

การจัดเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด  
สำหรับนักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

**A PROBLEM-BASED LEARNING - TEACHING IN MARKETING  
MANAGEMENT FOR BACHELOR OF BUSINESS  
ADMINISTRATION, RAJAPHAT UNIVERSITY**

เพชรฯ บุดสีทา

PETCHARA BUDSEETA

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

apetchara@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชา การจัดการการตลาด และ ๒) เพื่อประเมินผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก สำหรับนักศึกษา โปรแกรมบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แหล่งข้อมูลคือ นักศึกษา โปรแกรมบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ที่เรียนวิชาการจัดการการตลาด ในภาคเรียนที่ ๒/๒๕๕๖ จำนวน ๔๐ คน ตัวแปรอิสระคือ การจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน ตัวแปรตาม คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษา และพฤติกรรมการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักของนักศึกษาที่เรียนด้วยการใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test Dependents ผลการวิจัย พบว่า ๑) ผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด สำหรับนักศึกษาโปรแกรมบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยชุดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ และพฤติกรรมการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาดของนักศึกษาได้คะแนนเฉลี่ยรวมทุกด้าน ร้อยละ ๘๒.๖๓ โดยคะแนนเฉลี่ยด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง ได้ร้อยละ ๘๓.๕๐ ด้านการแก้ปัญหา ร้อยละ ๘๓.๘๕ และด้านกระบวนการกลุ่ม ร้อยละ ๘๐.๕๕ ๒) ผลการประเมิน การจัดการเรียนชุดการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านปัจจัยนำเข้ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๓.๙๘) ด้านกระบวนการ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๔.๐๘) และด้านผลผลิต สามารถนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนอย่างได้ผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๔.๑๒)

**คำสำคัญ :** การจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก, วิชาการจัดการการตลาด

### Abstract

The purposes of this study were 1) teaching of a problem-based learning and 2) to evaluate problem-based learning in marketing management for marketing students ,Business management program, Rajabhat University. This research was divided into 2 steps as follows : The first step was to build and find the efficiency of problem-based in marketing administration. A researcher asked 2 marketing professors to consider the appropriateness of marketing contents, and 2 professors in problem-based learning to consider the suitability of contents, then rectify them . After that the researcher experimented with 5 students to investigate the certainty of language, alphabets , contents , times, and activities and experiment with 40 students to find the efficiency of problem-based learning in marketing administration. The tools used in this research consisted of Teacher look , Students look , 4 learning-teaching sets, academic achievement test , Ability evaluation in problem solving and learning teaching evaluation model. The data were analyzed by the analysis of percentage, means and standard deviation. The second step was evaluation of problem – based learning teaching in marketing administration. The sample were students taught by problem-based learning teaching in marketing administration. The tool for evaluation were evaluation form of a problem-based learning teaching in marketing administration, and the statistics used to analyze the data were means, and Standard deviation.

The results were as follows ; 1) After the experiment , The value of the academic in achievement , the problem-based learning teaching in marketing administration , was higher significantly than the pre-experiment at .01 level and every student had ability to solve the problem about 60 percent. 2) The opinions of students to word the problem-based learning in marketing administration for importation in the aspect of input , process, and output were at the high level.

**Keywords :** problem-based learning, marketing management

### บทนำ

การศึกษาในระดับอุดมศึกษามีจุดมุ่งหมายในการจัดการศึกษา เพื่อผลิตบัณฑิตในระดับสาขาวิชาต่าง ๆ ให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณลักษณะพึงประสงค์ อันได้แก่ มีคุณธรรมจริยธรรม มีความรู้ในสาขาวิชา เป็นกัลยาณมิตรและเป็นผู้สร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้ และทักษะในสาขาวิชาการเฉพาะทางให้มีความชำนาญมากยิ่งขึ้น มุ่งสร้างสรรค์ความก้าวหน้าและความเป็นเลิศทางวิชาการ โดยเฉพาะการศึกษาค้นคว้าวิจัย การจัดหลักสูตรอุดมศึกษาที่มุ่งที่จะพัฒนาบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถและทักษะอย่างเพียงพอที่จะแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง และเป็นที่ทราบกันทั่ว ๆ ไปว่า การจัดการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา ครู อาจารย์ส่วนใหญ่ใช้วิธีการเรียนการสอนโดยการบอกเล่า นิสิตและนักศึกษาเป็นผู้ฟังและจดบันทึก เน้นการสอนแบบท่องจำเป็นหลัก ขาดการฝึกปฏิบัติอย่างจริงจัง (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, ๒๕๕๑, หน้า ๘๔) ซึ่งวิธีการดังกล่าวได้ส่งผลให้นักศึกษาไม่สามารถต่อยอดความรู้ ไม่มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาคำตอบ พิสูจน์ข้อเท็จจริง หรือไม่สามารสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้ โดยเฉพาะในปัจจุบันนี้การที่จะสั่งสอนให้นักศึกษามีความรู้ด้านเนื้อหา (contents) อย่างเดียว คงไม่เพียงพอในการจัดการเรียนการสอน ควรสอนให้นักศึกษารู้จักวิธีการแสวงหาความรู้จากสิ่งแวดล้อมมากกว่าเนื้อหาสำเร็จรูป (สมหวัง