

แนวทางการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติร่วมกับชุมชน
เพื่อเสริมสร้างผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนทางการตลาด*
AN INTEGRATED LEARNING MANAGEMENT APPROACH THROUGH
COMMUNITY-BASED PRACTICAL ACTIVITIES FOR ENHANCING LEARNING
OUTCOMES IN MARKETING EDUCATION

กันยณัฏฐ์ สุวรรณอ่อน^{1*}, ปทุมวรรณ ทองตราชู¹, มณีรัตน์ รัตนพันธ์¹, ชุตินา ทศโร²
Kannipat Suwan-on^{1*}, Patumwan Thongtrachou¹, Maneerat Rattanaphan¹, Chutima Thutsaro²

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา ประเทศไทย

¹Hatyai Business School, Hatyai University, Songkhla, Thailand

²คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา ประเทศไทย

²Faculty of Education and Liberal Arts, Hatyai University, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail: kannipat@hu.ac.th

*Tel: 089-463-3469

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติร่วมกับชุมชนเพื่อพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนด้านการตลาด โดยสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การเรียนรู้แบบบูรณาการร่วมกับชุมชน การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้แบบเน้นผลลัพธ์ ภายใต้บริบทการศึกษาด้านการตลาด บทความมุ่งอธิบายการออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ทางการตลาด โดยเฉพาะส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เข้ากับการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะของผู้เรียน ผลการสังเคราะห์พบว่า การจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ควรประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การบูรณาการรายวิชา การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ การสะท้อนกลับการเรียนรู้ และการประเมินผลแบบองค์รวม ซึ่งช่วยส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร การทำงานร่วมกัน การเรียนรู้ด้วยตนเอง และการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง ควบคู่กับการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม จิตสาธารณะ และความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางการตลาดกับบริบทชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างเหมาะสม จากการสังเคราะห์ดังกล่าว ผู้เขียนได้นำเสนอ “โมเดลการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาด” เพื่อเชื่อมโยงการเรียนรู้จากภาคทฤษฎีสู่การปฏิบัติจริง มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เกิด “รู้คิด รู้ธรรม และรู้สำเร็จ” ควบคู่กับการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรด้านการตลาด ทั้งด้านคุณธรรมและจริยธรรม

การวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการสื่อสาร
อันนำไปสู่ผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านการตลาด ความพร้อมในการทำงาน และทักษะแห่งศตวรรษที่ 21

คำสำคัญ: การเรียนรู้แบบบูรณาการร่วมกับชุมชน, การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ, ผลลัพธ์การเรียนรู้, การศึกษา
ทางการตลาดในศตวรรษที่ 21

Abstract

This academic article aims to present an integrated learning management approach through community-based practical activities for enhancing learning outcomes in marketing education. The article synthesizes relevant concepts and theories, including community-based integration, experiential learning, active learning, and outcome-based education within the context of marketing education. It explains the design of learning activities that connect marketing knowledge, particularly the 4P marketing mix including product, price, place, and promotion with community participation in order to develop learners' knowledge, skills, and competencies. The synthesis findings indicate that effective learning management should consist of four key components: integration, practice-based learning, reflective learning, and holistic assessment. These components promote critical thinking, problem-solving, communication, collaboration, self-directed learning, and the application of knowledge in real-world situations. At the same time, they foster morality, ethics, public consciousness, and social responsibility. Furthermore, they enable learners to connect marketing knowledge with community contexts and stakeholders appropriately. Based on the synthesis, the author proposes the "Integrated Learning Management Model through Marketing Practical Activities" to bridge theoretical learning and practical implementation. The model aims to develop learners to embody "critical thinking, moral integrity, and achievement" while achieving the curriculum learning outcomes in marketing, including morality and ethics, strategic analysis and planning, digital technology utilization, stakeholder collaboration, and communication. Ultimately, the model contributes to marketing learning outcomes, work readiness, and the development of 21st century skills.

Keywords: Community-Based Integrated, Practice-Based Learning, Learning Outcomes, Marketing Education in the 21st-Century

บทนำ

บริบทของเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในศตวรรษที่ 21 ส่งผลให้การพัฒนา
ทรัพยากรมนุษย์กลายเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศ โดยเฉพาะในยุคที่เศรษฐกิจให้ความสำคัญกับ
องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีดิจิทัล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 จึงมุ่งพัฒนาคน

ให้มีทักษะในการคิด วิเคราะห์ การสร้างสรรค์ และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) แนวทางดังกล่าวส่งผลให้การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาต้องปรับเปลี่ยนจากการเน้นถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงทฤษฎี ไปสู่การพัฒนาผู้เรียนให้สามารถประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะในบริบทจริงได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกัน แนวคิดการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน ยังให้ความสำคัญกับชุมชน ในฐานะกลไกสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม การจัดการศึกษาจึงควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากพื้นที่จริง ผ่านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและการเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิชาการเข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้โดยใช้พื้นที่เป็นฐาน (Place-based Education: PBE) ที่เน้นการสร้างการเรียนรู้จากบริบทของชุมชนและประสบการณ์ตรงของผู้เรียน (Sobel, D., 2004); (Gruenewald, D. A., 2003) อย่างไรก็ตาม การจัดการเรียนการสอนในหลายสถาบันยังคงมีลักษณะแยกส่วนรายวิชา ทำให้ผู้เรียนขาดโอกาสในการเชื่อมโยงองค์ความรู้และนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม (Drake, S. M. & Burns, R. C., 2004)

สำหรับการเรียนการสอนทางด้านการตลาด การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติร่วมกับชุมชนเป็นแนวทางสำคัญที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้นำองค์ความรู้ทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง และพัฒนาทักษะที่จำเป็น ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร และการทำงานร่วมกับผู้อื่น ผ่านการลงมือปฏิบัติในบริบทของชุมชน เนื่องจากศาสตร์ทางการตลาดเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค การแข่งขันทางธุรกิจ และเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้เรียนจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้มีทั้งความรู้ ทักษะ และสมรรถนะทางวิชาชีพ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงการตระหนักถึงคุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาดร่วมกับชุมชนดังกล่าวเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติร่วมกับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการลงพื้นที่ศึกษาบริบทของชุมชน และรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคและชุมชน การวิเคราะห์ตลาด การวางแผนกลยุทธ์ และการใช้ส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริง กระบวนการดังกล่าวช่วยเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางการตลาดกับการพัฒนาชุมชน พร้อมทั้งส่งเสริมการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Prince, M., 2004) การจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาดร่วมกับชุมชน จึงเป็นแนวทางที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาสมรรถนะทางวิชาชีพและสมรรถนะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Kolb, D. A., 1984) และการเรียนรู้เชิงรุก (Bonwell, C. C. & Eison, J. A., 1991) โดยช่วยพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในวิชาชีพทางการตลาด ผ่านการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน (Piaget, J., 1973); (Silberman, M., 1996)

นอกจากนี้ แนวทางการเรียนรู้ดังกล่าวยังสอดคล้องกับปรัชญาการจัดการศึกษาของ มหาวิทยาลัยมหิดลใหญ่ ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เกิด “รู้คิด รู้ธรรม และรู้สำเร็จ” (มหาวิทยาลัยมหิดลใหญ่, 2569) โดยมหาวิทยาลัยมหิดลใหญ่จัดอยู่ในกลุ่ม 3 การพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งมุ่งเน้นการจัดการศึกษาที่เชื่อมโยงองค์ความรู้กับการพัฒนาสังคม ชุมชน และการสร้างคุณค่าให้แก่ท้องถิ่น ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงองค์ความรู้กับสังคมและชุมชน ตลอดจนส่งเสริมผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรทางด้านการตลาด ทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ



บทความวิชาการฉบับนี้จึงมุ่งนำเสนอแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติร่วมกับชุมชน เพื่อเสริมสร้างผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนด้านการตลาด โดยสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การเรียนรู้ร่วมกับชุมชน การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้แบบเน้นผลลัพธ์ เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็น “โมเดลการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาด” ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การบูรณาการรายวิชา การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ การสะท้อนผลการเรียนรู้ และการประเมินผลแบบองค์รวม ภายใต้บริบทการศึกษาทางการตลาดในศตวรรษที่ 21 เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้และการประกอบวิชาชีพ พร้อมเชื่อมโยงการเรียนรู้ร่วมกับชุมชนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาดในหลากหลายมิติ เช่น การวิเคราะห์ตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาด การพัฒนาชุมชน เป็นต้น และเตรียมความพร้อมต่อการเรียนรู้ การทำงาน และการดำรงชีวิตในอนาคตอย่างยั่งยืน

บริบทของการเรียนการสอนทางการตลาด

ศาสตร์ทางการตลาดเป็นศาสตร์ที่มีลักษณะบูรณาการองค์ความรู้จากหลายด้าน ทั้งพฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารทางการตลาด และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้การจัดการเรียนการสอนจำเป็นต้องเชื่อมโยงองค์ความรู้กับบริบททางธุรกิจและสังคมอย่างเหมาะสม การเรียนการสอนทางการตลาดจึงไม่ควรจำกัดอยู่เพียงการเรียนรู้เชิงทฤษฎี แต่ควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การวิเคราะห์กรณีศึกษา การศึกษาตลาด การทำโครงการ การลงพื้นที่ชุมชน และการทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดสู่การปฏิบัติจริง และเข้าใจบริบทของผู้บริโภค ชุมชน และตลาดได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ กระบวนการเรียนรู้อย่างควรมุ่งพัฒนาทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ การวางแผน การสื่อสาร การตัดสินใจ และการทำงานร่วมกับผู้อื่น ผ่านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถสร้างคุณค่าและประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของวิชาชีพในปัจจุบัน ด้วยลักษณะดังกล่าวการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติ จึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนทางด้านการตลาดให้มีทั้งความรู้ ทักษะ และความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้สู่การปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการเรียนรู้การเรียนการสอนทางการตลาด

1. การเรียนรู้แบบบูรณาการร่วมกับชุมชน (Community-based Integration)

เป็นแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงองค์ความรู้จากหลายศาสตร์และหลายรายวิชาเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ได้แก่ ศาสตร์ด้านการตลาด การบริหารธุรกิจ การพัฒนาชุมชน สังคมศาสตร์ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถบูรณาการองค์ความรู้จากศาสตร์ต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ วางแผน และแก้ไขปัญหาในบริบทจริง เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนมองเห็นความสัมพันธ์ขององค์ความรู้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างเหมาะสม โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนศึกษาบริบทของชุมชน วิเคราะห์ตลาด และความต้องการของผู้บริโภค วางแผนกิจกรรมทางการตลาด และเรียนรู้ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงองค์ความรู้เชิงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง (Gruenewald, D. A., 2003)

แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาโดยใช้พื้นที่เป็นฐาน (Place-based Education: PBE) ซึ่งมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากสถานการณ์จริงในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นด้านวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม อาชีพ หรือประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ โดยใช้สิ่งเหล่านี้เป็นฐานสำคัญในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิด “รู้คิด” ผ่านการวิเคราะห์ปัญหาและเชื่อมโยงองค์ความรู้จากหลากหลายศาสตร์เข้าด้วยกัน อีกทั้งยังช่วยปลูกฝัง “รู้ธรรม” ผ่านการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน (Sobel, D., 2004) นอกจากนี้ การบูรณาการเรียนรู้ออกไปนอกห้องเรียนยังช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น การแก้ไขปัญหา และการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม อันนำไปสู่ “รู้สำเร็จ” ซึ่งเป็นความสามารถในการนำองค์ความรู้ไปใช้ได้จริงทั้งในการดำรงชีวิตและการประกอบวิชาชีพในอนาคต (Drake, S. M. & Burns, R. C., 2004)

2. การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning)

เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนพัฒนาความรู้ และทักษะผ่านการลงมือปฏิบัติจริง จากประสบการณ์ตรง โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติร่วมกับชุมชน เช่น การวิเคราะห์ตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาด และการประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) เพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้จากภาคทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง โดยอาศัยการสะท้อนคิด การเชื่อมโยงประสบการณ์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ หรือบริบทที่แตกต่างกันอย่างเหมาะสม การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เกิดจากกระบวนการ 4 ขั้น (Kolb, D. A., 1984) เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง ได้แก่ การได้รับประสบการณ์จริง (Concrete Experience) การสังเกตและไตร่ตรอง (Reflective Observation) การสร้างแนวคิดเชิงนามธรรม (Abstract Conceptualization) และการนำไปทดลองใช้ (Active Experimentation) กระบวนการดังกล่าวช่วยลดช่องว่างระหว่างทฤษฎีกับการปฏิบัติ พร้อมส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การวางแผน การตัดสินใจ การแก้ปัญหา การทำงานเป็นทีม และการสื่อสารระหว่างบุคคล อันนำไปสู่การพัฒนา “รู้คิด” ผ่านการคิดอย่างเป็นระบบและการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง

ขณะเดียวกัน การเรียนรู้จากประสบการณ์ยังช่วยพัฒนาด้าน “รู้ธรรม” ผ่านการสะท้อนคิด การเรียนรู้จากผลกระทบของการตัดสินใจ และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น อีกทั้งยังส่งเสริม “รู้สำเร็จ” โดยทำให้ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้และประสบการณ์ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานและการดำรงชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)

เป็นการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญ และมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นในกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น การอภิปราย การทำโครงการ การทำงานกลุ่ม การลงมือปฏิบัติงานจริง และการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยผู้เรียนไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้รับข้อมูลจากผู้สอนเท่านั้น แต่ได้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น เพื่อเพิ่มความเข้าใจในเนื้อหาอย่างลึกซึ้ง และจดจำองค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้ (Bonwell, C. C. & Eison, J. A., 1991)

การเรียนรู้เชิงรุกยังมุ่งพัฒนาทักษะสำคัญที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและการทำงานในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ การสังเคราะห์ข้อมูล การสื่อสาร และการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Freeman, S. et al., 2014) ลักษณะสำคัญ คือ เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิด “รู้คิด” ผ่านกระบวนการคิดเชิงลึก นำความรู้ไปประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหา และมีการประเมินผลต่อเนื่องระหว่างกระบวนการเรียนรู้ (Prince, M., 2004) รูปแบบและกลยุทธ์ของการเรียนรู้เชิงรุกเช่น

3.1 การเรียนรู้แบบร่วมมือ (Cooperative Learning) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนเน้นทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ โดยสมาชิกในกลุ่มมีบทบาทและความรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของงาน การเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การช่วยเหลือกันในการเรียนรู้ การทำงานร่วมกับผู้อื่น และสร้างองค์ความรู้ร่วมกัน อีกทั้งยังช่วยพัฒนาทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน (Johnson, D. W. et al., 1998)

3.2 การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนเผชิญกับปัญหา หรือสถานการณ์ที่ใกล้เคียงความเป็นจริง เป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ เพื่อฝึกและกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการคิดเชิงวิเคราะห์ การสืบค้นข้อมูล การวางแผน และการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ และสร้างสรรค์ (Hmelo-Silver, C. E., 2004)

3.3 การเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐาน (Project-based Learning) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนดำเนินงานผ่านโครงการหรือชิ้นงานที่มีความหมาย เชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง โดยผู้เรียนต้องวางแผน ศึกษาค้นคว้า ลงมือปฏิบัติ ทำงานร่วมกับผู้อื่น และนำเสนอผลลัพธ์ของโครงการอย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยพัฒนาทักษะการปฏิบัติ การบริหารจัดการ และการสื่อสารได้ (Thomas, J. W., 2000) นอกจากนี้ การเรียนรู้เชิงรุกยังช่วยพัฒนาด้าน “รู้ธรรม” ผ่านการทำงานร่วมกัน การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และการเรียนรู้อย่างมีจริยธรรม ขณะเดียวกัน ยังส่งเสริม “รู้สำเร็จ” ผ่านการสร้างผลงาน การทำโครงการ และการนำเสนอผลลัพธ์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบททางวิชาชีพ จึงถือได้ว่า การเรียนรู้เชิงรุกเป็นแนวทางสำคัญ และมีประโยชน์ต่อการพัฒนากระบวนการจัดการเรียนการสอน โดยเฉพาะในรายวิชาที่มุ่งเน้นทักษะการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อให้เกิดความเข้าใจเชิงลึก สามารถคิดวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวทางการศึกษาสมัยใหม่ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เป็นทั้งนักคิด นักปฏิบัติ และผู้สร้างสรรค์ความรู้ใหม่ในวิชาชีพของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การจัดการเรียนรู้แบบเน้นผลลัพธ์ (Outcome-based Education)

เป็นแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่เริ่มจากการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ชัดเจน แล้วออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้และการประเมินผลให้สอดคล้องกับผลลัพธ์ดังกล่าว เพื่อให้ผู้เรียนสามารถแสดงสมรรถนะได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้แนะนำและอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนอย่างเต็มที่ (Spady, W. G., 1994) การจัดการเรียนรู้ลักษณะนี้มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และให้ความสำคัญกับสมรรถนะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ทั้งด้านการคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Macayan, J. V., 2017)

นอกจากนี้ แนวทางดังกล่าวยังส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิด “รู้คิด” ผ่านกระบวนการสร้างองค์ความรู้ การคิด วิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง โดยผู้เรียนสามารถเลือกแนวทางการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับตนเอง และพัฒนาทักษะที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการปฏิบัติงานและการดำรงชีวิต ขณะเดียวกัน การจัดการเรียนรู้แบบเน้นผลลัพธ์ยังช่วยปลูกฝัง “รู้ธรรม” โดยมุ่งส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบ และการตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในระดับองค์กร สังคม และชุมชน ผ่านกระบวนการเรียนรู้ และการประเมินผลที่สะท้อนถึงพฤติกรรมและการปฏิบัติของผู้เรียนอย่างเหมาะสม อีกทั้ง ยังมุ่งพัฒนา “รู้สำเร็จ” โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้พัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพ สามารถสร้างผลงาน วางแผนการทำงาน ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนสื่อสารและนำเสนอแนวคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีเส้นทางสู่ความสำเร็จที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น (Noor, M. M. et al., 2009) ดังนั้น การจัดการเรียนรู้แบบเน้นผลลัพธ์จึงถือเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนการสอน ช่วยเตรียมความพร้อมของผู้เรียนทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้และการทำงานในอนาคต ทำให้มีกรอบในการออกแบบการเรียนการสอน และการประเมินผลได้อย่างชัดเจน รวมถึงพัฒนาผู้เรียนให้ “รู้คิด รู้ธรรม และรู้สำเร็จ” ได้อย่างสมดุลและยั่งยืน

จากการจัดการเรียนรู้การเรียนการสอนทั้ง 4 รูปแบบ สามารถนำมาจัดทำเป็นตารางได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปแนวทางการจัดการเรียนรู้และการเชื่อมโยงสู่ “รู้คิด รู้ธรรม รู้สำเร็จ”

หัวข้อเปรียบเทียบ	การเรียนรู้แบบบูรณาการ		การจัดการเรียนรู้	
	ร่วมกับชุมชน (Community-based Integration)	การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning)	การเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)	แบบเน้นผลลัพธ์ (Outcome-based Education: OBE)
1. แนวคิดสำคัญ	เชื่อมโยงองค์ความรู้หลาย ศาสตร์กับบริบทชุมชนและ สถานการณ์จริง	เรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง และการสะท้อนคิด	เน้นผู้เรียนมีส่วนร่วม และลงมือปฏิบัติ	มุ่งพัฒนาสมรรถนะ ตามผลลัพธ์การเรียนรู้
2. ลักษณะ การจัดการเรียนรู้	บูรณาการหลายรายวิชา ร่วมกับชุมชน	เรียนรู้ผ่านวงจร ประสบการณ์ 4 ขั้น	ใช้กิจกรรมหลากหลาย และผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง	ออกแบบกิจกรรม และการประเมินให้ สอดคล้องผลลัพธ์
3. รูปแบบกิจกรรม	ลงพื้นที่ ศึกษาชุมชน ทำโครงการร่วมกับชุมชน	ฝึกปฏิบัติ ทดลอง สะท้อนคิด และนำไปใช้	อภิปราย ทำงานกลุ่ม โครงงาน และแก้ปัญหา	กิจกรรมตามสมรรถนะ และผลลัพธ์การเรียนรู้
4. จุดเน้นของผู้เรียน	เรียนรู้จากปัญหาและ สถานการณ์จริงในชุมชน	เรียนรู้จากการลงมือทำและ ประสบการณ์ตรง	สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ผ่านการมีส่วนร่วม	พัฒนาความรู้ ทักษะ และ สมรรถนะตามเป้าหมาย
5. บทบาทผู้สอน	ผู้ประสานและเชื่อมโยง การเรียนรู้กับชุมชน	ผู้อำนวยความสะดวก ในการสะท้อนประสบการณ์	ผู้กระตุ้นการมีส่วนร่วมและ จัดกิจกรรม	ผู้แนะนำ ผู้ฝึกอบรม และผู้ให้คำปรึกษา
6. ทักษะที่พัฒนา	การสื่อสาร การทำงาน ร่วมกับชุมชน การแก้ปัญหา	การคิดวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการปรับตัว	การคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม	การคิดวิเคราะห์ การใช้ เทคโนโลยี และการสื่อสาร
7. การส่งเสริม “รู้คิด”	วิเคราะห์ปัญหาและเชื่อมโยง องค์ความรู้จากหลายศาสตร์	สร้างองค์ความรู้ผ่าน ประสบการณ์และ การสะท้อนคิด	คิดเชิงลึก วิเคราะห์ และ แก้ปัญหา	คิดวิเคราะห์และ ประยุกต์ใช้ความรู้ ตามผลลัพธ์
8. การส่งเสริม “รู้ธรรม”	สร้างจิตสำนึกต่อชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เรียนรู้ความรับผิดชอบต่อ ตนเองและผู้อื่น	เรียนรู้การทำงานร่วมกัน และจริยธรรมการทำงาน	ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อ
9. การส่งเสริม “รู้สำเร็จ”	ประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนา ชุมชนและวิชาชีพ	นำประสบการณ์ไปใช้ ในการทำงานจริง	สร้างผลงานและนำเสนอ ผลลัพธ์ได้จริง	พัฒนาสมรรถนะ สู่ความสำเร็จในวิชาชีพ

ตารางที่ 1 สรุปแนวทางการจัดการเรียนรู้และการเชื่อมโยงสู่ “รู้คิด รู้ธรรม รู้สำเร็จ” (ต่อ)

หัวข้อเปรียบเทียบ	การเรียนรู้แบบบูรณาการ	การจัดการเรียนรู้		
	ร่วมกับชุมชน (Community-based Integration)	การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning)	การเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)	แบบเน้นผลลัพธ์ (Outcome-based Education: OBE)
10. ความสอดคล้อง กับศตวรรษที่ 21	เรียนรู้จากบริบทจริงและ การอยู่ร่วมกับสังคม	พัฒนาทักษะการปรับตัว และการเรียนรู้ตลอดชีวิต	พัฒนาทักษะการคิด การ สื่อสาร และ การทำงานร่วมกัน	พัฒนาสมรรถนะ ที่ตอบสนองต่อโลก การทำงานยุคใหม่
11. ผลลัพธ์ ที่คาดหวัง	ผู้เรียนเข้าใจชุมชนและ ประยุกต์ใช้ความรู้ได้จริง	ผู้เรียนเรียนรู้จาก ประสบการณ์และนำไปใช้ได้	ผู้เรียนคิดเป็น ทำเป็น และสร้างองค์ความรู้ได้	ผู้เรียนมีสมรรถนะพร้อม ต่อการทำงานในอนาคต

จากตารางที่ 1 พบว่า แนวทางการจัดการเรียนรู้ทั้ง 4 รูปแบบ ล้วนมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้และการประกอบวิชาชีพในศตวรรษที่ 21 ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การลงมือปฏิบัติจริง และการเชื่อมโยงองค์ความรู้กับสถานการณ์จริง

การเรียนรู้แบบบูรณาการร่วมกับชุมชน การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ และการเรียนรู้เชิงรุก ช่วยส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการประยุกต์ใช้ความรู้ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกัน ยังช่วยปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม อันนำไปสู่การพัฒนาผู้เรียนให้เกิด “รู้คิด รู้ธรรม และรู้สำเร็จ” ขณะที่การจัดการเรียนรู้แบบเน้นผลลัพธ์ ช่วยพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพ ทั้งด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) และการพัฒนาผู้เรียนให้มีความพร้อมต่อการทำงานและการดำรงชีวิตในอนาคตอย่างยั่งยืน

การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบบูรณาการเชิงปฏิบัติ

การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบบูรณาการเชิงปฏิบัติ เป็นแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ และสมรรถนะผ่านกระบวนการลงมือปฏิบัติจริง โดยบูรณาการแนวคิดการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการศึกษาแบบเน้นผลลัพธ์เข้าด้วยกัน เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิด “รู้คิด รู้ธรรม และรู้สำเร็จ” ควบคู่กับการพัฒนาทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 เช่น การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการประยุกต์ใช้ความรู้ทางการตลาดในสถานการณ์จริง

แนวทางดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงกับการเรียนรู้ทางการตลาดในหลากหลายมิติ ทั้งการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การตลาดเพื่อช่วยเหลือสังคมและชุมชน การจัดทำโครงการทางการตลาด การสร้างแบรนด์ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ และการตลาดดิจิทัล โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) การกำหนดราคา (Price) การวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผ่านกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับชุมชน สถานประกอบการ และสถานการณ์ทางธุรกิจจริง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงทั้งในระดับวิชาชีพและการดำรงชีวิต โดยสามารถดำเนินการได้ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นเตรียมการ (Preparation) ผู้สอนร่วมกันกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ วิเคราะห์เนื้อหา และวางแผนกิจกรรมที่สามารถบูรณาการร่วมกันระหว่างศาสตร์หรือรายวิชาที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงบริบทของผู้เรียน ชุมชน และสถานการณ์ทางธุรกิจในปัจจุบัน เช่น การศึกษาปัญหาทางการตลาดของชุมชน การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ การกำหนดแนวทางด้านราคา การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย และการวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อชุมชน ในขั้นตอนนี้ ผู้สอนได้มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกคิด วิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งเสริม “รู้คิด” คู่กับการปลูกฝังความรับผิดชอบ จริยธรรม และตระหนักถึงผลกระทบต่อสังคม ชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันสะท้อนถึง “รู้ธรรม” พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ที่สามารถต่อยอดสู่การปฏิบัติงานจริง เพื่อพัฒนา “รู้สำเร็จ”

2. ขั้นดำเนินการ (Implementation) ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน ผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงรุกและการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เช่น การทำโครงการทางการตลาด การวิเคราะห์กรณีศึกษา การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา การวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การนำเสนอแนวคิดทางธุรกิจ หรือการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและสื่อสารทางการตลาด ในการช่วยเหลือชุมชน

กิจกรรมเหล่านี้ช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะด้านการคิดเชิงวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งส่งเสริม “รู้คิด” ผ่านการสร้างองค์ความรู้จากสถานการณ์จริง ขณะเดียวกันยังช่วยพัฒนา “รู้ธรรม” ผ่านการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน การทำงานร่วมกับผู้อื่น ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และจริยธรรมในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงช่วยให้ผู้เรียนสามารถสร้างผลงานหรือผลลัพธ์ที่นำไปใช้ได้จริง อันสะท้อนถึง “รู้สำเร็จ”

3. ขั้นสะท้อนผล (Reflection) หลังจากดำเนินกิจกรรม ผู้เรียนร่วมกันสะท้อนผลการเรียนรู้ผ่านการอภิปราย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การเขียนบันทึกสะท้อนคิด หรือการนำเสนอผลการดำเนินงาน เพื่อวิเคราะห์สิ่งที่ได้เรียนรู้ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางพัฒนาการทำงาน พร้อมเชื่อมโยงประสบการณ์ที่ได้รับเข้ากับแนวคิด ทฤษฎี และหลักการทางการตลาด รวมถึงการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนและผู้บริโภค

กระบวนการสะท้อนผลช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจเชิงลึกและสามารถสังเคราะห์องค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง อันเป็นการพัฒนา “รู้คิด” ขณะเดียวกันยังช่วยส่งเสริม “รู้ธรรม” ผ่านการตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ และผลกระทบของการตัดสินใจทางการตลาดที่มีต่อสังคมและผู้บริโภค รวมถึงช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำข้อค้นพบจากประสบการณ์ไปพัฒนาตนเองและต่อยอดการทำงานให้เกิด “รู้สำเร็จ” ได้อย่างต่อเนื่อง

4. ขั้นประเมินผล (Evaluation) การประเมินผลการเรียนรู้มุ่งประเมินผู้เรียนรอบด้าน ทั้งด้านความรู้ ทักษะ กระบวนการคิด และคุณลักษณะทางพฤติกรรม โดยใช้วิธีการประเมินที่หลากหลายและสอดคล้องกับลักษณะกิจกรรม เช่น การประเมินผลงาน การประเมินจากการปฏิบัติจริง การนำเสนอแผนการตลาด การประเมินโครงการ การประเมินตนเอง การประเมินโดยเพื่อน และการประเมินจากสถานการณ์จริงหรือกรณีศึกษา



การประเมินในลักษณะนี้ช่วยสะท้อนระดับความสามารถของผู้เรียนในการคิดวิเคราะห์ การวางแผน และการประยุกต์ใช้ความรู้ทางการตลาด รวมถึงความสามารถในการออกแบบกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งแสดงถึง “รู้คิด” รวมถึงสะท้อนพฤติกรรมด้านจริยธรรม ความรับผิดชอบ และการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับ “รู้ธรรม” ขณะเดียวกันยังช่วยประเมินความสามารถในการสร้างผลงาน การสื่อสาร การนำเสนอ และการนำองค์ความรู้ไปใช้ได้จริง อันสะท้อนถึง “รู้สำเร็จ” และสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพทางการตลาดในอนาคตได้อย่างเป็นรูปธรรม

องค์ความรู้ใหม่

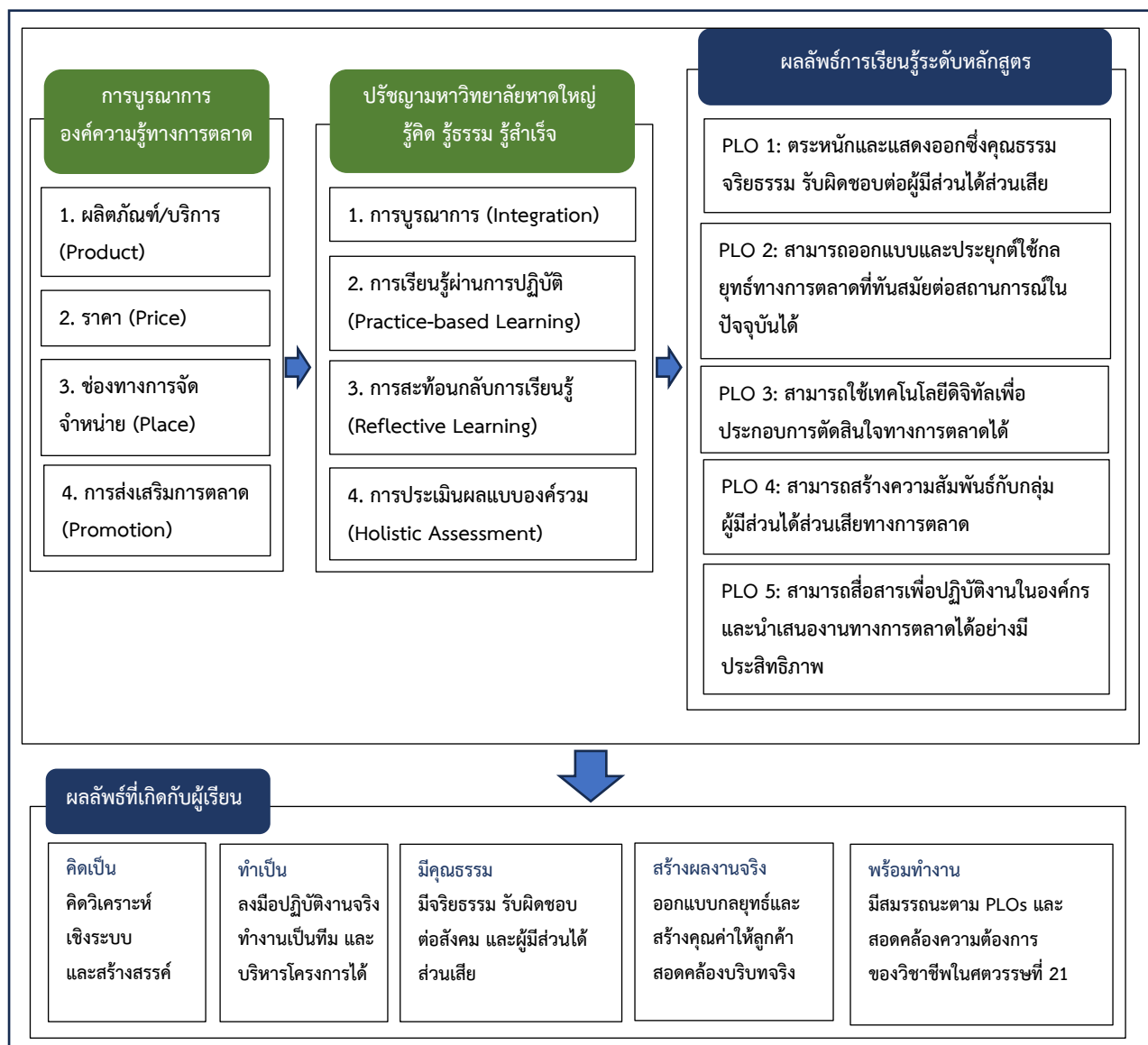
จากการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้แบบบูรณาการร่วมกับชุมชน การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้แบบเน้นผลลัพธ์ ผู้เขียนได้บูรณาการจุดเด่นของแต่ละแนวคิด เพื่อพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบของ “โมเดลการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาด” ซึ่งมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้และการประกอบวิชาชีพในศตวรรษที่ 21 ผ่านการบูรณาการรายวิชา การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ การสะท้อนผลการเรียนรู้ และการประเมินผลแบบองค์รวม โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาด ผ่านการวิเคราะห์ตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาด และการประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิด “รู้คิด รู้ธรรม และรู้สำเร็จ” โมเดลดังกล่าว ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

1. การบูรณาการรายวิชา (Integration) เป็นการเชื่อมโยงองค์ความรู้จากหลายรายวิชาทางการตลาดเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เช่น การวิเคราะห์ผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยเชื่อมโยงกับบริบทของชุมชน สถานประกอบการ หรือสถานการณ์จริง เพื่อให้ผู้เรียนเห็นภาพรวมและประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม
2. การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Practice-based Learning) เป็นกระบวนการจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ผ่านการทำโครงการ การวิเคราะห์กรณีศึกษา การจัดกิจกรรมทางการตลาด การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หรือการดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชนและสถานประกอบการ เพื่อส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินงานทางการตลาด
3. การสะท้อนผลการเรียนรู้ (Reflective Learning) เป็นกระบวนการที่ช่วยให้ผู้เรียนได้ทบทวน วิเคราะห์ และเชื่อมโยงประสบการณ์จากการปฏิบัติงานเข้ากับแนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด ผ่านการอภิปราย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือการสะท้อนคิดจากประสบการณ์จริง ซึ่งช่วยพัฒนาการคิดเชิงลึก การตระหนักรู้ในบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และผลกระทบต่อนักเรียนได้ส่วนเสีย
4. การประเมินผลแบบองค์รวม (Holistic Assessment) เป็นการประเมินผลที่ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ทักษะ กระบวนการคิด และคุณลักษณะของผู้เรียน โดยใช้วิธีการประเมินที่หลากหลาย เช่น การประเมินผลงาน การนำเสนอแผนการตลาด การประเมินจากสถานการณ์จริง การประเมินตนเอง และการประเมินโดยเพื่อน เพื่อสะท้อนสมรรถนะของผู้เรียนได้อย่างรอบด้าน

โมเดลการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวช่วยเชื่อมโยงการเรียนรู้จากภาคทฤษฎีสู่การปฏิบัติจริง ผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาดร่วมกับชุมชน ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถคิดวิเคราะห์ วางแผน และประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม ควบคู่กับการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนสามารถสร้างผลงานและผลลัพธ์ที่นำไปใช้ได้จริงในบริบททางวิชาชีพ อันเป็นการพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรและความต้องการของโลกการทำงานในอนาคตได้อย่างสมดุลและยั่งยืน ดังภาพที่ 1

โมเดลการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาด

บูรณาการองค์ความรู้สู่การปฏิบัติจริง เชื่อมโยงกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาผู้เรียนให้เกิด “รู้คิด รู้ธรรม รู้สำนึก” อย่างสมดุลและยั่งยืน



ภาพที่ 1 โมเดลการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาด

จากภาพที่ 1 แสดง “โมเดลการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาด” ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เกิด “รู้คิด รู้ธรรม รู้สำเร็จ” ผ่านกระบวนการเรียนรู้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การบูรณาการองค์ความรู้ (Integration) การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Practice-based Learning) การสะท้อนผลการเรียนรู้ (Reflection) และการประเมินผลแบบองค์รวม (Holistic Assessment) โดยเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางการตลาดกับบริบทของชุมชน องค์กร และสถานการณ์จริง เปิดโอกาสให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริง ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์และสื่อสารข้อมูล ทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนำประสบการณ์ที่ได้รับมาสะท้อนผลเพื่อพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันยังมุ่งประเมินผู้เรียนอย่างรอบด้านทั้งด้านความรู้ ทักษะ กระบวนการคิด และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ผ่านวิธีการที่หลากหลาย โมเดลดังกล่าวบูรณาการส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เข้ากับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางวิชาชีพและผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) ทั้งด้านจริยธรรม การประยุกต์ใช้ความรู้ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างความร่วมมือ และการสื่อสารทางวิชาชีพ โดยความสำเร็จของโมเดลขึ้นอยู่กับบทบาทของผู้สอนในฐานะผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับสถานการณ์จริง และการประเมินผลเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อันนำไปสู่การพัฒนาผู้เรียนให้พร้อมสำหรับการดำรงชีวิตและการทำงานในศตวรรษที่ 21 อย่างเป็นรูปธรรม

สรุปและข้อเสนอแนะ

การจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติร่วมกับชุมชน เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางการตลาดกับสถานการณ์จริง ส่งเสริมความรู้ ทักษะ สมรรถนะทางวิชาชีพ การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การทำงานร่วมกับผู้อื่น ตลอดจนคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม อันนำไปสู่การพัฒนาผู้เรียนให้เกิด “รู้คิด รู้ธรรม และรู้สำเร็จ” ควบคู่กับการเสริมสร้างทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 แนวทางดังกล่าว นำไปสู่การพัฒนาเป็น “โมเดลการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติทางการตลาด” ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การบูรณาการองค์ความรู้ การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ การสะท้อนผลการเรียนรู้ และการประเมินผลแบบองค์รวม อีกทั้งยังสามารถประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อเชื่อมโยงการเรียนรู้จากภาคทฤษฎีสู่การปฏิบัติจริง นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับบริบทจริงของชุมชนหรือสถานประกอบการมากยิ่งขึ้น โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์และประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในมิติของ 4Ps ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการประเมินผลที่สะท้อนสมรรถนะของผู้เรียนอย่างหลากหลาย เพื่อให้การจัดการเรียนรู้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวิชาชีพในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ โมเดลดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบการจัดการเรียนรู้และพัฒนาหลักสูตรด้านการตลาด รวมถึงสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับชุมชนและสถานประกอบการในบริบทที่หลากหลาย สำหรับการศึกษาทางวิชาการในอนาคต ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์

เพื่อนำโมเดลดังกล่าวไปทดลองใช้ในรายวิชาหรือสถาบันการศึกษาที่แตกต่างกัน และศึกษาผลต่อผลลัพธ์การเรียนรู้สมรรถนะทางวิชาชีพ และทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน เพื่อยืนยันความเหมาะสมของโมเดลและพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทการจัดการศึกษาและความต้องการของภาควิชาชีพที่เปลี่ยนแปลงไป

เอกสารอ้างอิง

- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2569). ปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจ. เรียกใช้เมื่อ 18 พฤษภาคม 2569 จาก <https://www.hu.ac.th/philosophy.html>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570. เรียกใช้เมื่อ 18 พฤษภาคม 2569 จาก <https://www.nesdc.go.th/the-national-economic-and-social-development-plan/the-thirteenth-plan-2023-2027/>
- Bonwell, C. C. & Eison, J. A. (1991). Active learning: Creating excitement in the classroom. 1991 ASHE-ERIC higher education reports. Retrieved May 10, 2026, from <https://eric.ed.gov/?id=ED336049>
- Drake, S. M. & Burns, R. C. (2004). Meeting standards through integrated curriculum. Virginia: Association for Supervision and Curriculum Development.
- Freeman, S. et al. (2014). Active learning increases student performance in science, engineering, and mathematics. *Proceedings of the national academy of sciences*, 111(23), 8410-8415. <https://doi.org/10.1073/pnas.1319030111>.
- Gruenewald, D. A. (2003). The best of both worlds: A critical pedagogy of place. *Educational researcher*, 32(4), 3-12. <https://doi.org/10.3102/0013189X032004003>.
- Hmelo-Silver, C. E. (2004). Problem-based learning: What and how do students learn? *Educational Psychology Review*, 16, 235-266. <https://doi.org/10.1023/B:EDPR.0000034022.16470.f3>.
- Johnson, D. W. et al. . (1998). Active Learning: Cooperation in the College Classroom. (2nd ed.). Edina: Interaction Book Company.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Macayan, J. V. (2017). Implementing outcome-based education (OBE) framework: Implications for assessment of students' performance. *Educational Measurement and Evaluation Review*, 8(1), 1-10.
- Noor, M. M. et al. (2009). Education reform model at faculty of mechanical engineering, Universiti Malaysia Pahang. *International Journal of Recent Trends in Engineering*, 1(5), 166-171.
- Piaget, J. (1973). *To understand is to invent: The future of education*. New York: Grossman Publishers.
- Prince, M. (2004). Does active learning work? A review of the research. *Journal of Engineering Education*, 93(3), 223-231. <https://doi.org/10.1002/j.2168-9830.2004.tb00809.x>.

Silberman, M. (1996). *Active Learning: 101 Strategies To Teach Any Subject*. Boston: Allyn & Bacon.

Sobel, D. (2004). Place-based education: Connecting classrooms and communities. *Education for meaning and social justice*, 17(3), 63-64.

Spady, W. G. (1994). Outcome-based education: Critical issues and answers. American Association of School Administrators. Retrieved May 5, 2026, from <https://eric.ed.gov/?id=ED380910>

Thomas, J. W. (2000). *A Review of Research on Project-Based Learning*. San Rafael: Autodesk Foundation.