

การศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชา การตลาดผ่านการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน*

THE STUDY OF MARKETING MANAGEMENT LEARNING OUTCOMES OF BBA, MARKETING STUDENTS YEAR 2 BY USING PROJECT-BASED LEARNING

อรจันทร์ ศิริโชติ

Orachan Sirichote

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา ประเทศไทย

Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Songkhla, Thailand

Corresponding author E-mail: sorachan@tsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในชั้นเรียนนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการการเรียนรู้เพื่อให้นิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดมีสมรรถนะตรงตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชาการจัดการการตลาด 2) เพื่อศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้ก่อนและหลังกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานเรื่องการจัดการการตลาด และ 3) ประเมินความพึงพอใจของนิสิตต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน กลุ่มเป้าหมาย คือ นิสิตชั้นปีที่ 2 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ 1) แผนการสอนรายวิชา 0701225 การจัดการการตลาด 2) แบบทดสอบการจัดการการตลาด และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมประมวลผลทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Pair sample t-test ผลการวิจัย พบว่า 1) ตัวแบบกระบวนการจัดการการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานเรื่องการจัดการการตลาดที่พัฒนาขึ้น สามารถส่งเสริมนิสิตให้มีสมรรถนะที่ตรงตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา 2) นิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด มีผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของภายหลังกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) นิสิตมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาปฏิบัติการ ซึ่งสามารถนำเอาตัวแบบกระบวนการจัดการการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานเรื่องการจัดการการตลาดไปประยุกต์ในรายวิชาเพื่อพัฒนานิสิตให้มีสมรรถนะที่ตรงตามผลการเรียนรู้ของรายวิชาและหลักสูตรต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน, ผลลัพธ์การเรียนรู้, การจัดการการตลาด

Abstract

This classroom research aimed to 1) develop a learning management process to enable students enrolled in marketing management course to have competencies that meet the expected learning outcomes at the course level, 2) to study the learning outcomes of marketing management of second-year students in marketing before and after the project-based learning



process, and 3) evaluate students' satisfaction on project-based learning. The target group was second-year students enrolled in marketing management course in the second semester of the academic year 2024. The research instruments were 1) the lesson plan for 0701225 marketing management, 2) a marketing management test and 3) a questionnaire on satisfaction with project-based learning. The questions in the post-test were switched. A statistical software package was used to analyze the data. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pair sample t-test. The results found that 1) the project-based learning process model for marketing management could develop students to have competence that is in line with the expected learning outcomes, 2) second-year students in the marketing major have higher learning outcomes on marketing management after the project-based learning process with statistical significance at the .05 level and 3) students are highly satisfied with overall project-based learning. This study will be useful for instructors in practical courses who can apply the project-based learning process model on marketing management to the courses they teach in order to develop students to have competence that is in line with the learning outcomes of the course and the curriculum.

Keywords: Project-Based Learning, Learning Outcomes, Marketing Management

บทนำ

การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้องปรับเปลี่ยนจากการสอนแบบดั้งเดิมที่เน้นการบรรยายสู่การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ที่ช่วยพัฒนาทักษะการคิด วิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการทำงานร่วมกัน (จักรกฤษณ์ โปณะทอง, 2564) โดยเฉพาะในสาขาวิชาการตลาด ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ต้องเชื่อมโยงทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความสามารถในการนำความรู้ไปใช้ในโลกธุรกิจและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม การจัดการการตลาดมีความสำคัญต่อการจัดการธุรกิจและการองค์กรทุกประเภท องค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่แสวงหาผลกำไรหรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรก็ตามจำเป็นต้องมีการนำเสนอ ส่งมอบ และสื่อสารข้อเสนออันทรงคุณค่าให้กับกลุ่มเป้าหมายด้วยกันทั้งสิ้น (Kotler, P. et al., 2021) การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ด้านการจัดการการตลาดตอบสนองต่อทิศทางและนโยบายของกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ และวิจัย รวมถึงทิศทางและนโยบายของมหาวิทยาลัยทักษิณที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้เรียน ทักษะ และทักษะที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด

การสอนโดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-Based Learning: PBL) เป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่ได้รับความสนใจและมีการนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพราะส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยการทำโครงงานที่มีความท้าทาย ซับซ้อน และเกี่ยวข้องกับปัญหาในบริบทจริง (พิมพ์ลักษณ์ โมรา, 2561) PBL พัฒนาทักษะการคิด วิเคราะห์ การแก้ปัญหา การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร (ทิศนา แคมมณี, 2560) และการจัดการเวลาซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญในการทำงานในยุคปัจจุบัน งานวิจัยในอดีตรายงานว่า PBL เพิ่มแรงจูงใจในการเรียนรู้ พัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์และทักษะการแก้ปัญหาของผู้เรียนได้ดีกว่าการสอนแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว (สุพรรณ น้อยนคร และคณะ, 2561) ; (Ye, S. & Iamsa-ard, A., 2025) ซึ่งเหมาะสมกับบริบทของการศึกษาวิชาการจัดการการตลาดที่ผู้เรียนจำเป็นต้องเข้าใจทั้งแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงสามารถประยุกต์ความรู้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์การตลาดการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kotler, P. et al., 2021) และสามารถเขียนแผนการตลาดได้ อย่างไรก็ตามจากการสังเกต

และประสบการณ์การสอนของผู้วิจัย พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดยังขาดโอกาสในการได้ลงมือปฏิบัติจริงและประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้เรียนมา ส่งผลให้ผลลัพธ์การเรียนรู้บางด้านยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด โดยเฉพาะในด้านทักษะการคิดวิเคราะห์ การประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาด และการเขียนและนำเสนอแผนการตลาด

ดังนั้นการพัฒนา รูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในรายวิชาการจัดการการตลาดจึงมีความสำคัญ เพื่อให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง สามารถบูรณาการความรู้ทางทฤษฎีสู่การปฏิบัติและพัฒนาทักษะความคิดเชิงนวัตกรรมสำหรับการประกอบอาชีพในอนาคต งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ผ่านการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน” จึงเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมพัฒนาและผลักดันให้นิสิตมีทักษะในการทำงานเป็นทีม ทักษะการแก้ปัญหาด้วยตนเอง และนิสิตมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ทุกขั้นตอน โดยเน้นให้ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมด้วยการลงมือปฏิบัติ การเขียนแผนการตลาดจริงที่เหมาะสมกับระดับชั้น และมีโอกาสได้ขึ้นนำเสนอในเวทีประกวดที่มีวัตถุประสงค์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของรายวิชา นำไปสู่บรรยากาศการเรียนรู้ที่มีความท้าทาย สนุกสนาน และบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชาและหลักสูตร โดยหวังว่าผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นแนวทางสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการการเรียนรู้เพื่อให้นิสิตที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาด มีสมรรถนะที่ตรงตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง
2. เพื่อศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดก่อนและหลังกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน
3. ประเมินความพึงพอใจของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดต่อการจัดการการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดผ่านการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน” มีวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยในชั้นเรียน (Classroom Research) ที่จัดทำขึ้นเพื่อยกระดับผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดผ่านการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ นิสิตชั้นปีที่ 2 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาด ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตชั้นปีที่ 2 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาด ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 80 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) แผนการสอนรายวิชา 0701225 การจัดการการตลาด 2) แบบทดสอบด้านการจัดการการตลาด 1 ชุด โดยจะทำการ Pre-test ก่อนเรียน 1 ครั้งในสัปดาห์แรกของการเรียน และทำการ Post-test สัปดาห์สุดท้ายของภาคการศึกษา โดยจะมีการสลับข้อคำถามในแบบทดสอบ Post-test และ 3) แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของนิสิตชั้นปีที่ 2 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาด ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถามที่มีข้อคำถามมาจากการทบทวนวรรณกรรม ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านประเมิน ทุกข้อคำถามที่นำมาใช้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ไม่น้อยกว่า .60



วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเพื่อการศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่อง การจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ผ่านการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานด้วย โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล รายละเอียดดังนี้

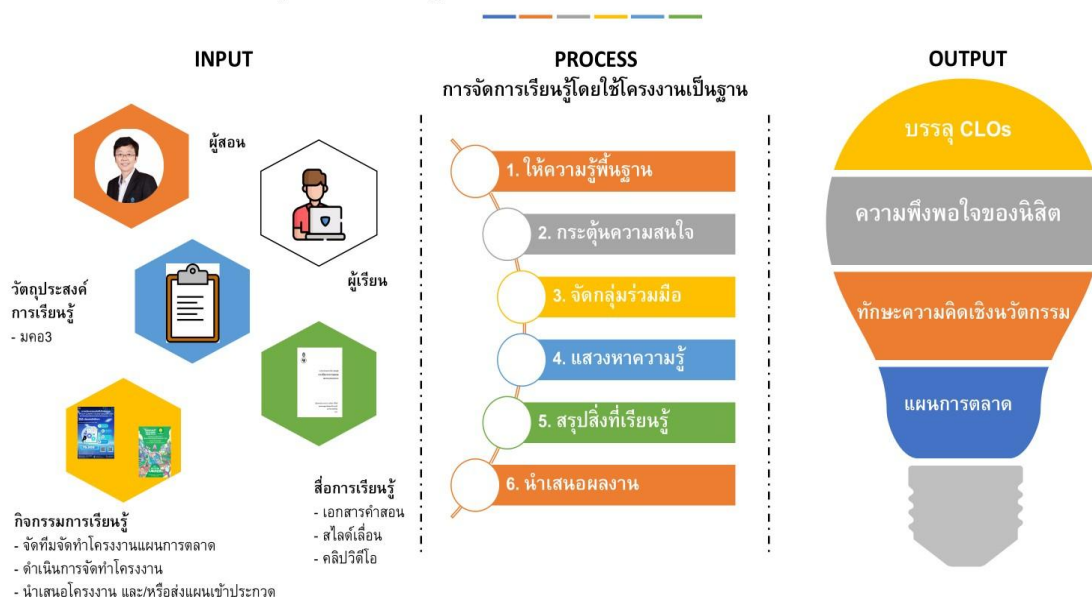
1. Pre-test ความรู้เดิมของนิสิตก่อนเรียนในคาบแรกของการเรียน
2. Post-test เป็นขั้นตอนที่นิสิตจะได้รับการประเมินสมรรถนะด้านการจัดการการตลาด เพื่อพัฒนาการเรียนรู้นิสิตในคาบสุดท้ายของการเรียน
3. เก็บแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับการศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ผ่านการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในคาบสุดท้ายของการเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Pair sample t-test

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาตัวแบบกระบวนการจัดการการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานเพื่อให้ นิสิตที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดมีสมรรถนะที่ตรงตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน รายวิชา 0701225 การจัดการการตลาด ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567



ภาพที่ 1 ตัวแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานรายวิชาการจัดการการตลาด
ที่มา: ปรับปรุงจาก (ดุขมิ โยเหลา และคณะ, 2557)

จากภาพที่ 1 การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานรายวิชา 0701225 การจัดการการตลาดภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า (Input) ได้แก่ 1) ตัวผู้สอนเอง 2) ผู้เรียน 3) วัตถุประสงค์การเรียนรู้ 4) สื่อการเรียนรู้ และ 5) กิจกรรมการเรียนรู้ ให้ความรู้พร้อมสำหรับการจัดการเรียนรู้ในรายวิชา ในส่วนของกระบวนการ (Process) จัดการเรียนรู้ที่ใช้ในการวิจัยนี้มี 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ให้ความรู้พื้นฐาน 2) กระตุ้นความสนใจ 3) จัดกลุ่มความร่วมมือ 4) แสวงหาความรู้ 5) สรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ และ 6) การนำเสนอผลงานเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาผลลัพธ์ (Output) คือ นิสิตสามารถเขียนแผนการตลาดได้ มีทักษะความคิดเชิงนวัตกรรม มีความพึง

พอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน รายวิชา 0701225 การจัดการการตลาด ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 และสามารถบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับรายวิชาตามที่ทางหลักสูตรกำหนดไว้

2. ผลการศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ก่อนและหลังกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน

นิสิตชั้นปีที่ 2 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 เป็นเพศหญิง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 เพศชาย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ลงทะเบียนเรียนกลุ่ม S101 จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 และลงทะเบียนเรียนกลุ่ม S102 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50

ตารางที่ 1 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนและค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียนการจัดการการตลาดผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน

คะแนน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าความแตกต่างเฉลี่ย	t	p
ก่อนเรียน	80	17.43	4.043	-2.425	-5.183	.000
หลังเรียน	80	19.85	3.135			

จากตารางที่ 1 พบว่า คะแนนก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเป็น 17.43 คะแนน ส่วนคะแนนหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเป็น 19.85 เมื่อทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติทดสอบที พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนการจัดการการตลาดผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 โครงงาน ประเภท และรางวัลที่นิสิตได้รับจากการนำเสนอโครงงาน

เวทีประกวด	ประเภทของผลงาน	เข้ารอบ Pitching	รางวัล
Pitch Competition	ส่งประกวดจำนวน 12 โครงงาน	เข้ารอบ Pitching จำนวน 11 โครงงาน	
Innovation and Technology of Startups for Student & Entrepreneurs 2025	นวัตกรรมไลฟ์สไตล์และการท่องเที่ยว นวัตกรรมเทคโนโลยีอาหารและการเกษตร นวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ	1. TripBuddy 1. Hydro Sense 2. Plenty ThaiShare 1. VITAL HERB 2. Single Toothbrush 3. ครีมอาบน้ำในรูปแบบ เจลบอล 4. Mamao Softgel 5. Healith 6. MedBuddy 7. Relaxwave Pillow 8. Chair healthy	เหรียญทองแดง เหรียญเงิน เหรียญชมเชย เหรียญทองแดง เหรียญทองแดง เหรียญชมเชย เหรียญชมเชย เหรียญชมเชย เหรียญชมเชย
	นวัตกรรมศิลปะ	0	0
Thaivivat Innovation Camp 2025	ส่งประกวดจำนวน 8 โครงงาน	0	0
รวม	ส่งประกวดจำนวน 20 โครงงาน	เข้ารอบ Pitching 11 ทีม	11 เหรียญ

นอกจากนี้นิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 มีจำนวน 80 คน แบ่งออกเป็น 20 กลุ่ม/ทีม แต่ละกลุ่ม/ทีมได้จัดทำโครงงานตามโจทย์ของเวทีประกวดที่อยู่ในเงื่อนไขของเนื้อหาและระยะเวลาดำเนินโครงการ ซึ่งในภาคการศึกษานี้ นิสิตได้มีโอกาสส่งโครงงานของกลุ่มตนเข้าร่วมประกวดในโครงการ Pitch Competition Innovation and Technology of Startups for Student & Entrepreneurs 2025 จำนวน 12 โครงงาน และ Thaivivat Innovation Camp



2025 จำนวน 8 โครงการ ทั้งนี้ในเวที Pitch Competition Innovation and Technology of Startups for Student & Entrepreneurs 2025 นิสิตผ่านเข้ารอบนำเสนอ (Pitching) จำนวน 11 ทีม ซึ่งเวทีนำเสนอผลงานเกิดขึ้นในวันเสาร์ที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 และมีนิสิตได้รางวัลประเภทเหรียญทั้งสิ้น จำนวน 11 ทีม โดยจำแนกเป็นประเภทเหรียญเงิน จำนวน 1 ทีม เหรียญทองแดงจำนวน 3 ทีม และเหรียญชมเชยจำนวน 7 ทีม ในส่วนของ Thaivivat Innovation Camp 2025 ไม่มีทีมใดเข้ารอบนำเสนอ (Pitching) ในปีนี้

3. ผลประเมินความพึงพอใจของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน

ความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ด้านเนื้อหา	4.42	.405	มาก
ด้านการจัดการ	4.47	.366	มาก
ด้านผู้เรียน	4.25	.510	มาก
ด้านคุณภาพ	4.38	.490	มาก
รวม	4.38	.364	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า นิสิตมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านการจัดการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.47, S.D. = .366 รองลงมา ได้แก่ ด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.42, S.D. = .405 ด้านคุณภาพ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.38, S.D. = .490 และด้านผู้เรียน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.25, S.D. = .510 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านเนื้อหา

ความพึงพอใจด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
เนื้อหาครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชา	4.48	.551	มาก
มีการจัดเรียงลำดับความยาก-ง่ายของเนื้อหา	4.56	.654	มากที่สุด
เนื้อหามีความถูกต้อง เหมาะสม	4.45	.710	มาก
เนื้อหามีความทันสมัย	4.43	.725	มาก
มีการบูรณาการเนื้อหาให้ประยุกต์กับรายวิชาอื่น ๆ ได้	4.21	.669	มาก
รวม	4.42	.405	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า นิสิตมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการจัดเรียงลำดับความยาก-ง่ายของเนื้อหามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.56, S.D. = .645 รองลงมา ได้แก่ เนื้อหาครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชา ($\bar{X}$) = 4.48, S.D. = .551 เนื้อหามีความถูกต้องเหมาะสม ($\bar{X}$) = 4.45, S.D. = .710 เนื้อหามีความทันสมัย ($\bar{X}$) = 4.43, S.D. = .725 และมีการบูรณาการเนื้อหาให้ประยุกต์กับรายวิชาอื่น ๆ ได้ ($\bar{X}$) = 4.21, S.D. = .669 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการจัดการ

ความพึงพอใจด้านการจัดการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน	
		มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.32	.671	มาก
มีความท้าทาย กระตุ้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ	4.46	.615	มาก
ทำให้นิสิตบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรายวิชา	4.55	.634	มากที่สุด
ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรับผิดชอบต่อตนเองและกลุ่ม	4.56	.673	มากที่สุด
ส่งเสริมผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้ร่วมกันกับเพื่อนในกลุ่ม	4.47	.655	มาก
รวม	4.47	.366	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า นิสิตมีความพึงพอใจด้านการจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรับผิดชอบต่อตนเองและกลุ่มมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.56, S.D. = .673 รองลงมา ได้แก่ ทำให้นิสิตบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรายวิชา ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.55, S.D. = .634 ส่งเสริมผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้ร่วมกันกับเพื่อนในกลุ่ม ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.47, S.D. = .655 มีความท้าทาย กระตุ้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.46, S.D. = .615 และเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.32, S.D. = .671 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านผู้เรียน

ความพึงพอใจด้านผู้เรียน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน	
		มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
เข้าใจแนวคิดและกลยุทธ์การตลาด	4.18	.776	มาก
ได้พัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม	4.33	.808	มาก
สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ วางแผนลงมือทำโครงการ	4.19	.695	มาก
สามารถเขียนแผนการตลาดได้	4.36	.750	มาก
รู้จักและเข้าใจเพื่อนมากขึ้น และได้พัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม	4.20	.818	มาก
รวม	4.25	.510	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า นิสิตมีความพึงพอใจด้านผู้เรียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สามารถเขียนแผนการตลาดได้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.25, S.D. = .510 รองลงมา ได้แก่ ได้พัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.33, S.D. = .808 รู้จักและเข้าใจเพื่อนมากขึ้น และได้พัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.20, S.D. = .818 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ วางแผน ลงมือทำโครงการ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.19, S.D. = .695 และเข้าใจแนวคิดและกลยุทธ์การตลาด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.18, S.D. = .776 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านคุณภาพ

ความพึงพอใจด้านคุณภาพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน	
		มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
คุณภาพโดยรวมของเนื้อหาและสื่อการสอน	4.46	.655	มาก
บรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรายวิชา	4.60	.648	มากที่สุด
นำความรู้และประสบการณ์ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.05	.913	มาก
มีความพึงพอใจกับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ของรายวิชานี้	4.39	.665	มาก
รวม	4.38	.490	มาก



จากตารางที่ 7 พบว่า นิสิตมีความพึงพอใจด้านคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรายวิชามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.60, S.D. = .648 รองลงมา ได้แก่ คุณภาพโดยรวมของเนื้อหาและสื่อการสอน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.46, S.D. = .655 มีความพึงพอใจกับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ของรายวิชานี้ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.39, S.D. = .665 และนำความรู้และประสบการณ์ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.05, S.D. = .913 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. การพัฒนากระบวนการจัดการการเรียนรู้เพื่อให้ นิสิตที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาด มีสมรรถนะที่ตรงตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

ตัวแบบกระบวนการจัดการการเรียนรู้เพื่อให้ นิสิตที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดมีสมรรถนะที่ตรงตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังประกอบด้วยปัจจัยนำเข้า (Input) ได้แก่ 1) ตัวผู้สอนเอง 2) ผู้เรียน 3) วัตถุประสงค์การเรียนรู้ 4) สื่อการเรียนรู้ และ 5) กิจกรรมการเรียนรู้ ในส่วนของกระบวนการ (Process) จัดการเรียนรู้ที่ใช้ในการวิจัยนี้มี 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ให้ความรู้พื้นฐาน 2) กระตุ้นความสนใจ 3) จัดกลุ่มความร่วมมือ 4) แสวงหาความรู้ 5) สรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ และ 6) การนำเสนอผลงาน เมื่อสิ้นภาคการศึกษาผลลัพธ์ (Output) คือ นิสิตสามารถเขียนแผนการตลาดได้ มีทักษะความคิดเชิงนวัตกรรม มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ และสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ในระดับรายวิชาตามที่ทางหลักสูตรกำหนดไว้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของพิชญพร ประครองใจ ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐาน พบว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐานส่งเสริมให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยเฉพาะในรายวิชาภาคปฏิบัติที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ด้านการสื่อสารที่ดีขึ้น (พิชญพร ประครองใจ, 2563)

2. การศึกษาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดก่อนและหลังกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐาน

คะแนนก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเป็น 17.43 คะแนน ส่วนคะแนนหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเป็น 19.85 เมื่อทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติทดสอบที พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของกิตติพงศ์ แซ่ล้อยเลื่อน และร่มฉัตร ขุนทอง ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบโครงการเป็นฐาน ในรายวิชาการจัดการฐานข้อมูล พบว่า ผู้เรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบโครงการเป็นฐาน มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้เฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (กิตติพงศ์ แซ่ล้อยเลื่อน และร่มฉัตร ขุนทอง, 2565) และสอดคล้องกับงานวิจัยของนภกานต์ หน่ายคอน และคณะ ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการเรียนรู้แบบโครงการโดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักศึกษาชีววิทยาประยุกต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ โดยทางหลักสูตรส่งเสริมให้นิสิตจัดทำโครงการตามโจทย์ของเวทีประกวดที่อยู่ในเงื่อนไขเนื้อหาและระยะเวลาดำเนินโครงการ กระตุ้นให้นิสิตเกิดความตื่นตัว มีแรงจูงใจในการคิดสร้างสรรค์และเร่งผลิตโครงการตามโจทย์ที่ทำทายจากเวทีประกวด รวมถึงเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีม ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และทักษะการสื่อสาร ซึ่งจัดเป็น Soft Skill ที่จำเป็นในยุคปัจจุบัน (นภกานต์ หน่ายคอน และคณะ, 2567)

3. ประเมินความพึงพอใจของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดต่อการจัดการการเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐาน

ผลประเมินความพึงพอใจของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐาน พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านการจัดการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านเนื้อหา

ด้านคุณภาพ และด้านผู้เรียน ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของอารีย์ ชันติธรรมกุล ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุกโดยใช้รูปแบบโครงงานเป็นฐานในรายวิชา GSC157 การคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ไขปัญหา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุกโดยใช้รูปแบบโครงงานเป็นฐานในภาพรวมในระดับมากที่สุดทุกด้าน (อารีย์ ชันติธรรมกุล, 2566) และสอดคล้องกับพิชญพร ประครองใจ ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐาน พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจ เนื่องจากได้ลงมือปฏิบัติจริง ฝึกการทำงานแบบมีส่วนร่วม ได้ร่วมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเพื่อนในกลุ่ม ได้คิดค้น และออกแบบการดำเนินงานอย่างอิสระ รวมถึงมีโอกาสแสดงศักยภาพ เข้าใจบทเรียนและสามารถนำประสบการณ์ในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานไปประยุกต์กับการดำรงชีวิตในอนาคตได้ (พิชญพร ประครองใจ, 2563)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดผ่านการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน พบว่า ตัวแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานรายวิชา 0701225 การจัดการการตลาดภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ส่งเสริมให้นิสิตสามารถเขียนแผนการตลาดได้ มีทักษะความคิดเชิงนวัตกรรม มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ และสามารถบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับรายวิชาตามที่ทางหลักสูตรกำหนดไว้ นิสิตได้คะแนนสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเป็น 17.43 คะแนน ส่วนคะแนนสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเป็น 19.85 คะแนน เมื่อทดสอบความแตกต่างของคะแนนสอบก่อนและหลังเรียนด้วยสถิติทดสอบที พบว่า นิสิตคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนโดยใช้โครงงานเป็นฐานสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลประเมินความพึงพอใจของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการจัดการการตลาดต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน พบว่า นิสิตมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านการจัดการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจด้านเนื้อหา ด้านคุณภาพ และด้านผู้เรียนตามลำดับ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตเน้นการจัดการเรียนรู้เชิงรุกควรกำหนดให้นิสิต/นักศึกษาต้องมีโครงงานหรือชิ้นงานเพื่อพัฒนาสมรรถนะของนิสิต/นักศึกษาให้ตรงกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชานั้น ๆ การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานช่วยแก้ปัญหาที่มักเกิดขึ้นในชั้นเรียน เช่น การสอนที่เน้นการบรรยายมากกว่าการปฏิบัติ ผู้เรียนขาดแรงจูงใจในการเรียน ผู้สอนที่มุ่งเน้นการจัดการศึกษาเชิงรุกสามารถนำตัวแบบตัวแบบการจัดการการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในภาพที่ 1 ไปประยุกต์กับการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาที่ตนรับผิดชอบเพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ โดยมีความรู้ในเนื้อหา มีทัศนคติที่ดี เกิดทักษะจากได้ปฏิบัติงานจริง สามารถทำงานเป็นทีม และนำความรู้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ กระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในชั้นที่ 1 การให้ความรู้พื้นฐาน นอกจากการการบรรยายในชั้นเรียนแล้ว ผู้สอนอาจบันทึกวิดีโอเนื้อหาสำคัญของแต่ละบทเรียนให้ผู้เรียนสามารถทบทวนย้อนหลังได้ เพิ่มการยกตัวอย่างหรือแนะนำแนวทางการนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากเนื้อหาความรู้ในรายวิชา และกิจกรรมการเรียนการสอนไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนั้นควรบูรณาการเนื้อหารายวิชาที่ตนรับผิดชอบให้สามารถนำไปประยุกต์หรือปรับใช้กับรายวิชาอื่น ๆ ได้ โดยต้องชี้แนะให้ผู้เรียนมองเห็นภาพรวมและการเชื่อมโยงกับศาสตร์อื่น สำหรับกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานนั้นผู้สอนนอกจากจะทำหน้าที่ให้ความรู้พื้นฐานแล้ว ต้องเน้นการทำหน้าที่เสมือนโค้ชที่คอยสนับสนุน ให้คำปรึกษาแก่ผู้เรียนในการทำโครงงาน อำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนเรียนรู้ ค้นพบ และซึมซับเอาความรู้ด้วยตนเอง ลงมือปฏิบัติจริง มีทักษะในการสื่อสารและทำงานร่วมกันเป็นทีม มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง เรียนรู้ในการแก้ไขปัญหาหน้างาน สร้างสรรค์นวัตกรรมการตลาด เขียนและนำเสนอแผนการตลาดได้ นอกจากนั้นการส่งเสริมให้นิสิต/นักศึกษามีโอกาสได้นำเสนอผลงานในเวทีแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของโครงงานสร้างความท้าทายและแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ผลงาน และขยายขอบเขตการเรียนรู้และมุมมองทั้งใน



เชิงวิชาการและในโลกธุรกิจให้กับผู้เรียนได้ดี ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ 1) สถาบันการศึกษาควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้เชิงรุกโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสอนโดยใช้โครงงานเป็นฐาน เนื่องจากข้อมูลเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นแล้วว่าผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนภายหลังจากการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ 2) สถาบันการศึกษาควรมีนโยบายสนับสนุนทรัพยากรและงบประมาณ ได้แก่ สนับสนุนทรัพยากรและงบประมาณแก่อาจารย์ที่นำวิธีการสอนโดยใช้โครงงานเป็นฐานใช้ในรายวิชา มีการยกย่องและสร้างแรงจูงใจให้แก่ทั้งอาจารย์และนิสิตที่มีผลงานโครงงานดีเด่นเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีและสร้างแรงจูงใจ รวมถึงให้การสนับสนุนค่าลงทะเบียนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการนำเสนอผลงานในเวทีวิชาการหรือการประกวดระดับประเทศหรือระดับนานาชาติเพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ 3) หลักสูตรที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีประสบการณ์เชิงปฏิบัติควรบูรณาการการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานลงสู่รายวิชาในหลักสูตรโดยเฉพาะรายวิชาการจัดการการตลาด เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงรุกและการประยุกต์ใช้ความรู้กับสถานการณ์จริง ทั้งนี้ควรกำหนดสัดส่วนการประเมินผลที่เหมาะสมระหว่างการทำโครงงานกับการประเมินผลในรูปแบบอื่น ๆ เช่น คุณภาพโครงงาน การพัฒนาทักษะของผู้เรียน ระดับความพึงพอใจ การประเมินการทำงานของเพื่อนร่วมโครงงาน และคะแนนสอบปลายภาค 4) อาจารย์ผู้สอนที่ประสงค์ใช้รูปแบบการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานควรยกระดับสมรรถนะของตนให้สามารถเป็นผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ (Facilitator) และเป็นผู้ให้คำปรึกษา (Coach) ติดตามความก้าวหน้าและให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) ตลอดระยะเวลาการทำโครงงาน และ 5) อาจารย์ผู้สอนที่ประสงค์ใช้รูปแบบการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานควรจัดเตรียมความพร้อมของผู้เรียนให้เข้าใจวัตถุประสงค์ ขอบเขต และแนวทางการทำโครงงานอย่างชัดเจนตั้งแต่คาบเรียนแรก และจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ช่วยเสริมทักษะที่จำเป็นในการจัดทำโครงงานและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน เช่น การวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และการเขียนโครงงาน และนำเสนอผลงาน ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ได้แก่ 1) การวิจัยครั้งถัดไปควรทำการศึกษาเปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ระหว่างนิสิตชั้นปีที่แตกต่างกัน เพื่อพัฒนาการของทักษะทางการจัดการการตลาดของผู้เรียนในชั้นปีที่สูงขึ้น 2) การวิจัยครั้งถัดไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อติดตามผลกระทบของการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน ต่อภาวะการมีงานทำและการประกอบอาชีพของนิสิตหลังสำเร็จการศึกษา และ 3) การวิจัยครั้งถัดไปควรศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลระหว่างการสอนโดยใช้โครงงานเป็นฐานกับวิธีการสอนเชิงรุกแบบอื่น ๆ เช่น การสอนโดยใช้กรณีศึกษาเป็นฐาน การสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน การสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยในชั้นเรียนเรื่อง “การศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องการจัดการการตลาดของนิสิตชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดผ่านการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน” ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากงบประมาณรายได้คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ โครงการวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยทักษิณ (COA No.TSU 2025_012 REC No.0035)

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงศ์ เสง์ลอยเลื่อน และร่มฉัตร ขุนทอง. (2565). ผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐานในรายวิชาการจัดการฐานข้อมูล. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 12(3), 257-270.
- จักรกฤษณ์ โปณะทอง. (2564). รูปแบบการเรียนรู้โดยใช้ทีมเป็นฐาน ปัญหาเป็นฐาน และโครงงานเป็นฐานที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 9(2), 778-793.

- ดุขฎิ โยเหลา และคณะ. (2557). การศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบ PBL ที่ได้จาก โครงการสร้างชุดความรู้เพื่อสร้างเสริมทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของเด็ก และเยาวชน: จากประสบการณ์ความสำเร็จของโรงเรียนไทย. กรุงเทพมหานคร: ทิพย์วิสุทธิ.
- ทิตนา แหมมณี. (2560). ศาสตร์การสอนองค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 21). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภกานต์ หน่ายคอน และคณะ. (2567). การจัดการเรียนรู้แบบโครงงานโดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักศึกษาชีววิทยาประยุกต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 35(1), 71-85.
- พิชญาพร ประครองใจ. (2563). การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 40(1), 155-163.
- พิมพ์ลักษณ์ โมรา. (2561). การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน: ทางเลือกในการจัดการศึกษาสำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. *Journal of Research and Curriculum Development*, 8(1), 42-52.
- สุพรรณ น้อยนคร และคณะ. (2561). การส่งเสริมการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ด้วยการจัดการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานบูรณาการกับเฟซบุ๊ก. *Journal of Education and Innovation*, 21(1), 360-376.
- อารีย์ ชันติธรรมกุล. (2566). การจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุกโดยใช้รูปแบบโครงงานเป็นฐาน ในรายวิชา GSC157 การคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหา. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 20(1), 59-74.
- Kotler, P. et al. (2021). *Marketing management*. (16th ed.). New York: Pearson.
- Ye, S. & Iamsa-ard, A. (2025). Development of Project-Based Learning Instructional Model to Enhance Undergraduate Students' Creativity Ability. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 19(1), 326-358.