

การพัฒนา รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL  
เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาดสำหรับนักศึกษา  
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร  
The Development of the MARKET MODEL to Enhance the Competency  
of Principles of Marketing for High Vocational Certificate Student  
of Kamphaengphet Technical College

ดัชนีญ์ จะวรรณะ  
วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร  
Datchanee Jawanna  
Kamphaeng Phet Technical College  
Email: datchaneena1@gmail.com

\*\*\*\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการเกี่ยวกับการเรียนการสอนตามสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด 2) เพื่อพัฒนา รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด 3) เพื่อทดลองใช้รูปแบบ 4) เพื่อประเมินผลการใช้รูปแบบกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอน ผู้ประกอบการ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของวิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร และวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรดิตต์ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบการศึกษาแบบผสมผสานในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสาร การสนทนากลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการ และแบบสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามและแบบประเมิน การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบค่าที

---

\* ได้รับบทความ: 18 มีนาคม 2567; แก้ไขบทความ: 30 มีนาคม 2567; ตอรับตีพิมพ์: 31 มีนาคม 2567  
Received: 18 March 2024; Revised: 30 March 2024; Accepted: 31 March 2024

### ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัจจุบันและความต้องการการจัดการเรียนการสอน พบว่า ควรจัดการเรียนการสอนที่เน้นสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาดเป็นแกนหลัก โดยครูผู้สอนวางแผนการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับอาชีพและตรงกับสาขาวิชาของผู้เรียน มุ่งเน้นบทบาทสำคัญของผู้เรียน ซึ่งมีครูเป็นผู้แนะนำ มีการร่วมมือกันจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เสริมสร้างสมรรถนะรายวิชา ด้านความรู้ ทักษะ และเจตคติของผู้เรียน มีการวัดและประเมินผล โดยวัดจากพฤติกรรม การปฏิบัติจริงเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่ต้องการนักศึกษาที่สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบัน

2. รูปแบบการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นมี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านการวางแผน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) 2) องค์ประกอบด้านกิจกรรมการเรียนการสอนมี 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นสร้างแรงจูงใจ (M-Motivation) ขั้นคิดวิเคราะห์ (A-Analysis) ขั้นผลการเรียนรู้ (R-Result) ขั้นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (K-Knowledge Sharing) ขั้นประเมินผล (E-Evaluation) และขั้นคิดอย่างสร้างสรรค์ (T-Thinking to Create) โดยใช้ชื่อว่า MARKET MODEL ซึ่งมีผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก

3. นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหลักการตลาดสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด และมีเจตคติในรายวิชาหลักการตลาด ทั้ง 3 ด้าน ผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 100

4. นักศึกษาที่ได้รับการเรียนการสอนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีการนำสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด ด้วยการใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลสำหรับการขายสินค้าหรือบริการเพื่อหารายได้ระหว่างเรียน คิดเป็นร้อยละ 100 และมีความพึงพอใจในการเรียน อยู่ในระดับมากที่สุด

**คำสำคัญ:** รูปแบบการเรียนการสอน; เสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด; วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร

## Abstract

Abstract The objectives of this research are 1) to study the current teaching and the need for learning condition using the current principles of Marketing 2) to develop the teaching model: Market MODEL to enhance the competency of the principles of Marketing 3) to run trials on the model 4) to evaluate the use of the model. The target groups were educational administrators, instructors, entrepreneurs, and higher vocational certificate students at Kamphaeng Phet Technical College and Uttaradit Vocational College. A mixed study design was used in this study, including qualitative and quantitative. Tools used in qualitative studies were questionnaires and assessments, qualitative data analysis using content analysis, and quantitative data analysis using statistics, percentage, frequency, mean, and standard deviation from t-tests.

The research findings showed:

1. The current teaching and the need for learning condition should be changed to emphasize the competency of the principles of Marketing. Instructors should: plan learning arrangements that are linked to students' jobs and their fields of study; focus on the important role of students using instructors as a guide; cooperate in organizing learning activities that enhance the students' competency in knowledge, skills, and attitudes; and evaluate results by observing real-life empirical behaviors, which are consistent with the needs of the establishments who want students who can apply their knowledge to the job in today's world.

2. The developed teaching and learning model consisted of 2 components:

- 1) the planning component, which includes Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical Evidence. 2) The teaching and learning activity component, which includes 6 steps as follows: M-Motivation, A-Analysis, R-Result, K-Knowledge Sharing, E-Evaluation, and T-Thinking to Create, or MARKET Model for short. Experts agreed that the model has high relevancy, appropriation, possibility, and usability.

3. The students who were taught by the developed teaching and learning model had significantly statistically higher learning scores in Marketing at 0.01. Their competency and attitude in the Principles of Marketing course passed the criteria in all 3 aspects with 80 percent, accounting for 100 percent.

4. The students who were taught by the developed teaching and learning model could utilize the competency of the principles of Marketing by using digital marketing tools to sell products and services to earn money while studying, accounting for 100 percent. Also, the students had the highest satisfaction in learning.

**Keywords:** Teaching and Learning Model; Enhancing the Competency of the Principles

## บทนำ

สังคมโลกในปัจจุบันต้องเผชิญกับความผันผวนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสารที่ไร้พรมแดนส่งผลให้เกิดวิทยาการและความรู้ใหม่ ๆ ขึ้นมากมาย มนุษย์ในยุคปัจจุบันจึงต้องมีความพร้อมในรับมือกับความผันผวนเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ การศึกษาในศตวรรษที่ 21 ครูจะต้องปรับวิธีคิดเปลี่ยนการสอน ปรับบทบาทจากเดิมที่ครูเป็นศูนย์กลางของความรู้มาเป็นผู้อำนวยการความสะอาดคอยชี้แนะเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดองค์ความรู้ด้วยตนเอง สอนเนื้อหาให้น้อยลงให้ผู้เรียนศึกษาเรียนรู้มากขึ้น เนื่องจากเมื่อผู้เรียนเป็นผู้รับฟังจากครูฝ่ายเดียว ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้ที่น้อย แต่ถ้าผู้เรียนได้ปฏิบัติลงมือทำด้วยตนเองผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้แบบคงทนถาวร วิธีการจัดการเรียนการสอนที่เป็นที่นิยมแพร่หลายในปัจจุบัน คือ การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติและการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ด้วย ดังนั้น จึงเป็นความท้าทายการทำงานในวิชาชีพครู ที่จะพัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีความทันสมัยอยู่เสมอและสามารถตอบสนองผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และจะต้องส่งเสริมผู้เรียนเกิดการเรียนด้านความรู้ ทักษะหรือกระบวนการ และคุณลักษณะหรือเจตคติ จนผสมผสานกันออกมาเป็นสมรรถนะของผู้เรียนและพัฒนาผู้เรียนอย่างเต็มที่ตามศักยภาพของแต่ละบุคคล โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ (สถาพร สมอุทัย, 2565)

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการเตรียมความพร้อมในการพัฒนากำลังคนของประเทศให้สามารถรองรับกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 21 และมุ่งเสนอแนวคิดการพัฒนาสังคมตามทิศทางการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการภาครัฐ โดยอธิบายถึงการขับเคลื่อนพัฒนาศักยภาพและโอกาสของคนรุ่นใหม่ สร้างความรู้ ทักษะ ความสามารถ และขับเคลื่อนการสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว การสร้างโอกาสและยกระดับการคุ้มครองทางสังคมสำหรับคนทุกช่วงวัย การพัฒนาทุนทางสังคม มีการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม เสริมเศรษฐกิจฐานรากสู่การเป็นหุ้นส่วนการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ส่งเสริมการลงทุนทางสังคมในรูปแบบใหม่ ปรับกลไกการขับเคลื่อนงานเชิงพื้นที่ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสังคมแบบองค์รวม เสริมสร้างพลเมืองที่มีส่วนร่วม พลเมืองตื่นรู้ และสังคมที่ยั่งยืน มุ่งพัฒนาองค์กรให้มีสมรรถนะและผลสัมฤทธิ์สูงเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ขับเคลื่อนการพัฒนาหลักสูตรสมรรถนะด้านดิจิทัล สำหรับข้าราชการและบุคลากรภาครัฐให้เข้าสู่กรอบมาตรฐานหลักสูตรในยุคดิจิทัล

เร่งรัดการดำเนินกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย และมุ่งเน้นส่งเสริมให้ทุกช่วงวัย มีศักยภาพอย่างเหมาะสม (ธีระพงษ์ ทศวัฒน์, 2566) สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักมาตรฐาน การอาชีวศึกษาและวิชาชีพ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ที่ได้กล่าวถึงคำว่า สมรรถนะ ในความหมายของงานอาชีพหรือวิชาชีพว่าหมายถึงความสามารถในการปฏิบัติงานอาชีพ โดยใช้ความรู้ ทักษะ และเจตคติที่บูรณาการกันอย่างแนบแน่น เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักมาตรฐาน การอาชีวศึกษาและวิชาชีพ, 2565)

สำหรับการปฏิรูปอาชีวศึกษาของประเทศไทยที่ผ่านมา มีข้อมูลจากรายงานการวิจัย จากสถาบันวิจัย เพื่อการพัฒนาประเทศ (Thailand Development Research Institute : TDRI) พบว่า อาจารย์ อาชีวศึกษาเกือบทั้งหมดไม่มีประสบการณ์การทำงานในภาคเอกชน ทำให้หลักสูตรอาชีวศึกษาเต็มไปด้วย เนื้อหาที่กำหนดโดยอาจารย์อาชีวศึกษาผู้ซึ่งไม่มีความรู้ความเข้าใจโลกของสถานประกอบการจริง เนื้อหา หลักสูตรที่ได้มาจึงมีลักษณะเป็น “เชิงวิชาการ” มากกว่า “เชิงปฏิบัติ” และไม่สามารถตอบสนองความต้องการ ของสถานประกอบการได้และพบว่ามีกลุ่มจังหวัดซึ่งมีผลคะแนนระดับต่ำกว่ามาตรฐานจำนวน 33 จังหวัดนั้น ส่วนใหญ่อยู่ในภาคอีสานและภาคกลางตอนบน เช่น อุบลราชธานี ชัยภูมิ หนองบัวลำภู กำแพงเพชร แม่ฮ่องสอน รวมทั้ง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นต้น (ณัฐสิริ รัชเกียรติวงศ์, 2563)

จากการศึกษาข้อมูลด้านเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่ผู้วิจัยได้สังเกตการณ์การเรียนการสอน และ สัมภาษณ์ครูผู้สอนและผู้เรียนได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนรายวิชาหลักการตลาดในระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พบว่า สภาพการจัดการเรียนการสอนโดยทั่วไป เป็นการสอน รวมกลุ่มใหญ่ทั้งชั้นเรียน โดยครูจะสอนโดยใช้วิธีการบรรยายตามเนื้อหาในแบบเรียนเป็นหลัก ครูเน้น การสอนเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงต่าง ๆ มากกว่ากระบวนการเรียนรู้ ผู้เรียนต้องจำความรู้ที่ครูสอนให้ได้มากที่สุด เพื่อนำไปใช้ในการสอบ ครูขาดทักษะและประสบการณ์ในการจัดการเรียนการสอนที่เน้นกระบวนการ จัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้เรียนส่วนใหญ่ยังไม่เคยชินกับบริบทของ การเรียนที่จะต้องทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม และแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสร้างรูปแบบการเรียนการสอนเพื่อเสริมสร้าง สมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมระหว่าง ครูกับนักศึกษา ในอันที่จะช่วยกันเสริมสร้างทักษะเด่นที่มีอยู่ในนักศึกษาให้มีความโดดเด่นและนำไปสู่ การพัฒนาสมรรถนะทางวิชาชีพการตลาดอย่างสร้างสรรค์ต่อไป นอกจากนี้รูปแบบการเรียนการสอนที่ผู้ วิจัยพัฒนาขึ้นในครั้งนี้ ยังจะเป็นต้นแบบให้กับสถานศึกษาในสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เพื่อนำไปจัดกิจกรรมการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้เรียนมีสมรรถนะรายวิชาและ สมรรถนะทางวิชาชีพตามมาตรฐานที่กำหนด

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการเกี่ยวกับการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร
2. เพื่อสร้างรูปแบบการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร
3. เพื่อทดลองใช้และยืนยันการใช้รูปแบบการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร
4. เพื่อประเมินผลการใช้รูปแบบการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร

## วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการเกี่ยวกับการเรียนการสอนตามสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร**

ขั้นตอนที่ 1.1 การศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนตามสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด โดยการศึกษาเอกสาร

ขั้นตอนที่ 1.2 การศึกษาสภาพปัจจุบันเกี่ยวกับการเรียนการสอน โดยใช้แบบสอบถามผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ครูผู้สอนสาขาวิชาการตลาด จำนวน 215 คน ที่สอนในสถานศึกษากลุ่มภาคกลาง สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) จำนวน 121 แห่ง

ขั้นตอนที่ 1.3 การศึกษาความต้องการของสถานประกอบการเกี่ยวกับการเรียนการสอน โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการประเภทการผลิต การค้าและการบริการ ที่มีความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ด้านการตลาดดิจิทัล จำนวน 18 คน

ขั้นตอนที่ 1.4 การยืนยันผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการเกี่ยวกับการเรียนการสอน โดยการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารสถานศึกษาของวิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชรจำนวน 2 คน 2) ครูผู้สอนที่เป็นผู้ที่มีอิสระในความคิด มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กล้าแสดงความคิดเห็นและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น จำนวน 8 คน 3) ผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความเข้าใจ

และประสบการณ์ด้านการตลาดดิจิทัล จำนวน 5 คน และ 4) นักศึกษาที่เรียนรายวิชาหลักการตลาด ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกนักศึกษากลุ่มที่มีลักษณะ เป็นผู้นำและมีลักษณะเป็นผู้ตาม จำนวน 8 คน รวมทั้งสิ้น 23 คน

**ขั้นตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ รายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิค กำแพงเพชร**

ขั้นตอนที่ 2.1 การสร้างรูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ รายวิชาหลักการตลาด โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผู้ให้ข้อมูล เป็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 คน

ขั้นตอนที่ 2.2 การตรวจสอบและประเมินคุณภาพรูปแบบและคู่มือการใช้รูปแบบที่พัฒนาขึ้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ผู้ให้ข้อมูล เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 17 คน

**ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้าง สมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัย เทคนิคกำแพงเพชร**

ขั้นตอนที่ 3.1 การทดลองใช้รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL กับนักศึกษาระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.1) ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ณ วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร จำนวน 98 คน

ขั้นตอนที่ 3.2 การยืนยันผลการใช้รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL กับนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.1) ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษา อุดรดิตถ์ จำนวน 59 คน

**ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลการใช้รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้าง สมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัย เทคนิคกำแพงเพชร**

ขั้นตอนที่ 4.1 การประเมินผลการนำสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด ด้วยการใช้เครื่องมือ การตลาดดิจิทัลสำหรับการขายสินค้าหรือบริการ เพื่อหารายได้ระหว่างเรียนของนักศึกษา จำนวน 98 คน

ขั้นตอนที่ 4.2 การประเมินผลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ ที่พัฒนาขึ้น จำนวน 98 คน

## ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการเกี่ยวกับการเรียนการสอนเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร พบว่า สภาพปัจจุบัน มีการจัดการเรียนรู้ไม่เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และความต้องการ คือ ควรจัดการเรียนการสอนที่เน้นสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาดเป็นแกนหลัก ควรมีการวางแผนการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับอาชีพที่ตรงกับสาขาวิชาของผู้เรียน โดยมุ่งเน้นบทบาทสำคัญของผู้เรียน มีครูเป็นผู้แนะนำ มีการร่วมมือกันจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาด้านความรู้ ทักษะและเจตคติของผู้เรียน มีใช้การพัฒนาเนื้อหาเป็นหลัก มีสื่อการสอนที่ทันสมัยและกิจกรรมการเรียนการสอนโดยการมีส่วนร่วมของผู้เรียน บรรยากาศในชั้นเรียนมีความสนุกสนาน และการเข้าใจได้ง่าย ผู้เรียนได้รับการพัฒนาสมรรถนะหลัก ที่สำคัญต่อการเรียนรู้ การใช้ชีวิต และการทำงาน ส่งผลให้มีเวลาในการพัฒนาตนเองและวางแผนอาชีพที่เหมาะสมกับตนเอง วิถีชีวิตและชุมชนได้มากขึ้น อีกทั้งมีการวัดและประเมินผล ที่มีความสอดคล้องกัน โดยวัดจากพฤติกรรม การปฏิบัติจริงและตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่ต้องการนักศึกษาที่สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับตัวเองในการประกอบอาชีพที่เหมาะสมกับยุค

2. ผลการสร้างรูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร พบว่า

2.1 ผลการสร้างรูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL มี 2 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านการวางแผน มี 7 ข้อ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) 2) องค์ประกอบด้านกิจกรรมการเรียนการสอน มี 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นสร้างแรงจูงใจ (M-Motivation) ขั้นคิดวิเคราะห์ (A-Analysis) ขั้นผลการเรียนรู้ (R-Result) ขั้นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (K-Knowledge Sharing) ขั้นประเมินผล (E-Evaluation) และขั้นคิดอย่างสร้างสรรค์ (T-Thinking to Create)

2.2 ผลการตรวจสอบรูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร มีผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก

3. ผลการทดลองใช้รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชา หลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร และวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ พบว่า

3.1 นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น ทั้งมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหลักการตลาดสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3.2 นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีสมรรถนะรายวิชา หลักการตลาด ผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 100

3.3 นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีเจตคติ ในรายวิชา หลักการตลาด ผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 100

4. ผลประเมินผลการใช้รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ รายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิค กำแพงเพชร พบว่า

4.1 นักศึกษาที่ได้รับการเรียนการสอนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีการนำสมรรถนะในรายวิชา หลักการตลาดไปใช้ในการหารายได้ระหว่างเรียน คิดเป็นร้อยละ 100

4.2 นักศึกษาที่ได้รับการเรียนการสอนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีความพึงพอใจในการเรียน อยู่ในระดับมากที่สุด

## อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการเกี่ยวกับการเรียนการสอนเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร พบว่า สภาพปัจจุบัน มีการจัดการเรียนรู้ไม่เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และความต้องการของสถานประกอบการและการจัดการสอนของครูยังมุ่งเน้นเนื้อหามากกว่าการเน้นสมรรถนะรายวิชาเป็นแกนหลัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ครูผู้สอนยังไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและการวัดประเมินผลที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิไลวรรณ มาตเลิง และ รัชชัย จิตรนันท์ (2565) ที่ได้ทำการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างสมรรถนะครูด้านการบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ครูมีความต้องการจำเป็นในการเสริมสร้างสมรรถนะครูด้านการบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา โดยเรียงลำดับจากความต้องการจากมากไปหาความต้องการน้อย ได้แก่ 1) ด้านการใช้สื่อ นวัตกรรม เทคโนโลยีเพื่อการจัดการเรียนรู้ 2) ด้านการสร้างและพัฒนาหลักสูตร 3) ด้านการออกแบบการเรียนรู้อื่นๆ 4) ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และ 5) ด้านการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

2. ผลการสร้างรูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชา หลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร พบว่า ผลการตรวจสอบรูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชา หลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร มีผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ารูปแบบการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้น ได้พัฒนาจากทฤษฎี แนวความคิด และรูปแบบการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียน ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และแก้ไขตามข้อเสนอแนะ เมื่อนำไปทดลองใช้พบว่ารูปแบบการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นนี้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของรูปแบบ คือ การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ที่เสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาด้านความรู้ ทักษะ และเจตคติของผู้เรียน และสอดคล้องกับแนวคิดของ จอยซ์และเวล (Joyce and Weil, 1986) ซึ่งสรุปแนวทางการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน คือ ควร มีทฤษฎีรองรับ ออกแบบให้เป็นกลาง ๆ ใช้สอนได้หลายเนื้อหาหรืออาจออกแบบเพื่อจุดมุ่งหมายการเรียน การสอนเฉพาะ มีจุดมุ่งหมายหลักเสมอและเมื่อสร้างรูปแบบการเรียนการสอนแล้วควรนำไปทดลองใช้ เพื่อตรวจสอบคุณภาพในเชิงการใช้ในสถานการณ์จริงก่อนนำไปเผยแพร่

3. ผลการทดลองใช้รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชา หลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร และวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ พบว่า นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหลักการตลาดสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีสมรรถนะ รายวิชาหลักการตลาด และมีเจตคติในรายวิชาหลักการตลาด ผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 100 ทั้ง ๆ ที่ในระยะแรกของการทดลองใช้รูปแบบการเรียนการสอน นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่กล้าแสดงพฤติกรรม การแสวงหาและการสร้างความรู้ต่าง ๆ ทั้งนี้อาจเกิดจากการขาดความมั่นใจในตัวเองและเป็นเรื่องใหม่ที่ นักศึกษาต้องคิดและแสดงออกด้วยตนเอง แต่จากผลการวิจัยกลับพบว่า นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียน การสอนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น สามารถมีผลการเรียนรู้สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เมื่อครูผู้สอนได้ทำความเข้าใจและปฏิบัติตามองค์ประกอบของรูปแบบทั้ง 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบ ด้านการวางแผน ทั้ง 7 ข้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อที่กำหนดให้การจัดการเรียนการสอนที่เน้นบทบาทสำคัญ ของครูผู้สอนและบทบาทสำคัญของผู้เรียนในการร่วมมือกันจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และครูผู้สอนต้องเปลี่ยน จุดเน้นจากการถ่ายทอดความรู้ตามเนื้อหาวิชามาเป็นการพัฒนาทักษะการคิด และเปิดโอกาสให้ ผู้เรียนได้คิดด้วยตนเองผ่านการแก้ปัญหาของเขาเอง และครูผู้สอนได้ปฏิบัติตามองค์ประกอบของรูปแบบ ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนทั้ง 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นสร้างแรงจูงใจ ขั้นคิดวิเคราะห์ ขั้นผล การเรียนรู้ ขั้นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ขั้นประเมินผล และขั้นคิดอย่างสร้างสรรค์

โดยในทุก ๆ ชั้นการสอนครูจะคอยให้แรงจูงใจแก่นักศึกษาได้แสดงออกอย่างเต็มที่ และมีโอกาสประเมินผลงานของตนเอง ทำให้นักศึกษาทุกคนได้พบความสำเร็จ ได้รับการยอมรับจากกลุ่มและครูจึงทำให้นักศึกษามีความ สามารถสร้างความรู้ด้วยตนเองได้ทำให้นักศึกษาเกิดความมั่นใจในตัวเอง มีข้อมูลความรู้ และได้สรุปผลการเรียนรู้เกิดองค์ความรู้ นำไปประยุกต์ใช้ในการฝึกคิดวิเคราะห์ตามใบงานได้อย่างมั่นใจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กิ่งแก้ว พรอภีรัชสกุล (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาใน รายวิชา MKT392 การจัดการโฆษณาและสื่อโฆษณาทางดิจิทัล มหาวิทยาลัยศรีปทุม พบว่า รูปแบบการเรียนรู้เชิงรุกมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยรวม ในทิศทางบวกอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.75 และรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุกมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ร้อยละ 59.6 โดยพบว่าด้านประสบการณ์ (AE) มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการปฏิบัติหรือประยุกต์แนวคิด (AP) และด้านเข้าใจและเกิดความคิดรวบยอด (AC) ตามลำดับ

4. ผลประเมินผลการใช้รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร พบว่า ผลการประเมินการนำสมรรถนะในรายวิชาหลักการตลาดไปใช้ในการหารายได้ระหว่างเรียน คิดเป็นร้อยละ 100 และนักศึกษามีความพึงพอใจในการเรียน อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะครูผู้สอนเปลี่ยนจุดเน้นจากการถ่ายทอดความรู้ตามเนื้อหาวิชามาเป็นการพัฒนาทักษะตามสมรรถนะรายวิชา และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติงานด้านการตลาดดิจิทัลเพื่อเป็นการหารายได้ระหว่างเรียน ด้วยการคิดด้วยตนเองผ่านการแก้ปัญหาของเขาเองจากกิจกรรมในชั้นคิดอย่างสร้างสรรค์ รวมถึงการจัดกิจกรรมการเรียนในขั้นตอนการคิดอย่างสร้างสรรค์ (T-Thinking to Create) ที่มีการนำแนวคิดการจัดการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมระหว่างครูในสาขาวิชาการตลาดได้เข้ามาช่วยส่งเสริมสนับสนุนสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาดของนักศึกษาให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มิตรชัย สมสำราญกุล (2565) ที่ได้พัฒนารูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับกระบวนการจัดการเรียนการสอนของครู พบว่าพบว่ากระบวนการจัดการเรียนการสอนของครูอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกระบวนการจัดการเรียนการสอนของครูหลังใช้รูปแบบ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนใช้รูปแบบ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัฐ สวัสดิพัชร์กุล และ สัญชัย พัฒนสิทธิ์ (2560) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลการใช้รูปแบบการเรียนการสอนตามแนวคอนสตรัคชันนิซึมเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ของนักศึกษาอาชีวะเกษตรของไทย พบว่า การพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาแต่ละภาคของไทยมีคะแนนความคิดสร้างสรรค์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักศึกษาอาชีวะเกษตรทั้ง 4 ภาคของไทยมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการเรียนการสอนบนเว็บตามแนวคอนสตรัคชันนิซึม เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 รูปแบบการเรียนการสอนแบบ MARKET MODEL เหมาะสำหรับผู้สอนที่ต้องการเปลี่ยนกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นจากการถ่ายทอดความรู้ตามเนื้อหารายวิชา มาเป็นการพัฒนาทักษะตามสมรรถนะรายวิชา

1.2 การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามรูปแบบการเรียนการสอนแบบ MARKET MODEL ควรเป็นลักษณะเป็น Active Learning โดยให้ผู้เรียนได้ลงมือกระทำและได้ใช้กระบวนการคิดเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้เรียนได้กระทำลงมือปฏิบัติให้มากที่สุด สื่อและแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายใบมอบหมายงานหรือใบงาน และเตรียมการวัดผลและประเมินผลตามสภาพจริงให้พร้อม

1.3 การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามรูปแบบการเรียนการสอนแบบ MARKET MODEL ให้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนการเรียนรู้ทั้ง 6 ขั้นตอน จะข้ามขั้นตอนหรือขาดขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไม่ได้ เพราะเป็นการจัดการเรียนรู้ที่แต่ละขั้นตอนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง มีลักษณะเป็นวงจร M-A-R-K-E-T

1.4 รูปแบบการเรียนการสอนแบบ MARKET MODEL ครูต้องมีลักษณะเป็นกัลยาณมิตร ยอมรับความคิดเห็นที่หลากหลายและแตกต่าง ทำหน้าที่สร้างแรงจูงใจให้คำปรึกษาแนะนำวิธีการเรียนต่าง ๆ เป็นผู้คอยส่งเสริมและช่วยเหลือให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ โดยครูจะต้องมีความยืดหยุ่น เพราะในการเรียนการสอนบางครั้งครูอาจไม่สามารถดำเนินการตามแผนการเรียนรู้ที่วางไว้ได้ทั้งหมด

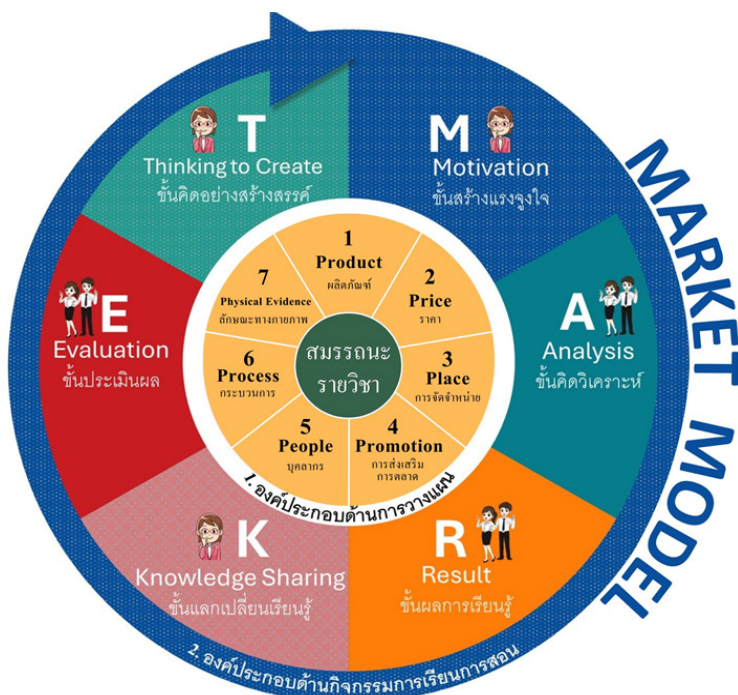
### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิจัยเพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของรูปแบบการเรียนการสอนแบบ MARKET MODEL ระหว่างการเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพกับการเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

2.2 ควรวิจัยเพื่อศึกษาประสิทธิภาพของรูปแบบการเรียนการสอนแบบ MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาอื่น ๆ ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน อาชีวศึกษาและอุดมศึกษา

## องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษา การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคกำแพงเพชร ผู้วิจัยเขียนภาพรูปแบบที่พัฒนาขึ้น แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบการเรียนการสอน MARKET MODEL เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะรายวิชาหลักการตลาด

## เอกสารอ้างอิง

- กิ่งแก้ว พรอภีร์เกษสกุล. (2564). รูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในรายวิชา MKT392 การจัดการโฆษณาและสื่อโฆษณาทางดิจิทัล มหาวิทยาลัยศรีปทุม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย.
- จิรัฐ สวัสดิ์พัชรกุล และ สัญชัย พัฒนสิทธิ์. (2560). ผลการใช้รูปแบบการเรียนการสอนตามแนคอนสตรัคชันนิซึมเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาอาชีวะเกษตรของไทย. วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 8(1), 231-240.

- ณัฐสิฏ รักษ์เกียรติวงศ์. (2559). การปฏิรูปอาชีวศึกษาของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก <http://tdri.or.th/2016/08/vocational-education-reform>
- ธีระพงษ์ ทศวัฒน์. (2566). การพัฒนาสังคมตามทิศทางการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการภาครัฐของไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์*, 11(1), 15-163.
- มิตรชัย สมสำราญกุล. (2565). การพัฒนารูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับกระบวนการจัดการเรียนการสอนของครูโรงเรียนดอนเมืองจาตุรจินดา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 7(3), 269-282.
- สถาพร สมอุทัย. (2565). “การนิเทศการศึกษา” หนึ่งตัวช่วยในการพัฒนาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 5(3), 275-288.
- สำนักมาตรฐานการอาชีวศึกษาและวิชาชีพ. (2563). *หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงพุทธศักราช 2557 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.