชน/สังคม
1) ความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95
2) ความพึงพอใจ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95
3) การนำความรู้ไปใช้ของกลุ่มเป้าหมาย	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95

ระบุประเด็นในการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับวิธีดำเนินการ และครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่ต้องการทราบผล และขอให้ระบุเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผล เพื่อวัดผลสำเร็จของวัตถุประสงค์การจัดประชุม อบรม เช่น แบบทดสอบความรู้, แบบสังเกตการณ์จากทีมงาน, แบบประเมินผล/ข้อเสนอแนะของวิทยากร ฯลฯ

12. ระยะเวลาดำเนินโครงการ (ระบุวันเริ่มต้น และวันสิ้นสุดโครงการ)

12.1 ไตรมาส 1

- [] เดือนตุลาคม 2559
 [] เดือนพฤศจิกายน 2559
 [] เดือนธันวาคม 2559

12.2 ไตรมาส 2

- [] เดือนมกราคม 2560
 [✓] เดือนกุมภาพันธ์ 2560
 [] เดือนมีนาคม 2560

****หมายเหตุ**** ทุกกิจกรรมของโครงการบริการวิชาการต้องเสร็จสิ้นภายในไตรมาสที่กำหนด (ข้อเสนอโครงการบริการวิชาการ, การยืมเงินตรงจ่าย, การจัดกิจกรรมบริการวิชาการ, การคืนเงินยืมตรงจ่าย, ส่งเล่มร่างรายงานผลการดำเนินโครงการบริการวิชาการ, ส่งเล่มสมบูรณ์รายงานผลการดำเนินโครงการบริการวิชาการ)

13. แผนการดำเนินโครงการ

ที่	ขั้นตอน/กิจกรรม	ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561					
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
1	ประชุมผู้รับผิดชอบและมอบหมายหน้าที่		→				
2	ประชาสัมพันธ์โครงการ - จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ - ติดต่อวิทยากร			→			
3	ดำเนินโครงการ - เตรียมเอกสารประกอบการฝึกอบรม - จัดเตรียมสถานที่สำหรับฝึกอบรม - ดำเนินการจัดฝึกอบรม					→	
4	จัดทำสรุปผลการดำเนินงาน - จัดทำสรุปผลโครงการ - ติดตามการนำไปประยุกต์ใช้						→

14. พื้นที่ดำเนินโครงการ

จังหวัดนครปฐม

15. งบประมาณที่ได้รับจัดสรร30,000..... บาท

1. หมวดค่าตอบแทน1,000..... บาท
2. หมวดค่าใช้จ่าย27,600..... บาท
3. หมวดค่าวัสดุ1,400..... บาท

16. แยกแยะรายละเอียดงบประมาณ (แยกตัวคูณ)

ลำดับ	รายการงบประมาณ	กลุ่มเป้าหมาย		ระยะเวลา		งบประมาณ		จำนวนครั้ง		รวมทั้งสิ้น (บาท)
		จำนวน	หน่วยนับ	จำนวน	หน่วยนับ	เงิน	บาท	จำนวน	ครั้ง	
1	รายการงบประมาณ : ค่าตอบแทน									
	ค่าจ้างนักศึกษาคูหาช่วยงาน	5	คน	1	วัน	200	บาท	7	ชม.	1,000
2	รายการงบประมาณ : ค่าใช้สอย									
	ค่าอาหารกลางวัน	60	คน	1	วัน	250	บาท	1	มื้อ	15,000
	ค่าอาหารว่าง	60	คน	1	วัน	35	บาท	2	มื้อ	4,200
	ค่าป้ายเวที	1				4,000	บาท			1,000
	ค่าถ่ายเอกสาร					0.50	บาท	4,800	แผ่น	2,400
	ค่าจ้างขนส่งคนโดยสารพร้อมสัมภาระ					5,000	บาท	1	คัน	5,000
3	รายการงบประมาณ : ค่าวัสดุ									
	วัสดุ อุปกรณ์ประกอบเครื่องดนตรี									1,400

*หมายเหตุ : ขอตัวเลขรายการ

17. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ผู้เข้าอบรมมีทักษะทางการคิดและสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้
- 2) ผู้เข้าอบรมสามารถคิดและวิเคราะห์การตลาดที่เหมาะสมต่อกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันได้

18. การขึ้นนำสังคม

ไม่มีการขึ้นนำสังคม

19. การติดตามผล (ต้องระบุดังนี้)

- 1) ระบุปัญหา/อุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในโครงการบริการวิชาการ

- 2) ผู้ประสานงานโครงการบริการวิชาการ

ชื่อ-นามสกุล นางสาวนลิน สิมะเสถียรโสภณ
เบอร์ติดต่อ 082-7842162 อีเมล nalin.si@ssru.ac.th

- 3) ต้องมีการวัดผลสำเร็จของโครงการบริการวิชาการโดยใช้แบบฟอร์มการประเมินผลของสถาบันวิจัยและพัฒนา

- 4) ผู้ประสานงานในพื้นที่บริการวิชาการ

ชื่อ-นามสกุล นางสาวพัสดราภรณ์ เหมเกียรติจิรกุล (ผู้รับรองการนำไปใช้ประโยชน์)
เบอร์ติดต่อ 083-0179265 อีเมล.....

20. สาเหตุหรือปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินโครงการ

สาเหตุหรือปัจจัยความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข/ป้องกันความเสี่ยง
ผู้ประสานงานอาจติดภารกิจเร่งด่วนในวันจัดการบริการวิชาการ	ติดต่อประสานงานกับตัวแทนผู้ประสานงานล่วงหน้า

ลงชื่อ.....*Nat*.....ผู้เสนอโครงการ

(นางสาวนลิน สิมะเสถียรโสภณ)

ตำแหน่ง.....อาจารย์.....

7 / 0-6 / 2560

SUAN SUNANDHA RAJABHAT UNIVERSITY

อนุมัติ
ความคิดเห็นผู้บังคับบัญชา.....

ลงชื่อ.....*Dr. Dr.*.....ผู้อำนวยการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวรีย์ ยอดฉิม)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

(สำหรับกำหนดการของโครงการให้จัดทำแนบท้ายโครงการฯ เพื่อประกอบการเสนอขออนุมัติโครงการ)

www.ssru.ac.th

FM-AB-03:REV:00

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินโครงการบริการวิชาการ



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ที่ ๓๖๓๑ /๒๕๖๑

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการบริการวิชาการแก่สังคม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑

เพื่อให้การบริหารงานตามแผนบริการวิชาการแก่สังคม ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ ๒ สร้างผลงานวิชาการ สีสิมพ์ เมฆแพร์ และสิทธิทางปัญญา ในการเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางวิชาการบนพื้นฐานของความรู้ทางวิชาการและเป็นพี่เลี้ยงของสังคมได้นั้นเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๗ และมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พ.ศ.๒๕๕๗ ตามแผนยุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนาของมหาวิทยาลัยปีพ.ศ.๒๕๕๗ ถึง ๒๕๖๔ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑ ดังต่อไปนี้

๑. คณะกรรมการอำนวยการ

๑. อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	ประธานกรรมการ
๒. รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา	รองประธาน
๓. รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ	กรรมการ
๔. รองอธิการบดีฝ่ายนโยบายแผนงานและประกันคุณภาพ	กรรมการ
๕. รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา	กรรมการ
๖. รองอธิการบดีฝ่ายกิจการรวมภาพวิทยาลัย	กรรมการ
๗. รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร	กรรมการ
๘. คณบดีคณะครุศาสตร์	กรรมการ
๙. คณบดีคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	กรรมการ
๑๐. คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	กรรมการ
๑๑. คณบดีคณะวิทยาการจัดการ	กรรมการ
๑๒. คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	กรรมการ
๑๓. คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์	กรรมการ
๑๔. คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย	กรรมการ
๑๕. คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ	กรรมการ
๑๖. คณบดีวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน	กรรมการ
๑๗. คณบดีวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ	กรรมการ
๑๘. คณบดีวิทยาลัยสหเวชศาสตร์	กรรมการ
๑๙. คณบดีวิทยาลัยภาพยนตร์ การแสดง และสื่อใหม่	กรรมการ
๒๐. คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ	กรรมการ

๒๑. คณะบดีวิทยาลัยสหกรณ์การเกษตรศาสตร์	กรรมการ	
๒๒. ผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิต	กรรมการ	
๒๓. ผู้อำนวยการสถาบันส่งเสริมและสร้างสรรค์การ เรียนรู้ตลอดชีวิต	กรรมการ	
๒๔. ผู้อำนวยการสำนักงานอภีกรบคี	กรรมการ	
๒๕. ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ	กรรมการ	
๒๖. ผู้อำนวยการสำนักวิชาการศึกษาทั่วไป และนวัตกรรมการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์	กรรมการ	
๒๗. ผู้อำนวยการสำนักศิลปะและวัฒนธรรม	กรรมการ	
๒๘. ผู้อำนวยการสำนักงานอภีกรบคี	กรรมการ	
๒๙. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา	กรรมการและเลขานุการ	
๓๑. รองผู้อำนวยการฝ่ายบริการวิชาการ	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ	
๓๓. รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและเผยแพร่	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ	
๓๒. รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ	
๓๓. นางสาวพรทิพย์	เรืองปราชญ์	ผู้ช่วยเลขานุการ
๓๔. นางสาวธัญญา	ศานติธรรมกุล	ผู้ช่วยเลขานุการ
๓๕. นางสาวเจนจิรา	ชินวงษ์	ผู้ช่วยเลขานุการ

โดยมีหน้าที่ดังนี้

๑. กำหนดนโยบายการบริหาร แผนกลยุทธ์การดำเนินงานบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย
๒. ส่งเสริมและสนับสนุนงานบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคมตามความเหมาะสม
๓. ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณประจำปี

๒. คณะกรรมการดำเนินโครงการบริการวิชาการ

๑	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา	ประธานกรรมการ
๒	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา	รองประธานกรรมการ
๓	รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร	กรรมการ
๔	รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและเผยแพร่	กรรมการ
๕	ศาสตราจารย์เกียรติ บัญเจือ	กรรมการ
๖	ศาสตราจารย์เสฐียรพงษ์ วรรณปก	กรรมการ
๗	ศาสตราจารย์ นพ.สรโรจ แสงวิเชียร	กรรมการ
๘	รองศาสตราจารย์ ดร. วิจิต สุวรรณโนภาส	กรรมการ
๙	รองศาสตราจารย์ ดร. ประศักดิ์ อิตาพุม	กรรมการ
๑๐	รองศาสตราจารย์ ดร. ศิววิทย์ กุลโรจนภัทร	กรรมการ
๑๑	รองศาสตราจารย์ พิเศษ ขุนเพชรพันธุ์	กรรมการ

๓๕๖	อาจารย์ภาวิณี ไชระเวช	กรรมการ
๓๕๖๓	อาจารย์ณัฐสินี สีนะเสถียรโสภาณ	กรรมการ
๓๕๖๔	อาจารย์ศุภรวิณี อิศวพรชนกพันธ์	กรรมการ
๓๕๖๕	อาจารย์จรลพร บิลสาทัก	กรรมการ
๓๕๖๖	อาจารย์ปวีตาวรรณ เกษเมธีการุณ	กรรมการ
๓๕๖๗	อาจารย์มีทยา พิชณี	กรรมการ
๓๕๖๘	อาจารย์ศรินย์ จีระพงษ์สุวรรณ	กรรมการ
๓๕๖๙	อาจารย์บุญฤดี อุดมผล	กรรมการ
๓๖๐๐	อาจารย์สุวิมล จันทร์สว่าง	กรรมการ
๓๖๐๑	อาจารย์ธนขวัญ บุษบิน	กรรมการ
๓๖๐๒	อาจารย์ภคพร เพ็ญรวบ	กรรมการ
๓๖๐๓	อาจารย์เนตรนภา เหลืองสอาด	กรรมการ
๓๖๐๔	อาจารย์พรเกียรติ ภักดีวงศ์เทพ	กรรมการ
๓๖๐๕	อาจารย์สุนิษฐา กรุดทอง	กรรมการ
๓๖๐๖	อาจารย์สหภาพ กลิ่นสำเียง	กรรมการ
๓๖๐๗	อาจารย์กฤษา ศรีพระจันทร์	กรรมการ
๓๖๐๘	อาจารย์โลกาพรรณ เวชากุล	กรรมการ
๓๖๐๙	อาจารย์วิภาวรรณ ปิ่นจันทร์	กรรมการ
๓๖๑๐	อาจารย์มารดาวรัตน์ สุขสง่า	กรรมการ
๓๖๑๑	อาจารย์วิไลลักษณ์ มีประชา	กรรมการ
๓๖๑๒	อาจารย์ภาณุพงศ์ จันทน์มสัน	กรรมการ
๓๖๑๓	อาจารย์นารมีบุญ แสงจันทร์	กรรมการ
๓๖๑๔	อาจารย์ชเนศ วรรณะ	กรรมการ
๓๖๑๕	อาจารย์ ไกรวิทย์ สีนตุคำมูล	กรรมการ
๓๖๑๖	อาจารย์ วรเทพ จันทพันธ์	กรรมการ
๓๖๑๗	อาจารย์ศิริรัตน์ พักปากน้ำ	กรรมการ
๓๖๑๘	อาจารย์ลลิตพิศ แสงฉาย	กรรมการ
๓๖๑๙	อาจารย์ดวงใจ สัมศักดิ์ศรี	กรรมการ
๓๖๒๐	อาจารย์อิทธิพล มีนถ	กรรมการ
๓๖๒๑	อาจารย์ศลาสิลา เนียมเมณี	กรรมการ
๓๖๒๒	อาจารย์ภรณ์มณีกล เป็นท์	กรรมการ
๓๖๒๓	อาจารย์ธีระ อินทรวีระ	กรรมการ
๓๖๒๔	อาจารย์ขวัญฤทัย แสงพูน	กรรมการ
๓๖๒๕	อาจารย์วิษระ สัจไชยล	กรรมการ

๔๕๔	รองผู้อำนวยการฝ่ายบริการวิชาการ	กรรมการเลขานุการ
๔๕๕	นางสาวพรทิพย์ เวียงปราชัญญ์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๔๕๖	นางสาวชนัญญา ศานติธรรมกุล	ผู้ช่วยเลขานุการ
๔๕๗	นางสาวเจนจิรา ชินวงษ์	ผู้ช่วยเลขานุการ

โดยมีหน้าที่ดังนี้

๑. จัดทำแผนและแนวทางการดำเนินงานบริการวิชาการแก่สังคมตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพภายใน และภายนอก
๒. กลับกรองและพิจารณาจัดสรรงบประมาณอุดหนุนแผนงานบริการวิชาการแก่สังคม
๓. ส่งเสริม สนับสนุน และบูรณาการงานบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคมกับการเรียนการสอน และการวิจัย
๔. เผยแพร่ความรู้ที่ได้จากการบริการวิชาการและถ่ายทอดความรู้สู่สาธารณะชน
๕. กำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน เสนอต่อคณะกรรมการอำนวยการโครงการบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม
๖. ภาระอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

๓. คณะกรรมการบริหารงานบริการวิชาการ

๑. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา		ประธานกรรมการ
๒. รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร		รองประธานกรรมการ
๓. รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและเผยแพร่		รองประธานกรรมการ
๔. นางสาวชนัญญา	พลีนแก้ว	
๕. นางสาวชุติมา	ธีรสุพรรณ	กรรมการ
๖. นางสาวณัฐชา	วิมลประภา	กรรมการ
๗. นางสาวรราภรณ์	ศรีบัวแก้ว	กรรมการ
๘. นางสาวชไมพร	ยะปวง	กรรมการ
๙. นางสาวอศิตยา	บัวศรี	กรรมการ
๑๐. นางสาวโชติธรา	พลไชยมาศย์	กรรมการ
๑๑. นางสาวสรพรสุดา	ทริพย์เจริญ	กรรมการ
๑๒. นายอนุพันธ์	สุทธิมาร	กรรมการ
๑๓. นายฉัตรไชย	ศิษฐ์เจริญ	กรรมการ
๑๔. นายวุฒิกร	มะดีคง	กรรมการ
๑๕. นายวินิจิตร	น้อยจิตร	กรรมการ
๑๖. รองผู้อำนวยการฝ่ายบริการวิชาการ		กรรมการและเลขานุการ
๑๗. นางสาวพรทิพย์	เวียงปราชัญญ์	ผู้ช่วยเลขานุการ
๑๘. นางสาวชนัญญา	ศานติธรรมกุล	ผู้ช่วยเลขานุการ
๑๙. นางสาวเจนจิรา	ชินวงษ์	ผู้ช่วยเลขานุการ

หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ ศธ ๐๕๖๗.๓๑ / ๕๕

วิทยาลัยนานาชาติ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม
๑๑๑/๕ หมู่ ๒ ตำบลคลองโยง
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ๗๓๑๗๐

๑๕ มกราคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์จัดนักเรียนเข้าร่วมโครงการบริการวิชาการ

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงการบริการวิชาการ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้จัดโครงการบริการวิชาการ “เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค” ให้กับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ของนักเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์ผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจถึงความคิดและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการประกอบอาชีพในอนาคตได้

ดังนั้น ทางวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จึงขอความอนุเคราะห์ทางโรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง ในการร่วมจัดโครงการบริการวิชาการ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ โดยขอความอนุเคราะห์จัดนักเรียนระดับมัธยมศึกษาเข้าร่วมโครงการดังกล่าว ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. ๒๕๖๑ หรือในช่วงเวลาที่ทางโรงเรียนเห็นว่าเหมาะสม ทั้งนี้ ทางวิทยาลัยนานาชาติ ได้แนบรายละเอียดโครงการดังเอกสารแนบมาพร้อมนี้ หรือหากท่านมีความประสงค์สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อโดยตรงได้ที่ อาจารย์โสมมา ปรัชญาณ์ปรีชา เบอร์โทรศัพท์ ๐๘๓ ๒๘๙ ๙๙๔๐ หรือทางอีเมล sommaya.pr@ssru.ac.th

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

กรองทอง ไครรี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กรองทอง ไครรี)

คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วิทยาลัยนานาชาติ

โทร. ๐๓๔ ๙๖๔ ๙๔๖

โทรสาร. ๐๓๔ ๙๖๔ ๙๔๕

เอกสารความร่วมมือเพื่อการวิจัยและบริการวิชาการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561

เอกสารความร่วมมือเพื่อการวิจัยและบริการวิชาการ

ระหว่าง

อาจารย์ นลิน ศิระเศษฐ์โสภณ..... มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
กับ โรงเรียนจอนประไพอุปถัมภ์..... จังหวัด นครปฐม

หนังสือความร่วมมือทางวิชาการฉบับนี้ทำขึ้น โดยมี อาจารย์ นลิน ศิระเศษฐ์โสภณ สังกัด.....
(คณะ/วิทยาลัย) คณะวศ...... มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ตั้งอยู่เลขที่ ๑ ถนนอุทงนอก แขวงวชิระ เขตดุสิต
กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๐๐ ฝ่ายหนึ่ง

กับ โรงเรียนจอนประไพอุปถัมภ์ โดย นางสาวสุรดา สัมพันธ์ ตำแหน่ง
ครูแนะแนว..... ตั้งอยู่

เลขที่ ๒ หมู่ ๖ ถนนเพชรเกษม ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จ.นครปฐม ๗๓๑๑๐

โดยอาจารย์ นลิน ศิระเศษฐ์โสภณ..... และ โรงเรียนจอนประไพอุปถัมภ์..... ได้ตกลงที่
จะแสดงเจตนาความร่วมมือกันเพื่อดำเนินการวิจัย บริการวิชาการ และถ่ายทอดนวัตกรรมเทคโนโลยีสู่ชุมชนให้เกิดผล
สัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีวัตถุประสงค์และรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้คณาจารย์ บุคลากร หน่วยงานมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยกระบวนการวิจัย บริการวิชาการนำไปบูรณาการการเรียนการสอน พัฒนาท้องถิ่น ถ่ายทอดเทคโนโลยี และสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ท้องถิ่น และสร้างความเข้มแข็งของชุมชน
๒. เพื่อให้ชุมชน/หน่วยงานได้รับประโยชน์สอดคล้องกับความต้องการ

ชื่อโครงการ : เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะเวลา

ตั้งแต่ ตุลาคม ๒๕๖๐ - กันยายน ๒๕๖๑

วันที่ดำเนินการจัดกิจกรรมโครงการบริการวิชาการ

๒ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๑

หน้าที่ของผู้ดำเนินโครงการ

๑. ดำเนินกิจกรรมการวิจัยและบริการวิชาการใน โรงเรียนจอนประไพอุปถัมภ์..... อย่างมีคุณภาพและตรงตามความต้องการของท้องถิ่น
๒. ประเมินผลการวิจัยและบริการวิชาการให้มีประสิทธิภาพเพื่อประโยชน์แก่ชุมชนและท้องถิ่น

หน้าที่ของ โรงเรียนจอนประไพอุปถัมภ์.....

๑. สนับสนุน บุคลากร เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการวิชาการ เพื่อให้งานในบรรลุเป้าหมายในการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในท้องถิ่น
๒. สนับสนุนความร่วมมือทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสู่การนำไปใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

ข้อตกลงนี้ทำขึ้น ๒ ฉบับ มีข้อความตรงกัน ผู้ดำเนินโครงการบริการวิชาการ เก็บไว้ ๑ ฉบับ และ โรงเรียนจอนประไพอุปถัมภ์..... เก็บไว้ ๑ ฉบับ

ลงนาม นลิน ศิระเศษฐ์โสภณ
(นางสาว นลิน ศิระเศษฐ์โสภณ)
สังกัด วิทยาลัยวศ.

ลงนาม สุรดา สัมพันธ์
(นางสาว สุรดา สัมพันธ์)
หน่วยงาน/ชุมชน โรงเรียนจอนประไพอุปถัมภ์

หนังสือราชการ และอื่นๆ



คำสั่งวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ที่ ๑๒๗/๒๕๖๓

เรื่อง อนุญาตให้พนักงานมหาวิทยาลัย และนักศึกษาเดินทางไปราชการ (วันที่ ๒ เมษายน ๒๕๖๓)

ตามที่วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้จัดโครงการบริการวิชาการ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ เรื่อง เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลโลก ให้กับนักศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ ในวันจันทร์ที่ ๒ เมษายน ๒๕๖๓ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. ณ โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ แคนทอนามิอุทหญิง จังหวัดนครปฐม นั้น

อาศัยอำนาจตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ ๑๗๔/๒๕๖๐ ลงวันที่ ๓๐ มกราคม ๒๕๖๐ เรื่อง มอบอำนาจให้คณบดีวิทยาลัยนานาชาติปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี วิทยาลัยฯ จึงอนุญาตให้พนักงานมหาวิทยาลัยและนักศึกษา จำนวน ๑๓ คน โดยมีรายนาม ดังนี้

๑. อาจารย์ณัฐสิน สีระเสถียรโสภณ
๒. อาจารย์ ดร. ชิงศักดิ์ แหวนเพชร
๓. Asst. Prof. Dr. Denis Ushakov
๔. อาจารย์โสมยา ปรัชญาพงศ์ปรีชา
๕. อาจารย์ภัทร วิวัฒน์พัฒนกุล
๖. นางสาวณัฏฐวรรณ เกื้อชิน นักศึกษา
๗. นายภูมิตินันท์ เสืออนิษฐา นักศึกษา
๘. นายพรเทพ พิมพ์เศษ นักศึกษา
๙. นางสาวกชกร ศิริกุลวัฒนา นักศึกษา
๑๐. นางสาวสิริมา กิ่งวีนภิรมย์สุข นักศึกษา
๑๑. นายณัฐพงษ์ อุดรลิก นักศึกษา

เดินทางไปจัดกิจกรรมบริการวิชาการ ตามวัน เวลา และสถานที่ดังกล่าว โดยถือว่าไปปฏิบัติราชการ

สั่ง ณ วันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๓

(ผศ.ดร.กรองทอง ไสริ)

คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ วิทยาลัยนานาชาติ

30Mar21 10:11:06:22 Mon-PK Server Sign

Signature Code : RQASA-DARMA-AWARD-AMQAZ

ที่ ศธ ๐๕๖๗.๓๑ / ๔๕๕



วิทยาลัยนานาชาติ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม
๑๑๑/๕ หมู่ ๒ ตำบลคลองโยง
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ๗๓๑๗๐

๒ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอขอบคุณ

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง

อ้างถึง หนังสือวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ ศธ ๐๕๖๗.๓๑/๔๕ ลงวันที่
๑๕ มกราคม ๒๕๖๑

ตามหนังสือที่อ้างถึง วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้ขอความอนุเคราะห์
มายังโรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง ขออนุญาตให้นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาเข้าร่วมโครงการ
บริการวิชาการ “เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค” โดยมีกำหนดจัดกิจกรรม ในวันจันทร์ที่ ๒ เมษายน ๒๕๖๑
เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. ณ โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

ในการนี้ การจัดกิจกรรมดังกล่าวได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ทุกประการ
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และ
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีในโอกาสต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กรองทอง ไครีรี)

คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วิทยาลัยนานาชาติ

โทร. ๐๓๔ ๙๖๔ ๙๔๖

โทรสาร. ๐๓๔ ๙๖๔ ๙๔๕

สถาบันวิจัยและพัฒนา

เลขที่รับ	วอว/ว.ด.บ.
วันที่	๒๗ มิ.ย. ๖๖
เวลา	๑๕:๐๖ น.



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ที่ วส. ๒๖๖๗

วันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

เรื่อง ขอย้ายเวลาจัดกิจกรรมบริการวิชาการ "เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค"

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

สืบเนื่องจากทางสาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ วิทยาลัยนานาชาติ ต้องการที่จะพัฒนานักเรียน/นักศึกษาให้ได้ฝึกคิดและวิเคราะห์ผู้บริโภค เพื่อเป็นพื้นฐานทางการดำเนินงานทางธุรกิจให้แก่ นักศึกษา ซึ่งทางสาขาวิชา ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดบริการวิชาการ "เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค" ใน ไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2561 โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์นั้น

เนื่องจากช่วงเวลาในการดำเนินการดังกล่าวคือเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงเวลา ที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาเตรียมตัวสอบปลายภาค และสอบ O-NET ทำให้ทางโรงเรียนฯ ขอเดือนเวลาในการจัด กิจกรรมเป็นเดือนเมษายน ไตรมาสที่ 3 ทั้งนี้ ทางโรงเรียนฯ ได้ดำเนินการระบุวันจัดกิจกรรมเป็นวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2561 ดังนั้น สาขาวิชา จึงใคร่ขอย้ายเวลาในการจัดกิจกรรมเป็นช่วงเวลาดังกล่าวข้างต้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์

(นางสาวนลิน สิมะเสถียรโสภณ)

อาจารย์

28 มิ.ย. 66 ๑๕:๐๖:๑๐ Non-PII Server Sign
Signature Code : RgBGA-QAANA-BBADO-AQwRz

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา (ผ่านคณบดี วิทยาลัย
นานาชาติ)

ตามที่อาจารย์นลิน สิมะเสถียรโสภณ จะดำเนิน
โครงการบริการวิชาการ "เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค" แต่เนื่องจากช่วง
เดือนกุมภาพันธ์ไม่สามารถดำเนินการได้ จึงขอย้ายเวลาในการจัด
กิจกรรม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

Pattrawut S.

(นายภัทรวุธ สีวิสุทธิ์)

ตัวพิมพ์ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

28 ก.ค. 61 10:03:09 Non-PII Server Sign

Signature Code : NQAMA-DUARA-AwAEU-AR08G

จับทราบ เรียนผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
เพื่อพิจารณาอนุมัติ

(ผศ.ดร.กรงทอง ไสรี)

คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ วิทยาลัยนานาชาติ

28 ก.ค. 61 11:47:08 Non-PII Server Sign

Signature Code : QwASA-DUARA-ASAFQ-AC08C

จับทราบ มอบ รองๆ ฝ่ายบริการวิชาการ พิจารณาความเหมาะสม
ของช่วงเวลาในการดำเนินโครงการดังกล่าว

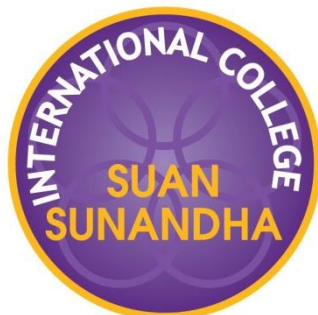
(ผศ.ดร.สุวดี ยอดสม)

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

2 มี.ค. 61 17:40:38 Non-PII Server Sign

Signature Code : MCBGA-DYADg-ASADk-AXg8G

มคอ. 3 และ มคอ. 5 รายวิชา IBP2312 Marketing Management



TQF.3

Bachelor's Degree

Master's Degree

Course Specification

Course Code: IBP2321

Course Title: Marketing Management

Credits: 3(3-0-6)

Program: International Business

International College

Suan Sunandha Rajabhat University

(SSRUIC)

Semester : 1 **Academic Year :** 2017

Section 1 General Information

1. Code and Course Title :

Course Code: IBP2321

Course Title (English): Marketing Management

Course Title (Thai): การจัดการการตลาด

2. Credits : 3(3-0-6)

3. Curriculum and Course Category :

3.1 Curriculum: Bachelor of Business Administration, Program in International Business (International Program), Revised in 2011.

3.2 Course Category:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> General Education | <input checked="" type="checkbox"/> Major Course |
| <input type="checkbox"/> Elective Course | <input type="checkbox"/> Others |

4. Lecturer Responsible for Course and Instructional Course

Lecturer (s) :

4.1 Lecturer Responsible for Course: Ms. Somyaya Prachyangprecha

4.2 Instructional Course Lecturer(s): None

5. Contact/Get in Touch

Room Number 401 Tel. 083-289-9940 E-mail sommaya.pr@ssru.ac.th

6. Semester/ Year of Study

6.1 Semester: 1 Year of Study 2017

6.2 Number of the students enrolled: 1 class (25 per class)

7. Pre-requisite Course (If any)

IBP2311 Introduction to International Business and IBP1204 Principles of Marketing

8. Co-requisite Course (If any)

Course Code: None Course Title: None

9. Learning Location

Building: International College, Nakhonpathom Education Center

10. Last Date for Preparing and Revising this Course:

31st July 2017

Section 2 Aims and Objectives

1. Course Aims

At the end of this course, the student will reach to five domains in the following areas of performance:

1.1 Morals and Ethics

(1) The ability to deliver or to complete a required task at or the appointed time.

(2) The ability to do the right thing according to morals and traditional values, beliefs and principles they claim to hold,

(3) The ability to make business decisions according to moral concepts and judgments.

1.2 Knowledge

(1) The ability to understand business theories and solve case studies.

(2) The ability to analyze and solve real practical problems and issues.

(3) The ability to apply business knowledge integrated with other disciplines.

1.3 Cognitive Skills

(1) The ability to gather and summarize information, and conduct research.

(2) Self-studying and sharing information with others.

(3) The ability to find original solution and their own method.

1.4 Interpersonal Skills and Responsibility

(1) The ability to have two responsibilities; they learn for themselves and help group member to learn.

(2) The ability to use adequate method for interpersonal communication and Discussion.

(3) The ability to create some business ideas and to have leadership skills.

1.5 Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills

(1) The ability to use basic ICT skills and apply them to daily life.

(2) The ability to use statistics data to solve business problems.

(3) The ability to use business statistic methods in market analysis.

2. Objectives for Developing / Revising Course (content / learning process / assessment / etc.)

This course should provide knowledge of market opportunity, customer analysis, market research and forecasting, marketing plans, market segmentation, targeting and positioning by using marketing mix; product, price, place, and promotion. Development of problem-solving and analytical skills useful in everyday decision-making process is also encourage throughout the course.

Section 3 Characteristics and Operation

1. Course Outline

Market opportunity, customer analysis, market research and forecasting, marketing plans, market segmentation, targeting and positioning by using marketing mix; product, price, place, and promotion.

2. Time Length per Semester (Lecture – hours / Practice – hours / Self Study – hours)

Lecture (hours)	Remedial Class (hours)	Practice/ Field Work/ Internship (hours)	Self-Study (hours)
48 hours	-	96 hours	3+ (if any)

3. Time Length per Week for Individual Academic Consulting and Guidance

(The lecturer responsible for course identifies the information, for example, 1 hour / week)

3.1 Self consulting at the lecturer's office: Room No.: 401

Building: International College (Nakhonpathom Education Center/SSRU)

3.2 Consulting via office telephone/mobile phone: 083-2899940

3.3 Consulting via E-Mail: sommaya.pr@ssruic.ac.th

3.4 Consulting via Social Media (Facebook/Twitter/Line) -

3.5 Consulting via Computer Network (Internet/Web board)

Teacher Website: <http://www.teacher.ssruc.ac.th/sommaya>

Section 4 Developing Student's Learning Outcomes

1. Development of Students' Special Characteristics

Special Characteristics	Strategies or Students Activities
Global business personality	Coaching and special training to increase students' understanding and practicing skill of being polite and to adapt a helpful business manner.
Leadership	Students will have opportunity to form a team for many special projects and take turn to be the leader of a team.
Self-study	Students will practice doing self-study, researching and bring information to share in class.

2. Development of Learning Outcomes in Domains of Learning

2.1 Morals and Ethics

2.1.1 Morals and Ethics to be developed

(1) The ability to deliver or to complete a required task at or the appointed time.

(2) The ability to do the right thing according to morals and traditional values, beliefs and principles they claim to hold,

(3) The ability to make business decisions according to moral concepts and judgments.

2.1.2 Teaching Strategies

(1) The team of students reminds other team members to be on time.

(2) Provide an example of integrity in classroom such as no plagiarism.

(3) Provide a case study that explains business ethics.

2.1.3 Evaluation Strategies

(1) Check student attendance every class.

(2) Evaluate from number of students who cheat during the examinations.

(3) Evaluate students' responsibility on their participation in group projects.

2.2 Knowledge

2.2.1 Knowledge to be acquired

(1) The ability to understand business theories and solve case studies.

(2) The ability to analyze and solve real practical problems and issues.

(3) The ability to apply business knowledge integrated with other disciplines.

2.2.2 Teaching Strategies

- (1) Use problem-based learning.
- (2) Use cooperative learning techniques.
- (3) Invite guest speakers who are expert in real business and business

regulation.

2.2.3 Evaluation Strategies

- (1) Pop-quiz, midterm, and final examination,
- (2) A group projects,
- (3) Class presentations.

2.3 Cognitive Skills

2.3.1 Cognitive Skills to be developed

- (1) The ability to gather and summarize information, and conduct research.
- (2) Self-studying and sharing information with others.
- (3) The ability to find original solution and their own method.

2.3.2 Teaching Strategies

- (1) Group and individual research and presentations.
- (2) Participate in real intergroup and interpersonal competitions.
- (3) Problem-based learning.

2.3.3 Evaluation Strategies

- (1) Evaluate individual and group research and studies.
- (2) Evaluate in class activities and personal involvement,
- (3) Class presentations and discussion.

2.4 Interpersonal Skills and Responsibility

2.4.1 Interpersonal Skills and Responsibility to be developed

(1) The ability to have two responsibilities; they learn for themselves and help group member to learn.

(2) The ability to use adequate method for interpersonal communication and Discussion.

(3) The ability to create some business ideas and to have leadership skills.

2.4.2 Teaching Strategies

- (1) Implement student center learning method and problem-based learning.
- (2) Encourage students to work together in small groups.
- (3) Implement business manner practices and social skills.

2.4.3 Evaluation Strategies

- (1) Assess students' participation in teamwork.
- (2) Observe students business manner and social skills.
- (3) Evaluate students' business creativities and innovativeness by keynote speaker involvement or students contest organization.

2.5 Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills

2.5.1 Numerical Analysis, Communication and Information Technology

Skills to be developed

- (1) The ability to use basic ICT skills and apply them to daily life.
- (2) The ability to use statistics data to solve business problems.
- (3) The ability to use business statistic methods in market analysis.

2.5.2 Teaching Strategies

- (1) Use case studies that allow students to implement their knowledge of statistics to solve business problems.
- (2) Encourage students to use statistics and ICT in research and projects conduction.
- (3) Encourage students to actively use ICT and social media in daily life.

2.5.3 Evaluation Strategies

- (1) Evaluate the correct application of statistics to solve problems.
- (2) Evaluate effectiveness of ICT usage in research and presentations.
- (3) Evaluate their ability to use software and application in their work and studies.

3. Curriculum Mapping

Meanings of Learning Outcomes in the Curriculum Mapping

3.1 Morals and Ethics

- (1) The ability to deliver or to complete a required task at or the appointed time.
- (2) The ability to do the right thing according to morals and traditional values, beliefs and principles they claim to hold.
- (3) The ability to make business decisions according to moral concepts and judgments.

3.2 Knowledge

- (1) The ability to understand business theories and solve case studies.
- (2) The ability to analyze and solve real practical problems and issues.
- (3) The ability to apply business knowledge integrated with other disciplines.

3.3 Cognitive Skills

- (1) The ability to gather and summarize information, and conduct research.
- (2) Self-studying and sharing information with others.
- (3) The ability to find original solution and their own method.

3.4 Interpersonal Skills and Responsibility

- (1) The ability to have two responsibilities; they learn for themselves and help group member to learn.
- (2) The ability to use adequate method for interpersonal communication and discussion.
- (3) The ability to create some business ideas and to have leadership skills.

3.5 Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills

- (1) The ability to use basic ICT skills and apply them to daily life.
- (2) The ability to use statistics data to solve business problems.
- (3) The ability to use IT to search for new knowledge and apply numerical analysis in communication with emphasis on practical and real life experiences.

Section 5 Lesson Plan and Assessment

1. Lesson Plan

Week	Topic/Outline	Periods	Learning Activities and Medias	Lecturer(s)
1	Introduction to marketing management	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - Video - Group discussion “what do you know about marketing?” - PowerPoint 	Ms. Sommaya
2	The modern market opportunity	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - Video - Case study “changes in social media” - PowerPoint 	Ms. Sommaya
3	Marketing strategies and plan	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - Group discussion on selected organization - PowerPoint 	Ms. Sommaya

Week	Topic/Outline	Periods	Learning Activities and Medias	Lecturer(s)
4	Marketing research and forecasting	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - Case study “American Airline” - PowerPoint 	Ms. Sommaya
5	Consumer behavior	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - Video - Group discussion - Academic service using case study “young men’s fashion” - PowerPoint 	Ms. Sommaya
6	Market segments and targets	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - PowerPoint 	Ms. Sommaya
7	Market segments and targets	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Midterm exam revision - Direct instruction - PowerPoint - Discussion on project planning 	Ms. Sommaya
8	Midterm examination	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Paper test 	Ms. Sommaya
9	Brand positioning	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - Video - Group discussion - PowerPoint - Project planning presentation 	Ms. Sommaya
10	Product Strategies	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - Group discussion - PowerPoint 	Ms. Sommaya

Week	Topic/Outline	Periods	Learning Activities and Medias	Lecturer(s)
11	Pricing strategies	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - Video - Group discussion - Case study “low-cost airline competition” - PowerPoint 	Ms. Sommaya
12	Integrated marketing communications	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Direct instruction - Group presentation - PowerPoint 	Ms. Sommaya
13	Intergraded marketing communications	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Site Visit 	Ms. Sommaya
14	Integrated marketing channels	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Final exam revision - Direct instruction - Group discussion - PowerPoint 	Ms. Sommaya
15	Group presentation	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Presentation on project planning, implementation, and result evaluation 	Ms. Sommaya
16	Final examination	3 hours	<ul style="list-style-type: none"> - Paper test 	Ms. Sommaya

2. Learning Assessment Plan

	Learning Outcome	Assessment Activities	Time Schedule (Week)	Proportion for Assessment (%)
1	<p>Ethic and Morals</p> <p>(1) The ability to deliver or to complete a required task at or the appointed time.</p> <p>(2) The ability to do the right thing according to morals and traditional values, beliefs and principles they claim to hold.</p> <p>(3) The ability to make business decisions according to moral concepts and judgments.</p>	Assignment and report submission, participation and attendance	Throughout semester	10 %
2	<p>Knowledge</p> <p>(1) The ability to understand business theories and solve case studies.</p> <p>(2) The ability to analyze and solve real practical problems and issues.</p> <p>(3) The ability to apply business knowledge integrated with other disciplines.</p>	Group assignment, case studies, exams	Throughout semester	50 %

	Learning Outcome	Assessment Activities	Time Schedule (Week)	Proportion for Assessment (%)
3	Cognitive Skills (1) The ability to gather and summarize information, and conduct research, (2) Self-studying and sharing information with others, (3) The ability to find original solution and their own method.	Discussions and case studies	Throughout semester	10 %
4	Interpersonal Skills and Responsibilities (1) The ability to have two responsibilities; they learn for themselves and help group member to learn. (2) The ability to use adequate method for interpersonal communication and discussion. (3) The ability to create some business ideas and to have leadership skills.	Group assignment, discussions, and case studies	Throughout semester	10%
5	Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills (1) The ability to use basic ICT skills and apply them to daily life. (2) The ability to use statistics data to solve business problems. (3) The ability to use IT to search for new knowledge and apply numerical analysis in communication with emphasis on practical and real life experiences.	Group assignment and case studies	Week 6, 9, 10, and 15	20 %

Section 6 Learning and Teaching Resources

1. Textbook and Main Documents

Kotler, P. and Keller, K.L. 2016. Marketing Management. 15 ed. Pearson: Boston.

2. Important Documents for Extra Study

Karen, R.A., Theng, L.G., Hartley, S.W., and Rudelius, W., 2015. Marketing in Asia. 3rd ed. McGraw Hill Education: Singapore.

Kotler, P., Armstrong, G., Ang, A. H., Tan, C. T., Yau, O.H. And Leong, S.M. 2017. Principles of Marketing: An Asian perspective. 4 ed. Pearson: Essex

3. Suggestion Information (Printing Materials/Website/CD/Others)

<http://positioningmag.com>

<https://hbr.org/topic/marketing>

Section 7 Course Evaluation and Revising

1. Strategies for Course Evaluation by Students

1.1 Using survey questions to collect information from the students' opinions to improve the course and enhance the curriculum. The topics include:

- (1) Content objectives
- (2) The instructional materials
- (3) Learning methods and assessment
- (4) Advisory method

1.2 Observing students' behavior in classroom.

1.3 Using students' suggestion during classroom.

2. Strategies for Course Evaluation by Lecturer

2.1 Lecturer observes the class and discusses the results as follow:

- (1) The lecturer is well prepared for class sessions.
- (2) The lecturer answers questions carefully and completely.
- (3) The lecturer uses examples to make the materials easy to understand.
- (4) The lecturer stimulated interest in the course.
- (5) The lecturer made the course material interesting.
- (6) The lecturer is knowledgeable about the topics presented in this course.
- (7) The lecturer treats students respectfully.
- (8) The lecturer is fair in dealing with students.

(9) The lecturer makes students feel comfortable about asking question.

(10) Course assignments are interesting and stimulating.

(11) The lecturer's use of technology enhanced learning in the classroom.

2.2 The Dean or head of program construct assessment items to evaluate four dimensions of lecturer's competencies: teaching skills, organization and presentation of materials, management of the learning environment, and teaching attitudes.

3. Teaching Revision

Lecturer revises teaching / learning process based on the results from the students' survey question, observation, suggestion, and classroom research.

4. Feedback for Achievement Standards

The evaluation is conducted by the Administrator Committee in order to assessment process and grading.

5. Methodology and Planning for Course Review and Improvement

5.1 Revise and develop course structure and learning process every year.

5.2 Seek advisory from expertise in order to enhance content and make it up-to-date with the changing environment.

Curriculum Mapping Illustrating the Distribution of Program Standard Learning Outcomes to Course Level

Courses	1. Morals and Ethics			2. Knowledge			3. Cognitive Skills			4. Interpersonal Skills and Responsibility			5. Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills			
Course Category:	● Major Responsibility									○ Minor Responsibility						
Business Major Course	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
Course Code: IIB2312 Course Title: Marketing Management	●	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●	○



TQF.5 Course Report

Course Code : IBP2312

Course Title : Marketing Management

Credits : 3(3-0-6)

Semester /Academic Year : 1/2017

Students : Bachelor of Business Administration Program
in International Business

Lecturer : Ms.Sommaya Prachyangprecha

International College, SuanSunandhaRajabhat University

Course Report

Institution : Suan Sunandha Rajabhat University

Campus/Faculty/Department : International College

Section1: General Information

1. Course Code and Title

IBP2312 Marketing Management

2. Pre-requisite

IBP2311 Introduction to International Business and IBP1204 Principles of Marketing

3. Faculty Member(s) Teaching the Course and Sections

Ms.Sommaya Prachyangprecha

4. Semester and Academic Year

Semester 1, Academic Year 2017

5. Venue

International College, Suan Sunandha Rajabhat University, Nakorn Pathom Educational Campus

Section 2 : Actual Teaching Hours Compared with Teaching Hours Specified in the
Teaching Plan

1. Number of actual teaching hours compared with the teaching plan

Topics	No. of teaching hours in the plan	No. of actual teaching hours	Reason(s) (in case the discrepancy is more than 25%)
Introduction to marketing management	3	3	
The modern market opportunity	3	3	
Marketing strategies and plan	3	3	
Marketing research and forecasting	3	3	
Consumer behavior	3	3	
Market segments and targets	3	3	
Market segments and targets	3	3	
Midterm examination	3	3	
Brand positioning	3	3	
Product Strategies	3	3	
Pricing strategies	3	3	
Integrated marketing communications	3	3	
Intergraded marketing communications	3	3	
Integrated marketing channels	3	3	
Group presentation	3	3	
Final examination	3	3	
Total	48	48	

2. Topics that couldn't be taught as planned

Topics that couldn't be taught (if any)	Significance of the topics that couldn't be taught	Compensation
-	-	-

3. Effectiveness of the teaching methods specified in the Course Specification

Learning Outcomes	Teaching methods specified in the course specification	Effectiveness (Use ✓)		Problems of the teaching method(s) (if any) and suggestions
		Yes	No	
1. Ethic and Moral The ability to deliver or to complete a required task at or the appointed time.	Assigning the assignments and presentations with the submission date.	✓	-	-
2. Knowledge The ability to identify the theories and describe important case studies.	1. Lecture 2. Group Discussion 3. Group Presentation 4. Midterm and Final Examination	✓	-	Some students paid less attention to group discussions. Small presentations of discussions should be assigned to each group discussion.

Learning Outcomes	Teaching methods specified in the course specification	Effectiveness (Use ✓)		Problems of the teaching method(s) (if any) and suggestions
		Yes	No	
<p>3. Cognitive Skills</p> <p>The ability to solve problems from case studies</p>	<p>Show how to integrate the knowledge gained in earlier core courses for the marketing management by:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Answering questions in class. 2. Assignment and presentation 3. Case studies 	✓	-	<p>A case developed from the project research was used in week 5 for students to assess their cognitive skills in analysing consumer behaviour. The students were divided into groups of 5-6 people and asked to cooperate to find the best solution to the problems.</p> <p>After being used in class, the activity was developed to be easier to understand and more time efficient for the academic service on this topic.</p>
<p>4. Interpersonal Skills and Responsibilities</p> <p>The ability to communicate in English</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Group Discussion 2. Group Presentation 	✓	-	<p>Some students avoided to present in front of the class by doing other tasks of the group project. Individual participation in the group presentation should be required.</p>

Learning Outcomes	Teaching methods specified in the course specification	Effectiveness (Use ✓)		Problems of the teaching method(s) (if any) and suggestions
		Yes	No	
5. Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills The ability to use IT to search for new knowledge and apply numerical analysis in communication with emphasis on practical and real life experiences	1. Communication between lecturer and students through e-learning system	✓	-	-

4. Suggestions for Improving Teaching Methods

Suggest strategies to the department to improve teaching methodology based on problems found in Section 2, No. 4.

Section 3 : Course Outcomes

1. Number of registered students : 18 students
2. Number of students at the end of semester : 18 students
3. Number of students who withdrew (W) : -
4. Grade distribution

Grade	No. of students	Percentage
A	0	0
A-	2	11.11
B+	1	5.56
B	6	33.33
B-	1	5.56
C+	4	22.22
C	2	11.11
C-	2	11.11
D	0	0
F	0	0
Incomplete (I)	0	0

5. Factors causing unusual distribution of grades (If any)

6. Discrepancies in the evaluation plan specified in the Course Specification

6.1 Discrepancy in evaluation time frame

Details of Discrepancy	Reasons
-	-

6.2 Discrepancy in evaluation methods

Details of Discrepancy	Reasons
-	-

7. Verification of students' achievements

Verification Method(s)	Verification Result(s)
The observation from class activities, group presentations, and performance in the exams	Satisfied

Section 4 : Problems and Impacts

1. Teaching and learning resources

Teaching Problems: -	Impacts on students' learning : -
Learning Resources Problems: The site visit was brief.	Impacts on students' learning : The students could experience more of the working context of the subject.

2. Administration and organization

Problems from administration -	Impacts on students' learning -
Problems from organization -	Impacts on students' learning -

Section 5 : Course Evaluation

1. Results of course evaluation by students

1.1 Important comments from evaluation by students

Site visits and visiting speaker are important for student learning.

1.2 Faculty members' opinions on the comments in 1.1

Lecturer agrees that students may need more activities such as site visits and visiting speakers to study effectively.

2. Results of course evaluation by other evaluation methods

2.1 Important comments from evaluation by other evaluation methods

From the observation, the students were interested in the subject was increased by visiting real workplaces and having experienced speakers.

2.2 Faculty members' opinions on the comments in 2.1

There is a need to find a guest speaker who is experienced marketing practitioner to provide the knowledge in how to apply the theories in outside-classroom business situation for students.

Section 6 : Improvement Plan

1. Progress of teaching and learning improvement recommended in the previous Course Report

Improvement plan proposed in Semester 1 Academic year 2018 1. Arrangement of site visits and visiting speakers	Results of the plan implementation (In case no action was taken nor completed, reasons must be provided.) 1. Utilization of modern case studies and technology
--	---

2. Other improvements

None

3. Suggestions for improvement for Semester 1 Academic year 2018

Suggestions	Time Frame	Responsible person
Arrangement of site visits and visiting speakers	Within the semester	Responsible lecturer

4. Suggestions of faculty member(s) responsible for the course

None

Responsible Faculty Member/Coordinator: Ms.Sommaya Prachyangprecha

Signature *S. Prachyangprecha*Submission Date 17th Dec 2017

Chairperson/Program Director: Dr.Yingsak Vanpetch

Signature

Receipt Date

เอกสารข้อเสนอโครงการวิจัย ว-1ค

แบบเสนอโครงการวิจัย (research project)

ประเภทการเสนอของงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย)

Click here to enter text.

(ภาษาอังกฤษ)

Young Thai men's buying behavior and brand perceptions on men's high street fashion brands

ส่วน ก : ลักษณะโครงการวิจัย

โครงการวิจัยใหม่

โครงการวิจัยต่อเนื่อง

ระยะเวลา.....ปี.....เดือน ปีนี้เป็นปีที่.....

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 3 : การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

เป้าประสงค์ -ไม่ต้องระบุ-

กลยุทธ์ -ไม่ต้องระบุ-

2. นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ

ยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 3 : ส่งเสริมกลไกและกิจกรรมการนำกระบวนการวิจัย ผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม โดยความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ

กลยุทธ์ 3.5 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและใช้นวัตกรรมการสื่อสาร เพื่อนำกระบวนการวิจัย ผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม

แผนวิจัย -ไม่ต้องระบุ-

3. ยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติรายประเด็น

ยุทธศาสตร์การวิจัยด้านการประยุกต์เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

4. ยุทธศาสตร์ชาติ

การสร้างความสามารถในการแข่งขัน

5. นโยบาย/เป้าหมายของรัฐบาล

ระเบียบวาระแห่งชาติ

ไม่สอดคล้อง

โครงการทำทนายไทย

ไม่สอดคล้อง

นโยบายรัฐบาล

ไม่สอดคล้อง

6. ยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน

การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาหรือสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง

- ไม่มีการตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา และ/หรือ สิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง
- ตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว ไม่มีทรัพย์สินทางปัญญา และ/หรือ สิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง
- ตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว มีทรัพย์สินทางปัญญา และ/หรือ สิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานร่วมลงทุน ร่วมวิจัย รับจ้างวิจัย หรือ Matching fund

ชื่อหน่วยงาน/บริษัท

.....

ที่อยู่

.....

เบอร์โทรศัพท์

.....

ชื่อผู้ประสานงาน

.....

เบอร์โทรศัพท์ผู้ประสานงาน

.....

เบอร์โทรสารผู้ประสานงาน

.....

อีเมลผู้ประสานงาน

.....

การเสนอข้อเสนอหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของงานวิจัยนี้ต่อแหล่งทุนอื่น หรือเป็นการวิจัยต่อยอดจากโครงการวิจัยอื่น มี ไม่มี

หน่วยงาน/สถาบันที่ยื่น

.....

ชื่อโครงการ

.....

ระบุความแตกต่างจากโครงการนี้

.....

สถานะการพิจารณา

- ไม่มีการพิจารณา
- โครงการได้รับอนุมัติแล้ว
สัดส่วนทุนที่ได้รับ..... %
- โครงการอยู่ระหว่างการพิจารณา

มาตรฐานการวิจัย

- มีการใช้สัตว์ทดลอง
- มีการวิจัยในมนุษย์

- มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางชีวภาพ
- มีการใช้ห้องปฏิบัติการเกี่ยวกับสารเคมี

ส่วน ข : องค์ประกอบในการจัดทำโครงการวิจัย

1. ผู้รับผิดชอบ

คำนำหน้า	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งในโครงการ	สัดส่วนการมีส่วนร่วม	เวลาที่ทำวิจัย (ชั่วโมง/สัปดาห์)
นางสาว	โสมยา ปรัชญางค์ปรีชา	หัวหน้าโครงการ	100%	3

2. ประเภทการวิจัย

สาขาการวิจัยหลัก OECD

สาขาการวิจัยย่อย OECD

ด้านการวิจัย

3. สาขาวิชาการ

4. คำสำคัญ (keyword)

คำสำคัญ (TH)

.....
คำสำคัญ (EN)

5. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

During the past years, there has been an increase in the emerging of men's fashion brands in the fashion market. This particular segment augments as a result of the shift in trends and behaviors. Men have become more self-conscious in terms of their appearance This is considered as a new segment of men consumers that are going mainstream with their lifestyle which includes extreme grooming and interest in fashion (Consuer, 2004). Other market sectors including men's grooming have also become significantly more and more popular.

There are several driven factors which had created the eager for a research on "Men" as suppose to women. The first reason being that fashion and apparel have always been dominated by women but that fact has been undermined by the transformation of men behaviour and 50 percent of men now tend to purchase clothes for themselves instead of being bought for by love ones like before (Tuncay, 2011). The permutation of the above statements creates a room for a further study as to the insight perception and attitudes towards men's fashion among young Thai men.

6. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

The aim of this research is to explore clandestine issues regarding men towards men fashion. As there have been changes in men's behavior relating to men's fashion. Thus, the followings are this research's objectives:

- (i) To examine the buying behavior of young men in men high street fashion brands

- (ii) To analyze the brands perception of young men towards men high street fashion brands
- (iii) To investigate the personal preferences and desire towards men fashion products

7. ขอบเขตของโครงการวิจัย

To achieve this study's proposed objectives, an exploratory research accompanied by a second research will be used.

8. ทฤษฎี สมมุติฐาน (ถ้ามี) และกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

-

9. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (information) ที่เกี่ยวข้อง

Shift of attitudes towards men's fashion

Mort (1996) points out that the influx of men fashion magazines, which originated in 1980s could be included as one of the factors contributing to such alteration in men behaviour towards fashion. This has sparked up an interesting gap for a research to be developed into the phenomenon of how men in the 21st century is now viewing fashion and men fashion brands. Edwards also pointed out that style magazines such as GQ and Arena have aimed at fashion oriented and style conscious male readers. Increase in advertising campaign and marketing strategy and narrowed down market segmentation have aided the exposure of the revolution of men's fashion (Edwards, 1997).

Consumer behavior and decision making process

The first stage of the model is problem definition. This is recognition of needs from the consumers or the cause of having to replace or install new item, as the old one is no longer in the usable condition for whatever reason. The second stage is the information searching process. This is where consumers gather relevant information about items that may solve their problem. This is a borderline between information searching and evaluation of alternative, which is the next step of the process. Goods in the market have duplications and competitions; therefore, a thorough evaluation process needs to be carried out to avoid the possibility of making the incorrect decision (Li, 2004). The fourth stage is the purchasing behavior which can be done through variety of means namely in store purchasing or online purchasing. The last step of the procedure is the post-purchase evaluation. This is when consumers evaluate the item after the purchasing process to determine whether the need was fulfilled with full satisfaction and thus could it contribute towards a repeat purchase in the future (Rounti, 2007, p. 5).

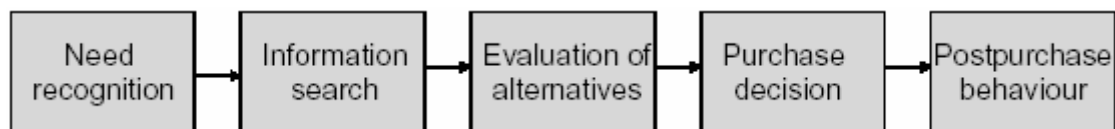


Figure1: Five - Stage Model of the buying process

10. เอกสารอ้างอิงของโครงการวิจัย

- Conseur, A. (2004) "Factor influencing the emerging of metrosexual," *Thesis*, University of Georgia.
- Edwards, T. (1998) *Men in the Mirror: Men's Fashion, Masculinity and Consumer Society*, Cassell, London.
- Li, Y. (2004) "Consumer decision-making styles: a comparative study among Motswana, Chinese and South African students", *Marketing Dissertation*, Faculty of Commerce and Governmental Studies at the Port Elizabeth Technikon.
- Mort, F. (1996) "Cultures of Consumption: Masculinities and Social Space in the Late Twentieth Century Britain," Routledge, London.
- Rounti, S. (2007) "The differentiation on decision making process between young men and women into consumer goods," *Annual Conference*, Graduate Education Technological Institute of Piraeus-Greece Department of Business Administration Marketing Laboratory.
- Tuncay L, (2011) "An exploration of men's brand relationships," *Qualitative Market Research: An International Journal*, 14 (1), pp.83 – 104.

11. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

The expected benefits from the findings are to theoretically contribute to the literature of young men's perception and behaviors towards fashion brands, as well as, to enhance the ability of local firms, marketing managers, and entrepreneurs in their effective marketing strategy design to attract and benefit from the segment.

การนำไปใช้ประโยชน์ในด้าน

- ด้านวิชาการ
- ด้านนโยบาย
- ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์/อุตสาหกรรม
- ด้านสังคมและชุมชน

หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

12. แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

-

13. วิธีการดำเนินการวิจัย

The market share and market situation of the key “high street” fashion brands as well as current trend and men’s behavior towards purchasing fashion goods will be discovered through secondary research process. In addition, qualitative method using in-depth individual interview of 15 young Thai men will be combined to fully comprehend the men’s habits, needs, personal preferences, and brands perceptions towards men’s fashion.

14. ระยะเวลาการวิจัย

ระยะเวลาโครงการ 1 ปี 0 เดือน

วันที่เริ่มต้น 1 ตุลาคม 2560 วันที่สิ้นสุด 30 กันยายน 2561

สถานที่ทำการวิจัย

ในประเทศ/ ต่างประเทศ	ชื่อประเทศ/ จังหวัด	พื้นที่ที่ทำวิจัย	ชื่อสถานที่
ในประเทศ	กรุงเทพมหานคร	ภาคสนาม	

แผนการดำเนินงานวิจัย

ปี	กิจกรรม	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2561	จัดทำโครงการและเสนอของอนุมัติ โครงการวิจัย	X											
2561	ทำสัญญาโครงการวิจัย		X										
2561	วางแผนการวิจัย			X	X								
2561	ดำเนินกิจกรรมตามแผน					X	X	X					
2561	สรุปผลงานวิจัย								X	X	X		
2561	รายงานผลงานวิจัยเป็นรูปเล่ม											X	X

15. ปัจจัยที่เอื้อต่อการวิจัย (อุปกรณ์การวิจัย โครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ) ระบุเฉพาะปัจจัยที่ต้องการเพิ่มเติม)

ประเภท	ชื่อครุภัณฑ์/ สิ่งก่อสร้าง	สถานภาพใน หน่วยงาน	รายละเอียด	เหตุผลและความ จำเป็น	ประมาณการ ราคา
ครุภัณฑ์		มี			
สิ่งก่อสร้าง		ไม่มี			

16. งบประมาณของโครงการวิจัย

ปี	ประเภทงบประมาณ	รายละเอียด	จำนวน (บาท)
2561	งบบุคลากร		6,000
2561	งบดำเนินการ : ค่าตอบแทน		6,000
2561	งบดำเนินการ : ค่าใช้สอย		8,000
2561	งบดำเนินการ : ค่าธรรมเนียมอุดหนุน สถาบัน		
	รวม		20,000
2562	งบดำเนินการ : ค่าสาธารณูปโภค		
2562	งบดำเนินการ : ค่าธรรมเนียมอุดหนุน สถาบัน		
	รวม		
	รวมตลอดโครงการ		20,000

17. ผลสำเร็จ

ปี	ผลสำเร็จที่คาดว่าจะได้รับ	ประเภท
2561	The understanding of the mechanism of young men behavior in fashion buying.	Primary Result
2562		Intermediate Result


18. โครงการวิจัยต่อเนื่อง (คำรับรองจากหัวหน้าโครงการวิจัยว่าโครงการวิจัยได้รับการจัดสรร
งบประมาณจริงในปีงบประมาณที่ผ่านมา)

-

19. คำชี้แจงอื่น ๆ (ถ้ามี)

-

20. ลงลายมือชื่อ หัวหน้าโครงการวิจัย พร้อมวัน เดือน ปี


 ลงชื่อ
 (นางสาวโสมยา ปรัชญางค์ปรีชา)
 หัวหน้าโครงการวิจัย
 วันที่ 13 เดือน ก.ค.. พ.ศ .2560

สรุปรายงานผลการประเมินโครงการฯ พร้อมตัวอย่างแบบประเมิน

สรุปผลจากการทำแบบประเมิน โครงการเทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค ณ โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง อ.สามพราน จ.นครปฐม วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2561

ผลการประเมินโครงการเทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค ณ โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 114 คน และส่งแบบประเมินโครงการทั้งหมด 114 คน มีผลการวิเคราะห์ผลดังตารางต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การประเมินโครงการบริการวิชาการด้านความพึงพอใจ ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม					ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านความพึงพอใจโดยรวม							
1. วิทยากรมีองค์ความรู้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้	97	14	3			4.82	96.49
2. รูปแบบการจัดโครงการ “เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค”	93	10	10	1		4.71	94.21
3. อาหารและเครื่องดื่ม	89	17	7	1		4.70	94.04
4. ความเหมาะสมของระยะเวลาการจัดโครงการ	103	5	4	2		4.83	96.67
5. ความเหมาะสมของสถานที่ในการจัดโครงการ	94	6	14			4.70	94.04
ผลรวมด้านความพึงพอใจทั้งหมด	476	52	38	4		4.75	95.09
ด้านความรู้ ความเข้าใจโดยรวม							
6. มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องเทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค	88	18	8			4.70	94.04
7. มีการรับรู้และเข้าใจถึงความสำคัญขององค์ความรู้จากโครงการ	87	25	2			4.75	94.91
8. มีความเข้าใจสาระสำคัญและรายละเอียดกิจกรรม/โครงการ	94	16	4			4.79	95.79
9. มีการรับรู้และเข้าใจกระบวนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดโครงการ	96	18				4.84	96.84
10. มีการปฏิบัติและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการอย่างครบถ้วน	92	17	4	1		4.75	95.09
ผลรวมด้านความรู้ความเข้าใจทั้งหมด	457	94	18	1		4.77	95.33
ด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์โดยรวม							
11. ท่านสามารถนำความรู้จากการร่วมกิจกรรมไปใช้และสามารถแนะนำผู้อื่นได้	101	7	6			4.83	96.67
12. ท่านสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้จริงและ ต่อเนื่อง	93	21				4.82	96.32
13. ท่านมีแนวทางในการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ที่ได้รับจากการร่วมกิจกรรมในอนาคต	95	12	7			4.77	95.44
14. ท่านสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการร่วมโครงการไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาการเรียนในชั้นเรียนได้	88	19	7			4.71	94.21
15. กิจกรรมนี้ทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายในชุมชน/สังคม	90	11	13			4.68	93.51
ผลรวมด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด	467	70	33			4.76	95.23

ตอนที่ 2 สรุปการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม		ร้อยละ
	ได้	ไม่ได้	
ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากโครงการบริการวิชาการไปใช้ประโยชน์ได้จริง	114	-	100

การสรุปผลแบบประเมินแบบสอบถามโครงการเทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค ณ โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ สามารถสรุปผลการประเมินได้ดังต่อไปนี้

- | | | |
|---|----------------|----------------------|
| 1. ผลรวมการประเมินด้านความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย 4.75 | คิดเป็น ร้อยละ 95.09 |
| 2. ผลรวมการประเมินด้านความรู้ความเข้าใจ | ค่าเฉลี่ย 4.77 | คิดเป็น ร้อยละ 95.33 |
| 3. ผลรวมการประเมินด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ | ค่าเฉลี่ย 4.76 | คิดเป็น ร้อยละ 95.23 |
| 4. การนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง | ร้อยละ 100 | |

(หมายเหตุ** แปลงค่าเฉลี่ยให้เป็นค่าร้อยละ โดยการนำผลรวมค่าเฉลี่ย X 20)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการเข้าร่วมทุกกิจกรรม ดังนั้น จึงควรจัดเวลาและจำนวนกลุ่มให้เหมาะสมกับเวลาที่กำหนด

แบบประเมิน โครงการเทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค

วันที่ 2 เมษายน 2561

ณ โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง อ.สามพราน จ.นครปฐม

คำชี้แจง เพื่อให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพต่อการจัดโครงการบริการวิชาการครั้งต่อไป จึงใคร่ขอให้ทุกท่านประเมินความรู้ ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างระดับคุณภาพที่กำหนดไว้ (1-5 ความรู้ ความเข้าใจ) (6-10 ความพึงพอใจ) (11-15 การนำไปใช้ประโยชน์))

ตอนที่ 1 การประเมินโครงการบริการวิชาการด้านความพึงพอใจ ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความพึงพอใจโดยรวม					
1. วิทยากรมีองค์ความรู้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้					
2. รูปแบบการจัดโครงการ “เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค”					
3. อาหารและเครื่องดื่ม					
4. ความเหมาะสมของระยะเวลาการจัดโครงการ					
5. ความเหมาะสมของสถานที่ในการจัดโครงการ					
ด้านความรู้ ความเข้าใจโดยรวม					
6. มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องเทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค					
7. มีการรับรู้และเข้าใจถึงความสำคัญขององค์ความรู้จากโครงการ					
8. มีความเข้าใจสาระสำคัญและรายละเอียดกิจกรรม/โครงการ					
9. มีการรับรู้และเข้าใจกระบวนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดโครงการ					
10. มีการปฏิบัติและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการอย่างครบถ้วน					
ด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์โดยรวม					
11. ท่านสามารถนำความรู้จากการร่วมกิจกรรมไปใช้และสามารถแนะนำผู้อื่นได้					
12. ท่านสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้จริงและต่อเนื่อง					
13. ท่านมีแนวทางในการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ที่ได้รับจากการร่วมกิจกรรมในอนาคต					
14. ท่านสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการร่วมโครงการไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาการเรียนในชั้นเรียนได้					
15. กิจกรรมนี้ทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายในชุมชน/สังคม					

ตอนที่ 3 สรุปการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง (*หมายเหตุ เป็นข้อมูลสำคัญ โปรดระบุ)

ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากโครงการบริการวิชาการไปใช้ประโยชน์ได้จริง

 ได้

 ไม่ได้

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

แบบฟอร์มการนำองค์ความรู้ในการบริการวิชาการไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม



แบบฟอร์มการนำองค์ความรู้ในการบริการวิชาการไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม
ฝ่ายบริการวิชาการและอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
(สำหรับหน่วยงานหรือกลุ่มบุคคลได้รับบริการวิชาการโดยตรง)

คำชี้แจง ขอความอนุเคราะห์แจ้งผลการนำองค์ความรู้ในการบริการวิชาการไปใช้ประโยชน์ต่อบุคคล ชุมชน
ท้องถิ่น องค์กร และสังคม เพื่อการรวบรวมข้อมูลประกอบการรายงานผลการปฏิบัติงานและการ
พัฒนาในด้านการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยต่อไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้รับผิดชอบโครงการ

1) ประเภทโครงการ

- การปลูกฝังระเบียบวินัยให้กับนักเรียน/ นักศึกษา
 สิ่งแวดล้อม/ธนาคารขยะ
 ยาเสพติด
 การจัดกิจกรรมลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้
 การให้นักศึกษาได้ฝึกคิด/ วิเคราะห์
 การปลูกป่า
 อื่นๆ

2) ชื่อโครงการ เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค

3) ชื่อผู้รับผิดชอบโครงการ อ. นกีน สีเมะเสด็จไพฑูริย์

4) สังกัดคณะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

5) ระยะเวลาการดำเนินงาน วันที่ 1 เดือน เมษายน พ.ศ. 2561

6) สถานที่ โรงเรียนจอนประพองป้อมแก้ว จังหวัด นครปฐม

7) กลุ่มเป้าหมาย นักเรียน และ ครู จำนวน 114 คน

8) ลักษณะโครงการ ใหม่ ต่อเนื่อง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการดำเนินการโครงการบริการวิชาการไปใช้ประโยชน์

1) หน่วยงาน/บุคคลที่นำไปใช้ประโยชน์ โรงเรียนจอนประพองป้อมแก้ว

2) ประโยชน์ที่นำไปใช้จากรูปธรรม

- 1) ประโยชน์ต่อบุคคล เช่น เด็ก เยาวชน ผู้ป่วย ผู้สูงอายุ พ่อค้า แม่ค้า เป็นต้น
 2) ประโยชน์ต่อองค์กร เช่น นักเรียน นักศึกษา เจ้าหน้าที่รัฐ-เอกชน ครู-อาจารย์ พยาบาล
พระสงฆ์ เป็นต้น
 3) ประโยชน์ต่อชุมชน ท้องถิ่น เช่น ประชาชนทั่วไป ผู้นำชุมชน กรรมการชุมชน ภาค
ประชาชนในชุมชน ท้องถิ่น เป็นต้น

3) หลักฐานอ้างอิง เช่น หนังสือขอบคุณ ภาพถ่ายกิจกรรม เป็นต้น
ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อ Nk ผู้รายงาน
(นางสาวกณิณี สัมปะเพ็ญกุล)

ส่วนที่ 3 คำรับรองการใช้ประโยชน์ (สำหรับหน่วยงาน/บุคคล ที่ได้รับประโยชน์)

ชื่อ-นามสกุล (นาย/นาง/นางสาว) สุชาติ สัมทับ ทิม

ตำแหน่ง ครูแนะแนว

หน่วยงาน/ที่อยู่ โรงเรียน หอราชพฤกษ์

ได้รับองค์ความรู้ในการบริการวิชาการไปใช้ให้เกิดประโยชน์จริง

โดยการนำไปใช้ประโยชน์ด้วยวิธีการอย่างไร?

- 1) เป็นการพัฒนาทักษะ ในทางคิด วิเคราะห์
- 2) ได้เทคนิคดี ๆ เกี่ยวกับทศ ดัดจริต ดึงใจ
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____

ลงชื่อ สุชาติ สัมทับ ทิม ผู้รับรองผลการใช้ประโยชน์

(นางสาวกณิณี สัมปะเพ็ญกุล)

ตำแหน่ง ครูทศ. ทศ.

(ประทับตราหน่วยงาน)

หมายเหตุ: 1) ถ้าหากไม่มีตราประทับหน่วยงานให้แนบสำเนาการแต่งตั้งชุมชน หรือสำเนาบัตรประชาชน
ชุมชน หรือสำเนาบัตรของของผู้ใหญ่บ้าน

2) การลงนามผู้รับรอง ให้ผู้ที่ได้รับประโยชน์โดยตรงเป็นผู้ลงนามรับรอง

Problem Solving and Decision Making

Instruction: read all three cases and suggest the solution for each case

Case 1

A crime happened at Freemont Street. The main suspect is a man named Sean Baker. It was said that a man had been walking along the pathway when he was suddenly shot in the stomach. The suspect had brown hair, blue eyes, and wore a baggy suit, just like Sean Baker's.

Sean was asked to tell the story right from the beginning. "Well," said Sean, "I was just hanging around the park when I saw this man walking along the pathway. Suddenly, a guy came up from behind him and shot him! I ran home as fast as I could." The policemen asked him to give a description of the murderer.

Sean said, "He had a red moustache, red hair, and a baggy Armani suit on."

"I think this man is telling a lie," said one of the policemen. How did he know?

Case 2

Poor Mr. Teddy was found dead in his study by Mr. Fiend.

Mr. Fiend recounted his dismal discovery to the police:

"I was walking by Mr. Teddy's house when I thought I would just pop in for a visit. I noticed his study light was on and I decided to peek in from the outside to see if he was in there. I walked through the snow towards the window, and I had to wipe the condensation off the window to see inside. That is when I saw his body. I kicked in the front door to confirm my suspicions of foul play. I called the police immediately afterward."

The officer immediately arrested Mr. Fiend for the murder of Mr. Teddy.

How did he know Mr. Fiend was lying?

Case 3

A man was found murdered Sunday morning. His wife immediately called the police. The police questioned the wife and staff and got these answers:

The wife said she was sleeping. The cook was preparing breakfast. The gardener was gathering vegetables. The maid was getting the mail.

The police instantly arrested the murderer. Who did it and how did they know?

ANSWER

1. They knew Sean was lying because he said saw “the guy run up behind him,” but the victim was shot in the stomach.
2. Condensation forms on the inside of the window in the winter, not on the outside. So Mr. Fiend could not have wiped it off to discover Mr. Teddy’s body.
3. It was the Maid. She said she was getting the mail but there is no mail delivery on Sunday.

Situation Analysis

Activity 1: Communication role play cards

Instruction

- Arrange a group of 4 people
- Within one group, students will be divided into 2 pairs (2/2) in order to play 'Team A' and 'Team B'
- Team A will perform as HR officers
- Team B will perform as Financial officers

Both teams need to negotiate until you have agreed on at least one point. The following card is a task that each team has to pursue.

Team A

Your company is planning to take the whole company away for a weekend in a hotel. **You work for the HR (Human Resources) department**, so for you the most important thing is making the employees happy. You therefore think it is vital to book an expensive hotel with all the best facilities. Negotiate with your partner and agree on every detail of the hotel you are going to look for.

Things you might want to talk about include:

- A luxury hotel with big individual bedrooms
- Being in a picturesque and/ or exotic location where no one has ever been before
- Exciting and unusual things to do in the local area
- Delicious food and drink

Team B

Your company is planning to take the whole company away for a weekend in a hotel. **You work for the Finance department**, so for you the most important thing is keeping the cost down. Negotiate with your partner and agree on every detail of the hotel you are going to look for.

Things you might want to talk about include:

- Being in a location close to your company to cut down on travel costs
- Making employees share hotel rooms
- Choosing a reasonably priced hotel
- Cutting down on the cost of food and drink
- Arranging cheap or free day trips and other activities

Activity 2: Survival on the Moon

Scenario

You are a member of a space crew originally scheduled to rendezvous with a mother ship on the lighted surface of the moon. However, due to mechanical difficulties, your ship was forced to land at a spot some 200 miles from the rendezvous point. During reentry and landing, much of the equipment aboard was damaged and, since survival depends on reaching the mother ship, the most critical items available must be chosen for the 200-mile trip. Below are listed the 15 items left intact and undamaged after landing. Your task is to rank order them in terms of their importance for your crew in allowing them to reach the rendezvous point. Place the number 1 by the most important item, the number 2 by the second most important, and so on through number 15 for the least important.

Items in space ship	Your rank	Group rank
Box of matches		
Food concentrate		
50 feet of nylon rope		
Parachute silk		
Portable heating unit		
Two .45 caliber pistols		
One case of dehydrated milk		
Two 100 lb. tanks of oxygen		
Stellar map		
Self-inflating life raft		
Magnetic compass		
20 liters of water		
Signal flares		
First aid kit, including injection needle		
Solar-powered FM receiver-transmitter		

Source: Humber, (2016). NASA exercise: Survival on the moon. [online] Available at: <https://www.humber.ca> [Accessed 15th Feb 2017]

Answers

Items in space ship	Ranking	NASA's Reasoning
Box of matches	15	Virtually worthless -- there's no oxygen on the moon to sustain combustion
Food concentrate	4	Efficient means of supplying energy requirements
50 feet of nylon rope	6	Useful in scaling cliffs and tying injured together
Parachute silk	8	Protection from the sun's rays
Portable heating unit	13	Not needed unless on the dark side
Two .45 caliber pistols	11	Possible means of self-propulsion
One case of dehydrated milk	12	Bulkier duplication of food concentrate
Two 100 lb. tanks of oxygen	1	Most pressing survival need (weight is not a factor since gravity is one-sixth of the Earth's -- each tank would weigh only about 17 lbs. on the moon)
Stellar map	3	Primary means of navigation -- star patterns appear essentially identical on the moon as on Earth
Self-inflating life raft	9	CO2 bottle in military raft may be used for propulsion
Magnetic compass	14	The magnetic field on the moon is not polarized, so it's worthless for navigation
20 liters of water	2	Needed for replacement of tremendous liquid loss on the light side
Signal flares	10	Use as distress signal when the mother ship is sighted
First aid kit, including injection needle	7	Needles connected to vials of vitamins, medicines, etc. will fit special aperture in NASA space suit
Solar-powered FM receiver-transmitter	5	For communication with mother ship (but FM requires line-of-sight transmission and can only be used over short ranges)

Scoring:

For each item, mark the number of points that your score differs from the NASA ranking, then add up all the points. Disregard plus or minus differences. The lower the total, the better your score.

- 0 - 25 excellent
- 26 - 32 good
- 33 - 45 average
- 46 - 55 fair
- 56 - 70 poor -- suggests use of Earth-bound logic
- 71 - 112 very poor – you're one of the casualties of the space program!

Activity 3: Coding and Decoding

Instruction

Observe alphabets or numbers given in the code keenly, then find the sequence it follows whether it is ascending or descending. Students must detect the rule in which the alphabets/numbers/words follow.

Game #1: Letter Coding

Note: A particular letter stands for another letter in letter coding.

If 'COURSE' is coded as FRXUVH, how RACE is coded?

Answer In the given code, each letter is moved three steps forward than the corresponding letter in the word. So, ...

R is coded as U,

A is coded as D,

C is coded as F,

E is coded as H

Therefore, the answer is **UDFH**

Game #2: Number Coding

Note: A numerical code values are assigned to words.

If in a certain code 'ROPE' is coded as **6821**, CHAIR is coded as **73456**
What will be the code for **CRAPE**?

Answer in the given code, the alphabets are coded as follows.

R	O	P	E	C	H	A	I
6	8	2	1	7	3	4	5

Therefore, **CRAPE** is coded as **76421**

Game #3: Decoding

Note: Artificial or code values are assigned to a word or a group of words and the candidate is required to find out the original words.

If in a certain language 'FLOWER' is written as EKNVDQ, what will be written as GNTRD?

Answer Each letter of the word is one step ahead of the corresponding letter of the code.

E	K	N	V	D	Q	G	N	T	R	D
F	L	O	W	E	R	H	O	U	S	E

Therefore, GNTRD is decoded as HOUSE

Conclusion

A CODE is "a system of signals." Coding is, therefore, a method of transmitting a message between the sender and the receiver which third person cannot understand or comprehend. The coded message can be deciphered or decoded by the receiver as he/she knows the rule/method which was employed in encoding the message. Thus, the CODING-DECODING test is given to judge the candidate's ability to decipher the rule which is applied for coding a particular message and break the code to reveal the message.

Activity 4: Compete and Collaborate Game

Purpose

This exercise is ideal for team building and negotiation where delegates learn to share their resources and also negotiate with each other in a competitive environment. They will learn that cooperation can be much more effective than direct competition or being difficult.

Objective

Complete a specific task using your own group's resources or negotiate to obtain resources from others.

What You Need

1. Scissors
2. Glue
3. Sellotape
4. Magnets
5. White sheets
6. Red sheets
7. Blue sheets
8. Yellow sheets
9. Green sheets

Set-up

- Divide the delegates to 4 groups.
- Distribute the resources as follows:
 - Group 1. Scissors, White sheets,
 - Group 2. Glue, Blue sheets,
 - Group 3. Sellotape, Yellow sheets
 - Group 4. Magnets, Green sheets
- Explain that each group must complete a task. They can use their own resources and can also negotiate to borrow or exchange resources with other groups.
- Print the following task on separate papers and distribute one task to each group at random.

Tasks:

- Make a model of a TV with an antenna. You can use any material as long as the model resembles a TV.
- Make a paper chain. Each chain must have a different colour to its adjacent chain.

- Make a cube. Each side must have a different colour in relation with the sides adjacent to it.
- Make a bridge with two bases one meter apart.
- Allocate 15 minutes for this part.
- Time all groups when they finish their task. Once they declare that they have finished, they can no longer participate on the tasks or share their current resources.
- At the end of the allocated time, stop everyone from working on their task and examine their achievements. The group who has completed the task successfully and was the first to do so wins.
- Follow with a discussion.

Timing

- Explaining the Exercise: 5 minutes
- Activity: 15 minutes
- Group Feedback: 10 minutes

Discussion

How hard was it to get something from the other teams? Did you cooperate with them easily? Was the atmosphere too competitive? Did you nominate a leader for your team to coordinate your activities? What was the secret to the success of the winning team? Why did the losers lose? When a group finished and took resources of the market, what happened to other groups and their designs? Could they adapt easily with the lack of certain resources (Example: tearing a sheet rather using a scissor as a compromise or using glue and paper as a replacement to sellotape)?

Activity 5: Entrepreneurial Characteristics Analysis

Jane's Evaluation

Paul Medwick is a commercial banker. In the past month he has received loan applications from three entrepreneurs. All three have fledgling businesses with strong potential. However, Paul believes it is important to look at more than just the business itself; the individual also needs close scrutiny. The three entrepreneurs are (1) Robin Wood, owner of a small delicatessen located in the heart of a thriving business district; (2) Richard Trumpe, owner of a ten-minute oil-change-and-lube operation; and (3) Phil Hartack, owner of a bookstore that specializes in best sellers and cookbooks. Paul has had the bank's outside consultant, Professor Jane Jackson, interview each of the three entrepreneurs. Jane has done a lot of work with entrepreneurs and after a couple of hours of discussion is usually able to evaluate a person's entrepreneurial qualities. In the past Jane has recommended 87 people for loans, and only two of these ventures have failed. This success rate is much higher than that for commercial loans in general. Here is Jane's evaluation of the three people whom she interviewed.

Characteristic	Robin Wood	Richard Trumpe	Phil Hartack
Perseverance	H	M	M
Drive to achieve	M	H	M
Initiative	M	H	M
Persistent problem solving	M	M	H
Tolerance for ambiguity	L	M	H
Integrity and reliability	H	M	H
Tolerance for failure	H	H	H
Creativity and innovativeness	M	H	M
Self-confidence	H	H	H
Independence	H	H	H

Source: Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice* (7th ed.). Quebec: Thomson South-Western.

- H = High
- M = Medium
- L = Low

Questions

1. Which of the three applicants do you think comes closest to having the mid-set of an ideal entrepreneur? Why?
2. To which applicant would you recommend that the bank lend money? (Assume each has asked for a loan of \$50,000.) Defend your answer.
3. Can these three entrepreneurs do anything to improve their entrepreneurial profile and their chances for success? Be specific in your answer.

ภาพกิจกรรม



นักศึกษาอธิบายวิธีทำกิจกรรม



การจัดกลุ่มกิจกรรม



อาจารย์ผู้ดำเนินโครงการ



นักเรียนตอบคำถามเกี่ยวกับกิจกรรม



ถ่ายภาพร่วมกับนักเรียนและคณะครู

ใบรายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการเทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค



ใบเซ็นชื่อผู้เข้าร่วมโครงการบริการวิชาการ

เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค

วันที่ 2 เมษายน 2561

ณ โรงเรียนหอแซฟฟูปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง อ.สามพราน จ.นครปฐม

ที่	ชื่อ - สกุล	ลายมือชื่อ		หมายเหตุ
		เวลาเช้า 9.00	เวลาออก 16.00	
1	ทรรศิกา ข้างตรง: กว	ทรรศิกา	ทรรศิกา	
2	ศรินษา นวังพวงศ์พิพัฒน์	ศรินษา	ศรินษา	
3	พทพพ์ บุษย์	พทพพ์	พทพพ์	
4	ศรัณย์พร เพื่องฟูพลังใจ	ศรัณย์พร	ศรัณย์พร	
5	เสลิขานี พลเสี	เสลิขานี	เสลิขานี	
6	อันตา ธิภษาม	อันตา	อันตา	
7	กันตนา ธิษณสารอย	กันตนา	กันตนา	
8	นันทนา ธิษณสารอย	นันทนา	นันทนา	
9	ณัฐวิภา ธิษณสารอย	ณัฐวิภา	ณัฐวิภา	
10	นลินทิพย์ ธิษณ	นลินทิพย์	นลินทิพย์	
11	กณิศชล ธิษณ	กณิศชล	กณิศชล	
12	ณัฐชยา ธิษณ	ณัฐชยา	ณัฐชยา	
13	ธมลวรรณ ธิษณ	ธมลวรรณ	ธมลวรรณ	
14	ชญชชก ธิษณ	ชญชชก	ชญชชก	
15	เจนนิศา ธิษณ	เจนนิศา	เจนนิศา	
16	ณัฐวิภา ธิษณ	ณัฐวิภา	ณัฐวิภา	
17	ณัฐวิภา ธิษณ	ณัฐวิภา	ณัฐวิภา	
18	ณัฐวิภา ธิษณ	ณัฐวิภา	ณัฐวิภา	
19	อริสา ธิษณ	อริสา	อริสา	
20	สัชชาภา ธิษณ	สัชชาภา	สัชชาภา	
21	นศทริยา ธิษณ	นศทริยา	นศทริยา	
22	อริสา ธิษณ	อริสา	อริสา	
23	ณัฐวิภา ธิษณ	ณัฐวิภา	ณัฐวิภา	
24	ณัฐวิภา ธิษณ	ณัฐวิภา	ณัฐวิภา	
25	ปภาวดี ธิษณ	ปภาวดี	ปภาวดี	
26	อริสา ธิษณ	อริสา	อริสา	
27	กัญญาพัชร์ ธิษณ	กัญญาพัชร์	กัญญาพัชร์	
28	ณัฐวิภา ธิษณ	ณัฐวิภา	ณัฐวิภา	
29	เพ็ญพิชชา ธิษณ	เพ็ญพิชชา	เพ็ญพิชชา	
30	อริสา ธิษณ	อริสา	อริสา	
31	กัตติยา ธิษณ	กัตติยา	กัตติยา	



ใบเซ็นชื่อผู้เข้าร่วมโครงการบริการวิชาการ

เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค

วันที่ 2 เมษายน 2561

ณ โรงเรียนหอซอซอปัตถ์มภ์ แผนกสามัญหญิง อ.สามพราน จ.นครปฐม

ที่	ชื่อ - สกุล	ลายมือชื่อ		หมายเหตุ
		เวลาเช้า 9.00	เวลาออก 16.00	
32	ขลุ่ยหนู๋ ส่องโชติวงษ์ตัน	ขลุ่ยหนู๋	ส่องโชติวงษ์ตัน	
33	ทิพรักกณิ นรสิน	ทิพรักกณิ	ทิพรักกณิ	
34	กันตา เจริญ	กันตา	กันตา	
35	จิตติมา ไร่แก้ว	จิตติมา	จิตติมา	
36	ศศิประดา งามทองอรอม	ศศิประดา	ศศิประดา	
37	อ้อสงดา ปัญหิณัสสรอง	อ้อสงดา	อ้อสงดา	
38	จิตปภา เจริญวงศ์ทอง	จิตปภา	จิตปภา	
39	มัทธนาภรณ์ สรรพพานของพันธ์	มัทธนาภรณ์	มัทธนาภรณ์	
40	เปรมปวีณ์ คิม	เปรมปวีณ์	เปรมปวีณ์	
41	นันทนาภรณ์ นริ่งงษ์พรชัย	นันทนาภรณ์	นันทนาภรณ์	
42	ศรีสุดา ทอสุวรรณ	ศรีสุดา	ศรีสุดา	
43	ศุภรัตน์ แซ่โต้ว	ศุภรัตน์	ศุภรัตน์	
44	ภกพร ไชยพันธ์	ภกพร	ภกพร	
45	ศุภนภานต์ ช่อฟ้าปิ่นพิศ	ศุภนภานต์	ศุภนภานต์	
46	สนธิสา มงคลศรีโรจน์	สนธิสา	สนธิสา	
47	กัญชดา จิตตเวทย์วิเศษ	กัญชดา	กัญชดา	
48	โมธรร่า ชมภุชญา	โมธรร่า	โมธรร่า	
49	นิศญาวี พันธุ์ทอง	นิศญาวี	นิศญาวี	
50	นันทนาภรณ์ นริ่งงษ์พรชัย			
51	ศิริลักษณ์ ขวัญวิภาเจริญ	ศิริลักษณ์	ศิริลักษณ์	
52	ชญานี งามวงศ์สัมพันธ์	ชญานี	ชญานี	
53	ชญานี อภิสิทธิ์	ชญานี	ชญานี	
54	พรธิรา พุทธิชัย	พรธิรา	พรธิรา	
55	กัญชดาภรณ์ สลักชัย	กัญชดาภรณ์	กัญชดาภรณ์	
56	จิตติภาภรณ์ จันทไธ	จิตติภาภรณ์	จิตติภาภรณ์	
57	สุภาภรณ์ ธิษณัฐลักษณ์	สุภาภรณ์	สุภาภรณ์	
58	ปราณธรรมา แจ่มจันเชียว	ปราณธรรมา	ปราณธรรมา	
59	จันทภาณี สายสุนทร	จันทภาณี	จันทภาณี	
60	สุภาภรณ์ พันธ์ทอง	สุภาภรณ์	สุภาภรณ์	
61	นันทนาภรณ์ แสนสุวรรณ	นันทนาภรณ์	นันทนาภรณ์	
62	ปาริชาติ แซ่อึ้ง	ปาริชาติ	ปาริชาติ	



ใบเซ็นชื่อผู้เข้าร่วมโครงการบริการวิชาการ

เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค

วันที่ 2 เมษายน 2561

ณ โรงเรียนอศุขพลูปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง อ.สามพราน จ.นครปฐม

ที่	ชื่อ - สกุล	ลายมือชื่อ		หมายเหตุ
		เวลาเช้า 9.00	เวลาออก 16.00	
63	หุ้ลระ รัชชาภม	หุ้ลระ	หุ้ลระ	
64	พรหวัล สัจฉิวิไลค์	พรหวัล	พรหวัล	
65	ทิพพร สัจฉิวิไลค์	ทิพพร	ทิพพร	
66	ฉวีชนา ประสิทธิ์วิไลค์	ฉวีชนา	ฉวีชนา	
67	จิตติรัตน์ ไทมาโนทัย	จิตติรัตน์	จิตติรัตน์	
68	วิภาวรรณ แซ่โง้ว	วิภาวรรณ	วิภาวรรณ	
69	สุนทร นภม	สุนทร	สุนทร	
70	อาทิตย์ดา อชชีวิไลค์	อาทิตย์ดา	อาทิตย์ดา	
71	พิมพ์มาดา	พิมพ์มาดา	พิมพ์มาดา	
72	ฉวีชนา	ฉวีชนา	ฉวีชนา	
73	อรสา	อรสา	อรสา	
74	ภัทรวดี	ภัทรวดี	ภัทรวดี	
75	ชุตติกาจนัน เงินอดมไพศาล	ชุตติกาจนัน	ชุตติกาจนัน	
76	ชุตติกาจนัน เงินอดมไพศาล	ชุตติกาจนัน	ชุตติกาจนัน	
77	พวงทิพย์พร ศรพิทักษ์มงคล	พวงทิพย์พร	พวงทิพย์พร	
78	วิภาดา ลีนิม	วิภาดา	วิภาดา	
79	กนิษฐา จันทร์จักษ์	กนิษฐา	กนิษฐา	
80	หริษาทิพย์ ขนุนรุ่งโรจน์	หริษาทิพย์	หริษาทิพย์	
81	ศรัทธา สัจฉิวิไลค์	ศรัทธา	ศรัทธา	
82	วรรณศิริ พวงเวียน	วรรณศิริ	วรรณศิริ	
83	อุษิตา อธิษฐาน	อุษิตา	อุษิตา	
84	กชกร ไชยอนันต์	กชกร	กชกร	
85	กิตติมา แปงนึ่ง	กิตติมา	กิตติมา	
86	นัจฉิมา ศรีวิไล	นัจฉิมา	นัจฉิมา	
87	พรวิภาดา อภิม	พรวิภาดา	พรวิภาดา	
88	ฉวีชนา กิจวิไลค์	ฉวีชนา	ฉวีชนา	
89	ฉวีชนา กิจวิไลค์	ฉวีชนา	ฉวีชนา	
90	อชชีวิไลค์ อชชีวิไลค์	อชชีวิไลค์	อชชีวิไลค์	
91	ศรัทธาทิพย์ อชชีวิไลค์	ศรัทธาทิพย์	ศรัทธาทิพย์	
92	เขมมาภรณ์ ประเสริฐศิริ	เขมมาภรณ์	เขมมาภรณ์	
93	อชชีวิไลค์ ขาวทอง	อชชีวิไลค์	อชชีวิไลค์	
94	อชชีวิไลค์ เนลิกาพร	อชชีวิไลค์	อชชีวิไลค์	



ใบเซ็นชื่อผู้เข้าร่วมโครงการบริการวิชาการ

เทคนิคการวิเคราะห์ผู้บริโภค

วันที่ 2 เมษายน 2561

ณ โรงเรียนยอแซฟอุปถัมภ์ แผนกสามัญหญิง อ.สามพราน จ.นครปฐม

ที่	ชื่อ - สกุล	ลายมือชื่อ		หมายเหตุ
		เวลาเข้า 9.00	เวลาออก 16.00	
95	จำศักดิ์ แน่งน้อย			
96	นลิน สัมเสถียรโสภณ			
97	มณัฏฐา เกื้อไฉน	มณัฏฐา	มณัฏฐา	
98	ณัฏพร อกรศักดิ์	ณัฏพร	ณัฏพร	
99	กชกร ศรีภักดิ์โสมยา	กชกร	กชกร	
100	พรเทพ พิษพิเศช	พรเทพ	พรเทพ	
101	อุษิพันธ์ เพ็ชรปัทม	อุษิพันธ์	อุษิพันธ์	
102	ไฉลยา ประชัญญาศรีประชา	ไฉลยา	ไฉลยา	
103	ไฉลยา อังกร วิธิตะพงษ์นภพ			
104				
105				
106				
107				
108				
109				
110				
111				
112				
113				
114				
115				
116				
117				
118				
119				
120				
121				
122				
123				
124				
125				