# การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด

# The Development of Learning Achievement on Online Sales Using Active Learning Management for Second Year Vocational Certificate Students in Marketing Program

**สุธาทิพย์ อ่อนวัช[1*] , ธัญญลักษณ์ แซ่ลิ่ม[2] และ พล เหลืองรังษี[3]**

**Sutatip Onwat[1*], Thanyaluck Sae-lim[2] and Pol Luangrangsee[3]**

[1,2] นักศึกษาระดับปริญญาโท, สาขาหลักสูตรและการสอน, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

[1,2] Graduate Student, Department of Curriculum and Instruction, Faculty of Education and Liberal Arts, Hatyai University.

[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาหลักสูตรและการสอน), มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

[3] Asst. Prof., Ph.D., Lecturer of Master of Education Program (Curriculum and Instructions), Hatyai University.

[*]**Corresponding author, E-mail:** sutatip.onw27@hu.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ก่อนเรียนและหลังเรียน ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเรียนโดยใช้ การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติเรื่องการขายออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 12 คน โดยการสุ่มอย่างง่ายแบบจับสลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Wilcoxon Signed Ranks Test

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนได้คะแนนเฉลี่ย 11.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.02 ผลสัมฤทธิ์หลังเรียนได้คะแนนเฉลี่ย 16.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.14 ค่า z เท่ากับ 3.08 แสดงว่านักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01และนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 มีความพึงพอใจในการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

**คำสำคัญ:** ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, การขายออนไลน์, การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ

**Abstract**

This research aims to compare the learning achievement in online selling before and after instruction among second-year vocational certificate students majoring in Marketing. It also aims to study the students' satisfaction with learning through hands-on learning management in the topic of online selling. The sample group consisted of 12 second-year vocational certificate students majoring in Marketing in the second semester of the academic year 2024, selected using simple random sampling by drawing lots. The research instruments included a learning management plan, an achievement test, and a satisfaction questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and the Wilcoxon Signed Ranks Test.

The research findings revealed that the second-year vocational certificate students had significantly higher learning achievement in online selling after participating in hands-on learning management compared to before the instruction, with statistical significance at the .01 level. The pre-instruction achievement score had a mean of 11.67 and a standard deviation of 2.02, while the post-instruction achievement score had a mean of 16.25 and a standard deviation of 1.14. The z-value was 3.08, indicating that the students' post-instruction learning achievement was significantly higher than their pre-instruction achievement at the .01 level. Furthermore, the students' satisfaction with learning about online selling through hands-on learning management was at a high level.

**Keywords:** learning achievement, Online Sales, Active Learning Management

**บทนำ**

ปัจจุบันไทยมีผู้ใช้งาน Internet 63.2 ล้านคน หรือคิดเป็น 88% ของประชากรทั้งหมด และมีผู้ใช้งาน Social Media 49.1 ล้านคน หรือคิดเป็น 68.3% ของประชากรทั้งหมด โดยชาว Gen Y เป็นกลุ่มที่มีการใช้งาน Internet และ Social Media สูงสุด ขณะที่ชาว Baby Boom เป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและจะกลายเป็นหนึ่งในผู้ใช้ Social Media กลุ่มหลักที่สำคัญต่อตลาด E-Commerce ธุรกิจต่าง ๆ ให้ความสนใจและหันมาทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยมีอย่างน้อย 2 แพลตฟอร์มเพื่อใช้ทำการตลาดกับผู้บริโภคและส่วนใหญ่เลือกใช้ Facebook เป็นช่องทางหลัก แต่เมื่อพิจารณาระหว่างความสนใจของผู้บริโภคและการเลือกใช้แพลตฟอร์มของแต่ละธุรกิจ พบว่าในแต่ละแพลตฟอร์มยังมีช่องว่างให้ผู้ประกอบการเข้าไปทำตลาดกับผู้บริโภคได้อีกมาก การเข้าถึง Internet, Social Media และ Smart Phone บวกกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า/บริการ ผ่านช่องทางออนไลน์ของคนไทยที่ได้รับความนิยมต่อเนื่อง ทำให้มูลค่าตลาด E-Commerce ของไทยมีโอกาสเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยปีละ 9.6% ขึ้นไปอยู่ที่ 6.77-7.47 แสนล้านบาท ในระหว่างปี 2567-2568 โดยกลุ่มสินค้าที่คนไทยหันมาซื้อผ่านตลาด E-Commerce มากขึ้น พบว่าแพลตฟอร์มยอดนิยมของคนไทยยังคงเป็น Facebook และ Line ที่มีสัดส่วนการใช้งานในปี 2567 สูงถึง 91.5% และ 90.5% ของผู้ใช้งาน Internet (วีระยา ทองเสือ, 2567)

การขายออนไลน์ (E-Commerce) ได้กลายเป็นช่องทางสำคัญในการขับเคลื่อนการขายสินค้าในยุคดิจิทัล เนื่องจากความสะดวกสบายที่มอบให้กับผู้บริโภคและโอกาสในการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น

สำหรับผู้ประกอบการ จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) พบว่า มูลค่า E-Commerce ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี และคาดว่าจะเติบโตอย่างก้าวกระโดดในอนาคต นับเป็นช่องทางที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการขับเคลื่อนการขายสินค้า ในยุคดิจิทัลอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต ที่ไม่จำเป็นต้องมีการติดต่อกันโดยตรงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย หรือที่เรียกติดปากกันคือ การขายของออนไลน์ และมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นช่องทางใหม่สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย ซึ่งถือเป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยสร้างโอกาสในการขยายช่องทางการค้าขายให้ผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้น และเป็นตัวช่วยหนึ่งในการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและตรงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีทั้งบนแพลตฟอร์มเว็บไซต์ตัวกลางขายของออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Shopee, Lazada, TikTok หรือจัดทำเว็บไซต์เป็นของตัวเอง มีไอเดีย ขายของออนไลน์ทั้งการขายสินค้าหรือให้บริการได้หลากหลายรูปแบบ เป็นวิธีที่ดีในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก เพราะปัจจุบันสังคมออนไลน์ถือเป็นสื่อหลักที่ช่วยในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้อย่างดีเยี่ยม ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ดังนั้นจึงถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการช่วยขยายแบรนด์ ซึ่งช่วยเพิ่มฐานลูกค้าและขยายฐานธุรกิจออกไป เลือกวางแผนการค้าขายได้แบบระยะยาวทำเป็นอาชีพหลักเพื่อสร้างการค้าขายที่มั่นคงได้ในอนาคต (เรือนทิพภา วงษ์ศิริ, 2559)

จากประสบการณ์การสอนที่ผ่านมาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ขาดความรู้ การคิด และไม่มีทักษะในการลงมือปฏิบัติจริง เห็นได้จากการมอบหมายชิ้นงานโดยการสร้างช่องทางการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์พบว่า นักเรียนไม่สามารถสร้างช่องทางการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งการสอนแบบทฤษฎีมีข้อจำกัด ทำให้นักศึกษาไม่สามารถจำขั้นตอนการปฏิบัติได้ทั้งหมด ส่งผลต่อการเรียนรู้และการขายออนไลน์ เป็นวิชาสำหรับนักเรียนประกาศนียบัตรปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด โดยนักเรียนไม่มีความรู้พื้นฐานของการขายออนไลน์และไม่สามารถลงมือปฏิบัติจริงได้ ซึ่งในการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั่นมีสิ่งสำคัญคือ ผู้บริโภค ธุรกิจจึงมีแข่งขันกันอย่างมากในด้านความคิดสร้างสรรค์และเทคนิคการขายที่น่าสนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการให้ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด รวมถึงการหาช่องทางการขายออนไลน์จากช่องทางต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จึงมีการนำวิธีการให้นักเรียนลงมือทดลองสร้างช่องทางการขายออนไลน์ขึ้นมาเสมือนจริง ตามกระบวนการ Learning by Doing และสอบวัดผลหลังปฏิบัติจริง เพื่อให้นักเรียนมีความรู้และทักษะในการขายออนไลน์ได้ชัดเจน การออกแบบชุดการสอนให้เหมาะสมกับความสามารถและความแตกต่างของผู้เรียน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของนักเรียนและมุ่งไปสู่นักการตลาดที่มีคุณภาพในอนาคต

การเรียนการสอนแบบ Active Learning Management เป็นแนวคิดการเรียนการสอนที่เชื่อว่าการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ จะทำให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนทักษะต่าง ๆ ตลอดจนเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกใฝ่เรียนตามไปด้วย โดยการเรียนการสอนแบบ Active Learning Management ผู้สอนหรือครูอาจารย์จะต้องลดการให้ความรู้กับผู้เรียนโดยตรง และเปลี่ยนมาเป็นการสนับสนุนหรือส่งเสริมให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติ ศึกษา หรือค้นคว้าสิ่งที่ผู้เรียนสนใจด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดความกระตือรือร้นและสามารถเพิ่มพูนทักษะต่าง ๆ ได้มากยิ่งขึ้น การเรียนการสอนของวิชาชีพ ลักษณะวิชาส่วนใหญ่เป็นทั้งภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติและมีการฝึกปฏิบัติจริง อาจารย์ผู้สอนต้องมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เรียนเข้าใจและสามารถปฏิบัติได้จริงมีคุณธรรม จริยธรรม มีความพร้อมทั้งสติปัญญาที่จะแก้ไขปัญหา และสามารถปรับตัวให้กับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ได้อย่างเหมาะสมกับสภาพของสังคม การเมือง เทคโนโลยี เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถในการใช้กระบวนการเทคโนโลยีและการจัดการที่เหมาะสมกับความต้องการของสถานประกอบการ เพื่อให้สามารถออกไปประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (โกมล ไพศาล, 2554)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด โดยใช้กระบวนการสอน Active Learning Management ซึ่งหน่วยการเรียนรู้ดังกล่าวเป็นหน่วยการเรียนที่ผู้เรียนสามารถจะฝึกทักษะด้านการการขายออนไลน์ และความคิดสร้างสรรค์ในการขาย ให้สอดคล้องกับผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตและสังคมและเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นักเรียนประสบความสำเร็จ ในด้านการเรียนและการดำเนินชีวิตในอนาคตต่อไปได้

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ที่เรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติก่อนเรียนกับหลังเรียน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเรียนโดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เรื่องการขายออนไลน์ของนักเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด
3. การพัฒนาชุดการสอนแบบออนไลน์ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นเครื่องมือการเรียนรู้

**สมมติฐานการวิจัย**

ผลสัมฤทธิ์การเรียนเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เรื่องการขายออนไลน์โดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

**แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด**

สถาพร พฤฑฒิกุล (2558) การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ มุ่งเน้นไปที่แนวคิดและกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Learner-Centered Approach) เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสร้างสรรค์ทางปัญญา (Constructivism) ที่เน้นกระบวนการเรียนรู้มากกว่าเนื้อหาวิชา เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่องโยงความรู้ หรือสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นในตนเอง ด้วยการลงมือปฏิบัติจริงผ่านสื่อ หรือกิจกรรมการเรียน ที่มีครูผู้สอนเป็นแนะนำ กระตุ้น หรืออำนวยความสะดวก ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ขึ้นโดยกระบวนการคิดขั้นสูง กล่าวคือ ผู้เรียนมีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการประเมินค่าจากสิ่งที่ได้รับจากกิจกรรมการเรียนรู้ ทำให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีความหมายและนำไปใช้ในสถานการณ์อื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นนทลี พรธาดาวิทย์ (2559) การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เป็นวิธีการที่ผู้สอนสร้างสิ่งแวดล้อมในการเรียนรู้ให้ผู้เรียน โดยผู้เรียนทำกิจกรรมในระหว่างเวลาเรียน ครูต้องเป็นผู้รู้และเชี่ยวชาญในเนื้อหาที่ทันสมัย รู้กระบวนการที่จะพัฒนาวิธีการเรียนรู้และใช้วิธีการ เพื่อที่จะถ่ายทอดเนื้อหาสร้างมาตรฐานการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมในชั้นเรียน เป็นผู้ให้คำแนะนำอำนวยความสะดวกในชั้นเรียน ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต และมีการสะท้อนผลการสอนเพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนรู้

สุนิสา ตรงจิตร์ (2559) ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronics Marketplace (E-Marketplace) หรือการซื้อขายออนไลน์ เป็นเว็ปไซต์สื่อกลางการติดต่อซื้อ-ขาย แหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ในการรวบรวมข้อมูลผู้ซื้อ-ผู้ขาย สินค้าและบริการ ธุรกิจ ร้านค้า จำนวนมาก โดยเปิดให้ผู้ซื้อ-ผู้ขายเข้ามาทำการติดต่อซื้อ-ขาย รูปแบบใหม่ที่ปรับเปลี่ยนกระบวนการทางการค้า และตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้กิจกรรมทางการตลาดกระบวนการซื้อ-ขาย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค ณ ปัจจุบันด้วยการนำเสนอสินค้า และบริการผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการใช้เว็ปไซต์ตลาดกลางพาณิชย์เป็นเครื่องมือในการทำการตลาดนั้น ก่อให้เกิดผลดีมากมายแก่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (2561) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออีคอมเมิร์ซ เป็นการทำธุรกรรมซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อในการนำเสนอ รวมถึงการสื่อสารกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้ผู้เข้าใช้บริการได้ทุกที่ สามารถเข้าถึงร้านได้สะดวกและตลอด 24 ชม.

จิรายุทธิ์ อ่อนศรี (2564) การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้ลงมือกระทำและได้ใช้กระบวนการคิดเกี่ยวกับสิ่งที่เขาได้กระทำลงไป เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภายใต้สมมติฐานพื้นฐาน 2 ประการคือ 1) การเรียนรู้เป็นความพยายามโดยธรรมชาติของมนุษย์ 2) แต่ละบุคคลมีแนวทางในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน โดยผู้เรียนจะถูกเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับความรู้ ไปสู่การมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้

สรุปได้ว่า การเรียนรู้จากการปฏิบัติ เป็นกระบวนการเรียนรู้การทำงานจากการปฏิบัติจริง ที่ผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ รวมกันคิดวิเคราะห์ วางแผน และออกแบบ เพื่อแก้ไขปัญหา ก่อให้เกิดการพัฒนาทักษะความสามารถต่อยอดสู่การสร้างความรู้ และอาจเกิดนวัตกรรมได้

ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronics Marketplace (E-Marketplace) หรือการขายออนไลน์ คือตลาดกลางรวบรวมสินค้าและร้านค้าจำนวนมาก เพื่อเป็นสื่อกลางในการซื้อ-ขายสินค้าระหว่างกัน โดยรูปแบบของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะเป็นการบริการในรูปแบบของเว็ปไซต์ที่เปิดให้บริการโดยสามารถนำข้อมูลธุรกิจและข้อมูลสินค้าไปใส่ไว้ในตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เหล่านั้น ได้ในรูปแบบของการสร้างเว็ปไซต์สินค้า

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

สุณิสา ตรงจิตร์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพล และส่งผลกระทบต่อความคาดหวังของลูกค้าได้ประกอบไปด้วย 8 ปัจจัย โดยเรียงความภักดีในตราสินค้า, ปัจจัยด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และราคา, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และการให้ข้อมูลข่าวสารโปรโมชัน, ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการให้บริการส่วนบุคคล, ปัจจัยการรับรู้ถึงแบรนด์ และปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ของสินค้าและการต่อรองราคา ตามลำดับ สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลมีเพียงปัจจัยเดียว คือ การศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จุฑาทิพย์ แก่นสิงห์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee TH ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี สถานภาพโสด, หย่าร้าง, หม้าย และ

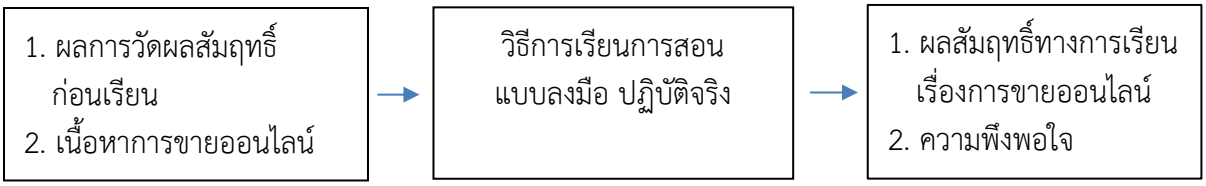
แยกกันอยู่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน, นิสิต และนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee TH เฉลี่ย 454.73 บาทต่อครั้ง

สุริยะ หาญพิชัย (2562) ได้ศึกษาการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาท้องถิ่นศึกษา โดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือทำ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาท้องถิ่นศึกษาโดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือทำหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนในรายวิชาท้องถิ่นศึกษา โดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือทำโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่ามากที่สุดคือความพึงพอใจด้านประโยชน์ที่ได้รับ รองลงมาคือ ด้านบรรยากาศการเรียน ด้านกิจกรรมการเรียน และด้านเนื้อหา

รักษ์ศิกา ณ เชียงใหม่ (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากการลงมือปฏิบัติจริง เรื่องการปลูกผักปลอดสารพิษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากการจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริงหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**กรอบแนวคิดการวิจัย**

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวข้องกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ของนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ในการวิจัยเป็นแผนภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดการวิจัย

**วิธีดำเนินการวิจัย**

**ประชากรในการวิจัย**

นักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพหลวงประธานราษฎร์นิกร นักเรียน จำนวน 2 ห้อง จำนวน 55 คน

**กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาการตลาด จำนวน 1 ห้องเรียน รวม 12 คน วิทยาลัยการอาชีพหลวงประธานราษฎร์นิกร ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ซึ่งได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบบจับสลาก

**ผลการหาคุณภาพเครื่องมือ**

1. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การขายออนไลน์ ด้วยเนื้อหาการเรียนรู้ที่ประกอบด้วย ก่อนเรียน และหลังเรียน เป็นแบบทดสอบชุดเดียวกัน ภาพการออกแบบรูปภาพสำหรับการขาย, การออกแบบเนื้อหา (Content) ทางการตลาด, การนำเนื้อหา (Content) มาประยุกต์ใช้, การเลือก

แพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับเนื้อหา (Content), การวิเคราะห์เนื้อหา (Content) ร่วมกันภายในชั้นเรียน ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มีค่า IOC 0.67 – 1.00

2. แบบทดสอบความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เรื่อง การขายออนไลน์ โดยกำหนดคะแนนความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ดังนี้

| | |
|---|---|
| ระดับน้อยที่สุด | กำหนดให้ 1 คะแนน |
| ระดับน้อย | กำหนดให้ 2 คะแนน |
| ระดับปานกลาง | กำหนดให้ 3 คะแนน |
| ระดับมาก | กำหนดให้ 4 คะแนน |
| ระดับมากที่สุด | กำหนดให้ 5 คะแนน |

แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คนมีค่า IOC 0.67 – 1.00

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. ทดสอบด้วยแบบวัดผลทดสอบก่อนเรียน (Pre-Test) เรื่องการขายออนไลน์ แบบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ

2. สอนโดยใช้ใบงานร่วมกับการลงมือปฏิบัติ เรื่องการขายออนไลน์ เป็นระยะเวลา 12 ชั่วโมง

3. แบบวัดผลทดสอบหลังเรียน (Post-Test) แบบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ ใช้ข้อสอบชุดเดียวกันกับก่อนเรียนสลับข้อคำถาม ร่วมกับการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียนเรื่องการขายออนไลน์

4. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียน เรื่อง การขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

1. ร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
4. สถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย t-test 2 กลุ่มสัมพันธ์ โดยใช้สถิติ Wilcoxon Signed Ranks Test

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหา ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำข้อมูลมาแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

| | |
|---|---|
| ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 | แปลความได้ว่า มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 | แปลความได้ว่า มีความพึงพอใจระดับมาก |
| ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 | แปลความได้ว่า มีความพึงพอใจระดับปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 | แปลความได้ว่า มีความพึงพอใจระดับน้อย |
| ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 | แปลความได้ว่า มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด |

2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มสัมพันธ์ โดยใช้สถิติ Wilcoxon Signed Ranks Test

**ผลการวิจัย**

การวิจัยเรื่องการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

**ตอนที่ 1 วิเคราะห์เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์เรื่องเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด**

**ตารางที่ 1** แสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด

| ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษ | $\bar{X}$ | S.D. | Z | Asymp. Sig. |
|---|---|---|---|---|
| ก่อนเรียน | 11.67 | 2.02 | 3.08** | .002 |
| หลังเรียน | 16.25 | 1.14 | | |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนได้คะแนนเฉลี่ย 11.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.02 ผลสัมฤทธิ์หลังเรียนได้คะแนนเฉลี่ย 16.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.14 ค่า z เท่ากับ 3.08 แสดงว่านักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

**ตอนที่ 2** แสดงผลการประเมินความพึงพอใจในการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด

**ตารางที่ 2** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจที่มีต่อแบบสอบถามความพึงพอใจเรื่องการขายออนไลน์แบบลงมือปฏิบัติ ด้านการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

| รายการประเมิน | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. แลกเปลี่ยนการเรียนรู้โดยวิธีที่หลากหลาย | 4.67 | 0.62 | มากที่สุด |
| 2. มีโอกาสค้นหาคำตอบสิ่งที่สนใจด้วยตนเอง | 4.50 | 0.65 | มาก |
| 3. ฝึกการสร้างสรรค์ความรู้ด้วยตนเอง | 4.54 | 0.63 | มากที่สุด |
| 4. มีโอกาสคิด/วางแผนนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ | 4.17 | 0.69 | มาก |
| **ภาพรวม** | **4.47** | **0.65** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 2 พบว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ด้านการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นประเด็นเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ แลกเปลี่ยนการเรียนรู้โดยวิธีที่หลากหลาย ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.62) ฝึกการสร้างสรรค์ความรู้ด้วยตนเอง ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.63) มีโอกาสค้นหาคำตอบสิ่งที่สนใจด้วยตนเอง ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.65) และมีโอกาสคิด/วางแผนนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.69)

**ตารางที่ 3** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจที่มีต่อแบบสอบถามความพึงพอใจเรื่องการขายออนไลน์แบบลงมือปฏิบัติ ด้านกระบวนการเรียนรู้

| รายการประเมิน | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. มีโอกาสในการลงมือปฏิบัติ/แลกเปลี่ยนความคิดในระหว่างเรียน | 4.83 | 0.37 | มากที่สุด |
| 2. เรียนรู้ร่วมกันกับเพื่อนในชั้นเรียน | 4.42 | 0.76 | มาก |
| 3. ผู้สอนและเพื่อนในชั้นเรียนเอาใจใส่ช่วยเหลือกันเสมอ | 4.75 | 0.43 | มากที่สุด |
| 4. ได้แสดงความคิดเห็น/ซักถามในชั้นเรียน | 4.17 | 0.80 | มาก |
| 5. ร่วมกิจกรรมในการเรียนทุกกิจกรรม | 4.00 | 0.82 | มาก |
| **ภาพรวม** | **4.43** | **0.64** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 3 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ด้านกระบวนการเรียนรู้ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นประเด็นเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ มีโอกาสในการลงมือปฏิบัติ/แลกเปลี่ยนความคิดในระหว่างเรียน ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.37) ผู้สอนและเพื่อนในชั้นเรียนเอาใจใส่ช่วยเหลือกันเสมอ ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.43) เรียนรู้ร่วมกันกับเพื่อนในชั้นเรียน ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.80) ได้แสดงความคิดเห็น/ซักถามในชั้นเรียน ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.80) และร่วมกิจกรรมในการเรียนทุกกิจกรรม ($\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.82)

**ตารางที่ 4** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจที่มีต่อแบบสอบถามความพึงพอใจเรื่องการขายออนไลน์แบบลงมือปฏิบัติ

| รายการประเมิน | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. ด้านการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ | 4.56 | 0.52 | มากที่สุด |
| 2. ด้านกระบวนการเรียนรู้ | 4.54 | 0.61 | มากที่สุด |
| **ภาพรวม** | **4.55** | **0.57** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 4 พบว่า การประเมินความพึงพอใจของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่มีต่อการเรียน เรื่องการขายออนไลน์โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ทั้งหมด 2 ด้าน มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.57) ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้ ด้านการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.52) และด้านกระบวนการเรียนรู้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.61)

## สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด โดยมีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนได้คะแนนเฉลี่ย 11.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.02 ผลสัมฤทธิ์หลังเรียนได้คะแนนเฉลี่ย 16.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.14 ค่า z เท่ากับ 3.08

แสดงว่านักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สาเหตุเนื่องจากให้นักเรียน ได้ลงมือปฏิบัติจริงเรื่องการขายออนไลน์ และมีการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวดี สิงสีทา (2561) ศึกษาการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนที่ได้รับการทดสอบย่อยทุกสัปดาห์กับการทดสอบย่อยเมื่อจบหน่วยเรียน วิชาการบัญชีบริษัท จำกัด ของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์ พาณิชยการ ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนวิชาการบัญชีบริษัท จำกัด ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พาณิชยการนั้นแตกต่างกัน โดยที่ค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์หลังเรียนรายวิชาการบัญชีบริษัท จำกัด 9.03 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียน 7.38

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 ที่มีต่อการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการขายออนไลน์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ทั้งหมด 2 ด้าน มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.57) ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้ ด้านการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.52) และด้านกระบวนการเรียนรู้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเรียนรู้ ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านกระบวนการเรียนรู้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร เฟื่องฟู (2560) ได้ทำการวิจัยศึกษา การพัฒนาชุดกิจกรรมการอ่านจับใจความ โดยใช้เทคนิค 5W1H เพื่อส่งเสริมการอ่าน กลุ่มสาระการเรียนรู้วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อชุดกิจกรรม การอ่านจับใจความ โดยใช้เทคนิค 5W1H ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ อรรถพร คาคม (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่าง ๆ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการจัดการเรียนรู้โดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เรื่องการขายออนไลน์ของนักเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการขายออนไลน์ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 สาขาการตลาด ที่เรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติก่อนเรียนกับหลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.67 และ 16.25 โดยคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**ข้อเสนอแนะ**

**1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้**

1.1 ครูผู้สอนสามารถนำการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติเรื่องการขายออนไลน์ ไปใช้พัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขายออนไลน์ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 ระดับชั้นอื่นในโรงเรียนได้เช่นเดียวกัน

1.2 ครูผู้สอนควรมีความเข้าใจพื้นฐานต่อนักเรียนรายบุคคล เพราะแต่ละคนมีพื้นฐานที่แตกต่างกันในด้านของการสื่อสารและการแสดงออก ดังนั้นครูผู้สอนจึงควรเลือกใช้เทคนิค รูปแบบการสอนเนื้อหาหรือบทความ ที่มีความยากง่ายเหมาะสมกับระดับชั้นเรียนและศักยภาพของผู้เรียน

**2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบสมรรถนะการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน ก่อนเรียนกับหลังเรียนเพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าผลหลังการใช้ของทั้งสองมีความแตกต่างกันอย่างไร

2.2 ควรมีการนำการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้รูปแบบการลงมือปฏิบัติไปใช้ศึกษาในรายวิชาอื่น

**เอกสารอ้างอิง**

จิรายุทธิ์ อ่อนศรี. (2564). การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้ลงมือกระทำและได้ใช้กระบวนการคิดเกี่ยวกับสิ่งที่เขาได้กระทำลงไป. สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2568 จาก http://www.nwm.ac.th/nwm/wpcontent/uploads/2018/07/

จุฑาทิพย์ แก่นสิงห์ (2560). ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee TH ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ดวงพร เฟื่องฟู (2560) การพัฒนา ชุดกิจกรรมการอ่านจับใจความ โดยใช้เทคนิค 5W1H เพื่อส่งเสริมการอ่าน กลุ่มสาระการเรียนรู้วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตคริสเตียนวิทยา ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อชุดกิจกรรม การอ่านจับใจความ โดยใช้เทคนิค 5W1H นักศึกษาหลักสูตร (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต) สาขาหลักสูตรและการสอน วิทยาลัยครุศาสตร์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.

นนทลี พรธาดาวิทย์ (2559). การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เป็นวิธีการที่ผู้สอนสร้างสิ่งแวดล้อมในการเรียนรู้ให้ผู้เรียน. กรุงเทพฯ: ทริป เพิ้ลเอ็ดดูเคชั่น.

รักษ์ศิกา ณ เชียงใหม่ (2566). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากการลงมือปฏิบัติจริงเรื่องการปลูกผักปลอดสารพิษ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านสันกำแพง. คณะเทคโนโลยีการเกษตร. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, จังหวัดเชียงใหม่

เรือนทิพภา วงษ์ศิริ. (2559). การขายออนไลน์ (E-Commerce): การศึกษาและวิจัยเรื่อง การขายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันและนวัตกรรมใหม่ล่าสุดจากบริษัท บัซซี่บีส์ จำกัด (ปริญญาวิทยาศาสตร์บัณฑิต) สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ. สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, กรุงเทพฯ.

วิภาวดี สิงสีทา. (2561). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระหว่างก่อนและหลังเรียน วิชาการบัญชีบริษัท จำกัด ของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ. รายงานการวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาทางการศึกษา กรุงเทพฯ: วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ.

วีระยา ทองเสือ. (2567). แพลตฟอร์มยอดนิยมของคนไทยยังคงเป็น Facebook และ Line ที่มีสัดส่วนการใช้ งานในปี 2567. สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2568 จาก https://www.facebook.com/brandageonline/posts/pfbid02CSTmxv3sGFp3qhpNBf4PLDLCiAVurPzCeFvGJHww6bgnRwWzVTMfZAeJPGgnmiKul

สถาพร พฤฑฒิกุล. (2558). การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ มุ่งเน้นไปที่แนวคิดและกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ คณะเทคโนโลยีการเกษตร. มหาวิทยาลัยบูรพาวิทยาเขตสระแก้ว, สระแก้ว.

สุณิสา ตรงจิตร์ (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace). (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สุริยะ หาญพิชัย (2562). ได้ศึกษาการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาท้องถิ่นศึกษาโดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือทำ. วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, 4(1), 15-26.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. (2561). พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออีคอมเมิร์ซ เป็นการทำธุรกรรมซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต. สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2568 จาก https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/terminology/%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A1-E/252.aspx

อาภากุญช์ กมลฉ่ำ (2563). ประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์ในการซื้อสินค้าแบรนด์หรูผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-MARKETPLACE). (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต) การบริหารการตลาด สาขาวิชาการบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

อรรถพร คาคม. (2546). การให้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์: ศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฝ่ายกิจการสาขากรุงเทพและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.