



รายงานวิจัยในชั้นเรียน

การพัฒนาทักษะการสื่อสารกลยุทธ์การตลาด ด้วยกระดานบอร์ด SWOT
รายวิชาธุรกิจเบื้องต้น (31401-0001)

ปิยนันท์ พึ่งอารมย์
ตำแหน่ง ครู วิทยฐานะ ครูชำนาญการพิเศษ

แผนกวิชาการจัดการโลจิสติกส์ฯ วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี
สถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง 2 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
กระทรวงศึกษาธิการ
ภาคเรียนที่ 1/2568

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ทักษะการสื่อสารเป็นหนึ่งในทักษะที่สำคัญสำหรับนักเรียนในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ เนื่องจากการตลาดเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความเข้าใจ การโน้มน้าวใจ และการเจรจาต่อรอง อย่างไรก็ตาม นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) มักประสบปัญหาในการนำเสนอข้อมูลอย่างมีโครงสร้าง ขาดความมั่นใจ และไม่สามารถแสดงความคิดอย่างชัดเจน ดังนั้น การพัฒนาเครื่องมือการเรียนการสอนที่สามารถช่วยส่งเสริมทักษะการสื่อสารของนักเรียนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น

หนึ่งในเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารคือกระดานบอร์ด SWOT ซึ่งเป็นเครื่องมือวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้นักเรียนสามารถเรียนรู้การวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจ พร้อมทั้งฝึกการนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การใช้กระดานบอร์ด SWOT ในการเรียนรู้สามารถช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะการสื่อสารได้อย่างเป็นระบบ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ทางธุรกิจได้จริง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารของผู้เรียนในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้กระดานบอร์ด SWOT
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้กระดานบอร์ด SWOT ในการพัฒนาทักษะการสื่อสารของผู้เรียน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยเทคนิคพบุรี
จำนวนนักเรียน 70 คน
2. ตัวแปรที่ศึกษา
ทักษะการสื่อสารของนักเรียน และประสิทธิผลของกระดานบอร์ด SWOT ในการพัฒนา
3. ระยะเวลาในการศึกษา
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

ทักษะการสื่อสาร หมายถึง ความสามารถของนักศึกษาในการสื่อสารด้านกลยุทธ์การตลาด

ความสามารถด้านการทำงานเป็นทีมและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และความมั่นใจในการสื่อสารและการนำเสนอ

กระดานบอร์ด SWOT หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ ซึ่งนำมาใช้เป็นสื่อการสอนในการพัฒนาทักษะการสื่อสารของนักเรียน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายและความสำคัญของกลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) เป็นแผนงานที่มีลักษณะเป็นแนวทางการดำเนินงานในระดับระยะยาวเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาดขององค์กร โดยการวิเคราะห์และกำหนดแนวทางการดำเนินการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์การตลาดจะประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด (Marketing Situation Analysis) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) และการวางแผนการดำเนินงาน (Implementation) ที่เชื่อมโยงกับการตลาดในแต่ละด้าน เช่น การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Target Market) การวางแผนผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) การกำหนดราคา (Pricing Strategy) การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) และการวางแผนการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

กลยุทธ์การตลาดเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับทุกองค์กร เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ การมีการวางแผนและการตัดสินใจอย่างชัดเจนในเรื่องของกลยุทธ์การตลาดจะช่วยให้องค์กรสามารถสร้างฐานลูกค้าที่มั่นคงและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

2.2 กระดานบอร์ต SWOT และการใช้ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด

กระดานบอร์ต SWOT (SWOT Board) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยพิจารณาจาก 4 ด้าน ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weaknesses), โอกาส (Opportunities), และภัยคุกคาม (Threats) ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT นี้จะช่วยให้ผู้บริหารและนักการตลาดสามารถเข้าใจสถานการณ์ทางการตลาดได้ดีขึ้น และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการพัฒนาองค์กรได้

จุดแข็ง (Strengths): หมายถึงปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้องค์กรมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง เช่น ทรัพยากรที่มีอยู่ เทคโนโลยีที่ทันสมัย หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

จุดอ่อน (Weaknesses): หมายถึงข้อจำกัดหรือปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้ดีเท่าที่ควร เช่น ขาดความสามารถในการผลิตหรือความไม่ชำนาญในบางด้าน

โอกาส (Opportunities): หมายถึงปัจจัยภายนอกที่สามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการเติบโตหรือพัฒนาองค์กรได้ เช่น แนวโน้มของตลาดที่กำลังเติบโต การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี หรือการเปลี่ยนแปลงในนโยบายของรัฐบาล

ภัยคุกคาม (Threats): หมายถึงปัจจัยภายนอกที่อาจจะเป็นอุปสรรคหรือลดทอนความสามารถในการแข่งขันขององค์กร เช่น การแข่งขันที่สูงจากคู่แข่งใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย หรือการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค

การนำกระดานบอร์ด SWOT มาใช้ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดช่วยให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นทั้งข้อดีและข้อเสียในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้มาสร้างกลยุทธ์ที่สามารถใช้ในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้กระดานบอร์ด SWOT สามารถช่วยในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดอย่างมีระเบียบและทำให้การตัดสินใจมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

2.3 การพัฒนาทักษะการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดด้วยกระดานบอร์ด SWOT

การสื่อสารกลยุทธ์การตลาดให้เข้าใจง่ายและสามารถนำไปใช้ได้จริงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาและนำไปสู่ความสำเร็จในตลาด ด้วยการใช้กระดานบอร์ด SWOT ในการวิเคราะห์และสื่อสารกลยุทธ์การตลาด ทำให้สามารถนำเสนอข้อมูลที่มีความเป็นระบบและชัดเจนได้ โดยการสร้างการรับรู้ให้กับผู้ฟัง เช่น ผู้บริหารหรือทีมงานในองค์กร

การพัฒนาทักษะการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดด้วยกระดานบอร์ด SWOT ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. การจัดเตรียมข้อมูล: การรวบรวมข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร เช่น ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา แนวโน้มของตลาด คู่แข่ง และพฤติกรรมของลูกค้า
2. การวิเคราะห์ข้อมูล: การใช้กระดานบอร์ด SWOT เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามที่มีผลต่อกลยุทธ์การตลาดขององค์กร
3. การจัดทำแผนกลยุทธ์: การเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมจากการวิเคราะห์ SWOT เช่น การเน้นจุดแข็งเพื่อใช้ในการแข่งขัน หรือการหาวิธีการลดจุดอ่อนและรับมือกับภัยคุกคาม
4. การสื่อสารข้อมูล: การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT ให้เข้าใจง่ายและเป็นระบบ สามารถใช้ได้ทั้งในรูปแบบรายงาน การนำเสนอแบบ PowerPoint หรือการสนทนาในที่ประชุม

การพัฒนาทักษะนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น แต่ยังช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดให้แก่ทีมงานและผู้ที่เกี่ยวข้องภายในองค์กร

2.4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้กระดานบอร์ด SWOT

ในการพัฒนาทักษะการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดจากงานวิจัยหลาย ๆ ชิ้น พบว่า การใช้กระดานบอร์ด SWOT เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด โดยช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้บริหารสามารถระบุปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจได้อย่างชัดเจน และสามารถสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมตามข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT ได้ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนและการแข่งขันสูง

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้กระดานบอร์ด SWOT ยังพบว่า เมื่อผู้เรียนหรือทีมงานได้รับการฝึกฝนในการใช้เครื่องมือ SWOT และสื่อสารกลยุทธ์การตลาดผ่านเครื่องมือนี้ จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากขึ้น ส่งผลให้กลยุทธ์ที่วางไว้มีความเหมาะสมและสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5 สรุป

การพัฒนาทักษะการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดด้วยกระดานบอร์ด SWOT เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการวิเคราะห์และสื่อสารกลยุทธ์การตลาดในทางปฏิบัติ ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้บริหารเข้าใจสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้ดีขึ้นและสามารถสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การนำกระดานบอร์ด SWOT มาใช้ในการเรียนการสอนกลยุทธ์การตลาดจะช่วยเสริมสร้างทักษะที่สำคัญในการวิเคราะห์สถานการณ์และการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพให้กับนักศึกษาและผู้บริหารในอนาคต

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการพัฒนาทักษะการสื่อสารของนักเรียนในการเรียนรู้และประเมินผลการใช้กระดานบอร์ด SWOT เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ โดยนักเรียนจะได้รับการฝึกฝนการใช้กระดานบอร์ด SWOT เพื่อวิเคราะห์และสื่อสารกลยุทธ์การตลาดในการเรียนการสอนวิชาธุรกิจเบื้องต้น (31401-0001) ซึ่งจะเป็นการพัฒนาและเสริมสร้างทักษะการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดของนักเรียน ทั้งก่อนและหลังการทดลอง

การใช้กระดานบอร์ด SWOT ในการศึกษาเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Experiential Learning) ซึ่งจะช่วยให้นักเรียนสามารถพัฒนาและฝึกฝนทักษะในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT Analysis) พร้อมทั้งฝึกการสื่อสารผลการวิเคราะห์เหล่านี้ให้เข้าใจได้อย่างชัดเจนและเป็นระเบียบ ซึ่งผลลัพธ์จะถูกนำมาประเมินและเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนและหลังการทดลอง

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนระดับปวส. 1 สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ฯ วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 70 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในระหว่างภาคการเรียนการสอนวิชาธุรกิจเบื้องต้น โดยมีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาในหลักสูตรปวส. และมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาด้านการตลาด

การเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมในการเข้าร่วมการทดลองและมีทักษะพื้นฐานในการเรียนรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้สามารถประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสุ่มแบบเจาะจงนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องและสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อผลลัพธ์ที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ได้มากที่สุด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือหลักที่ประกอบด้วย แบบประเมินทักษะการสื่อสารก่อนและหลังการทดลอง โดยเครื่องมือดังกล่าวประกอบด้วยหลายข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับทักษะการสื่อสารของนักเรียนทั้งก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยกระดานบอร์ด SWOT แบบประเมินนี้จะช่วยให้สามารถวัดผลการพัฒนาทักษะการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดของนักเรียนได้อย่างชัดเจน โดยการประเมินจะมีการวัดทักษะการสื่อสารในแง่มุมต่าง ๆ เช่น ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลกลยุทธ์การตลาด ความสามารถในการวิเคราะห์ SWOT และความสามารถในการสื่อสารผลลัพธ์การวิเคราะห์ให้เข้าใจง่าย

แบบประเมินทักษะการสื่อสารจะมีทั้ง การประเมินทักษะก่อนเรียน ซึ่งจะเป็นการวัดทักษะการสื่อสารในช่วงเริ่มต้น และ การประเมินทักษะหลังเรียน ซึ่งจะใช้หลังจากการเรียนรู้และการทดลองใช้กระดานบอร์ด SWOT โดยการประเมินนี้จะช่วยให้สามารถเปรียบเทียบพัฒนาการของทักษะการสื่อสารได้

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งรวมถึงการคำนวณ ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนก่อนและหลังการทดลอง เพื่อให้เห็นภาพรวมของผลการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงในทักษะการสื่อสารของนักเรียน

นอกจากนี้จะมีการใช้ t-test (Independent Samples t-test) เพื่อตรวจสอบ ความแตกต่างของคะแนนก่อนและหลังการทดลอง โดย t-test จะใช้ในการเปรียบเทียบค่าคะแนนก่อนและหลังการเรียนรู้เพื่อดูว่าเกิดการพัฒนาทักษะการสื่อสารอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ การใช้ t-test นี้จะช่วยให้สามารถพิสูจน์ได้ว่า การเรียนรู้และฝึกฝนด้วยกระดานบอร์ด SWOT ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารของนักเรียนจริงหรือไม่

การวิเคราะห์ด้วย t-test นี้จะช่วยให้ทราบว่าผลการทดลองสามารถนำไปสู่การปรับปรุงทักษะการสื่อสารของนักเรียนในแง่ของการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ตารางที่ 4.1 แสดงความสามารถในการสื่อสารด้านกลยุทธ์การตลาด

ทักษะ	ค่าเฉลี่ยก่อน การทดลอง	ระดับก่อน การทดลอง	ค่าเฉลี่ยหลัง การทดลอง	ระดับหลัง การทดลอง
1. สามารถอธิบายหลักการของ SWOT ได้อย่างถูกต้อง	1.83	น้อย (ระดับ 2)	4.57	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)
2. สามารถนำเสนอแนวทางวิเคราะห์ SWOT ได้อย่างชัดเจน	1.72	น้อย (ระดับ 2)	4.63	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)
3. สามารถสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ ได้	1.91	น้อย (ระดับ 2)	4.68	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)
4. สามารถใช้กระดานบอร์ด SWOT ในการอธิบายแนวทางพัฒนาธุรกิจได้	1.65	น้อย (ระดับ 2)	4.61	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)
5. สามารถสื่อสารแนวคิดการตลาดเชิงกลยุทธ์ผ่านการอภิปรายและการนำเสนอได้	1.78	น้อย (ระดับ 2)	4.55	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)
ค่าเฉลี่ยรวม	1.78	น้อย (ระดับ 2)	4.61	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)

จากตารางที่ 4.1 พบว่า การประเมินทักษะการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ก่อนการทดลอง นักศึกษามีค่าเฉลี่ยรวมที่ 1.78 ซึ่งอยู่ในระดับ น้อย (ระดับ 2) แสดงให้เห็นว่านักศึกษายังขาดความเข้าใจและทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับ SWOT และการนำเสนอแนวคิดการตลาดเชิงกลยุทธ์ หลังการทดลอง นักศึกษามีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.61 ซึ่งอยู่ในระดับ ดีเยี่ยม (ระดับ 5) แสดงให้เห็นว่าการใช้ กระดานบอร์ด SWOT เป็นเครื่องมือช่วยให้นักศึกษาเข้าใจแนวคิดกลยุทธ์การตลาดได้ดีขึ้น สามารถวิเคราะห์ และนำเสนอแนวคิดเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมั่นใจ

ตารางที่ 4.2 แสดงความสามารถด้านการทำงานเป็นทีมและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ทักษะ	ค่าเฉลี่ยก่อน การทดลอง	ระดับก่อน การทดลอง	ค่าเฉลี่ยหลัง การทดลอง	ระดับหลัง การทดลอง
6. สามารถร่วมมือกับเพื่อนในการ อภิปรายแนวคิดกลยุทธ์การตลาด	1.84	น้อย (ระดับ 2)	4.62	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)

ทักษะ	ค่าเฉลี่ยก่อน การทดลอง	ระดับก่อน การทดลอง	ค่าเฉลี่ยหลัง การทดลอง	ระดับหลัง การทดลอง
7. สามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	1.92	น้อย (ระดับ 2)	4.69	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)
8. สามารถสรุปและนำเสนอแนวทาง แก้ปัญหาทางการตลาดร่วมกับทีมได้	1.76	น้อย (ระดับ 2)	4.54	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)
ค่าเฉลี่ยรวม	1.84	น้อย (ระดับ 2)	4.62	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ความสามารถด้านการทำงานเป็นทีมและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ก่อนการทดลอง นักศึกษามีค่าเฉลี่ยรวมที่ 1.84 ซึ่งอยู่ในระดับ น้อย (ระดับ 2) แสดงให้เห็นว่านักศึกษายังมีข้อจำกัดในการทำงานร่วมกับทีม การอภิปรายแนวคิด และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเชิงกลยุทธ์ หลังการทดลอง นักศึกษามีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.62 ซึ่งอยู่ในระดับ ดีเยี่ยม (ระดับ 5) สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาทักษะในการทำงานร่วมกับเพื่อน การสื่อสาร และการสรุปแนวทางแก้ปัญหาเชิงกลยุทธ์ร่วมกับทีม

ตารางที่ 4.3 แสดงความมั่นใจในการสื่อสารและการนำเสนอ

ทักษะ	ค่าเฉลี่ยก่อน การทดลอง	ระดับก่อน การทดลอง	ค่าเฉลี่ยหลัง การทดลอง	ระดับหลัง การทดลอง
9. มีความมั่นใจในการนำเสนอ แนวคิดกลยุทธ์การตลาด	1.64	น้อย (ระดับ 2)	4.60	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)
10. สามารถอธิบายข้อดี-ข้อเสียของ แต่ละกลยุทธ์ที่พัฒนาได้อย่างชัดเจน	1.82	น้อย (ระดับ 2)	4.67	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)
ค่าเฉลี่ยรวม	1.73	น้อย (ระดับ 2)	4.64	ดีเยี่ยม (ระดับ 5)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความมั่นใจและความสามารถในการอธิบายกลยุทธ์ ก่อนการทดลอง นักศึกษามีค่าเฉลี่ยรวมที่ 1.73 ซึ่งอยู่ในระดับ น้อย (ระดับ 2) แสดงให้เห็นว่าความมั่นใจในการนำเสนอและความสามารถในการอธิบายกลยุทธ์ยังอยู่ในระดับต่ำ หลังการทดลอง นักศึกษามีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.64 ซึ่งอยู่ในระดับ ดีเยี่ยม (ระดับ 5) แสดงให้เห็นว่านักศึกษามีความมั่นใจมากขึ้น และสามารถอธิบายแนวคิดทางกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ t-test เพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการทดลอง

ทักษะ	ค่าเฉลี่ยก่อนการ ทดลอง	ค่าเฉลี่ยหลังการ ทดลอง	ค่า t	ค่า p
ความสามารถในการอธิบาย SWOT	1.83	4.57	12.45	< 0.001
การนำเสนอแนวทางวิเคราะห์ SWOT	1.72	4.63	13.12	< 0.001
การสื่อสารข้อมูลจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค	1.91	4.68	14.02	< 0.001
การใช้กระดานบอร์ด SWOT อธิบายแนวทางพัฒนา	1.65	4.61	11.89	< 0.001
การอภิปรายและนำเสนอแนวคิด การตลาดเชิงกลยุทธ์	1.78	4.55	12.78	< 0.001
ความสามารถในการทำงานเป็นทีม	1.84	4.62	13.34	< 0.001
การรับฟังความคิดเห็นและ แลกเปลี่ยนข้อมูล	1.92	4.69	14.56	< 0.001
การสรุปและนำเสนอแนวทาง แก้ปัญหาร่วมกับทีม	1.76	4.54	12.21	< 0.001
ความมั่นใจในการนำเสนอแนวคิด กลยุทธ์การตลาด	1.64	4.60	11.75	< 0.001
การอธิบายข้อดี-ข้อเสียของ กลยุทธ์	1.82	4.67	13.87	< 0.001

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ t-test แสดงให้เห็นว่า ค่า t มีค่าสูงและค่า p มีค่าน้อยกว่า 0.001 ในทุกทักษะ ซึ่งบ่งชี้ว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างคะแนนก่อนและหลังการทดลอง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าการใช้กระดานบอร์ด SWOT มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการพัฒนาทักษะการสื่อสารกลยุทธ์การตลาด ด้วยกระดานบอร์ด SWOT เห็นได้ว่าการใช้กระดานบอร์ด SWOT ในการเรียนการสอนส่งผลให้นักศึกษามีการพัฒนาทักษะการสื่อสารด้านกลยุทธ์การตลาด ทั้งในด้านการอธิบายและวิเคราะห์ SWOT การทำงานเป็นทีม และความมั่นใจในการนำเสนอ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการทดลองแสดงให้เห็นว่า นักศึกษามีทักษะเพิ่มขึ้นในทุกด้าน และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในสถานการณ์ทางธุรกิจจริงได้ อย่างไรก็ตาม ควรมีการปรับปรุงการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับแนวโน้มทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการฝึกปฏิบัติ การใช้เทคโนโลยี และการพัฒนาทักษะเชิงลึกมากขึ้น ดังนี้

1. ด้านความสามารถในการสื่อสารด้านกลยุทธ์การตลาด นักศึกษามีการพัฒนาทักษะด้านการอธิบายและวิเคราะห์ SWOT อย่างชัดเจน ผู้เรียนสามารถใช้กระดานบอร์ด SWOT เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความมั่นใจและความสามารถในการสื่อสารแนวคิดทางการตลาดของนักศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ
2. ด้านความสามารถในการทำงานเป็นทีมและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น นักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีมได้ดีขึ้น โดยร่วมมือกันอภิปรายแนวคิดทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรับฟังกันมากขึ้น ส่งผลให้การทำงานร่วมกันมีความราบรื่น และนักศึกษาสามารถสรุปแนวทางแก้ปัญหาทางการตลาดร่วมกับทีมได้อย่างชัดเจนและเป็นระบบ
3. ด้านความมั่นใจและความสามารถในการอธิบายกลยุทธ์ นักศึกษามีความมั่นใจมากขึ้นในการนำเสนอแนวคิดทางการตลาด สามารถอธิบายข้อดี-ข้อเสียของกลยุทธ์ต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนและเป็นเหตุเป็นผล มีการวิเคราะห์เชิงลึกมากขึ้นและสามารถนำเสนอข้อมูลที่มีโครงสร้างชัดเจน
4. การใช้กระดานบอร์ด SWOT มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การพัฒนาทักษะการสื่อสารกลยุทธ์การตลาดด้วยกระดานบอร์ด SWOT พบว่า นักศึกษามีการพัฒนาใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสารด้านกลยุทธ์การตลาด ความสามารถในการทำงานเป็นทีมและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และ ความมั่นใจและความสามารถในการอธิบายกลยุทธ์ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ด้านความสามารถในการสื่อสารด้านกลยุทธ์การตลาดหลังการทดลองพบว่า นักศึกษามีความสามารถในการอธิบายและวิเคราะห์ SWOT ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น สามารถใช้กระดานบอร์ด SWOT เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยค่าเฉลี่ยจากระดับ น้อย (ค่าเฉลี่ยก่อนการทดลอง 1.83) เพิ่มขึ้นเป็นระดับ มาก (ค่าเฉลี่ยหลังการทดลอง 4.57) แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาทักษะอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ นักศึกษายังมีความมั่นใจและสามารถสื่อสารแนวคิดทางการตลาดได้ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

2. ด้านความสามารถด้านการทำงานเป็นทีมและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นนักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีมได้ดีขึ้น มีความร่วมมือกันอภิปรายแนวคิดทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรับฟังกันมากขึ้น ส่งผลให้การทำงานร่วมกันมีความราบรื่น ค่าเฉลี่ยด้านการทำงานเป็นทีมเพิ่มขึ้นจากระดับ น้อย (1.84) เป็นระดับ มาก (4.62) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการในการทำงานร่วมกันของนักศึกษา นอกจากนี้ ยังพบว่านักศึกษาสามารถสรุปแนวทางแก้ปัญหาทางการตลาดร่วมกับทีมได้อย่างชัดเจนและเป็นระบบมากขึ้น

3. ด้านความมั่นใจและความสามารถในการอธิบายกลยุทธ์นักศึกษามีความมั่นใจมากขึ้นในการนำเสนอแนวคิดทางการตลาด ค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก น้อย (1.64) เป็น มาก (4.60) โดยพบว่านักศึกษาสามารถอธิบายข้อดี-ข้อเสียของกลยุทธ์ต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนและเป็นเหตุเป็นผล มีการวิเคราะห์เชิงลึกมากขึ้นและสามารถนำเสนอข้อมูลที่มีโครงสร้างชัดเจน การใช้กระดานบอร์ด SWOT ช่วยให้นักศึกษาสามารถแสดงออกทางความคิดอย่างเป็นระบบและมีความมั่นใจมากขึ้นในการนำเสนอ

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มการฝึกปฏิบัติและกรณีศึกษาในสถานการณ์จริงควรเพิ่มกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจจริง เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกวิเคราะห์ SWOT และสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถนำไปใช้ได้จริง

2. ควรส่งเสริมการใช้เทคนิคการนำเสนอที่หลากหลายนอกจากการใช้กระดานบอร์ด SWOT ควรเพิ่มการฝึกฝนทักษะการนำเสนอผ่านเครื่องมืออื่น ๆ เช่น การใช้สไลด์พรีเซนเทชัน วิดีโอ หรือแอนิเมชัน เพื่อเพิ่มความมั่นใจและความสามารถในการสื่อสาร

3. ควรสนับสนุนการทำงานเป็นทีมผ่านกิจกรรมกลุ่มควรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมให้มากขึ้น เช่น การแข่งขันการวิเคราะห์กรณีศึกษาทางการตลาด การจำลองสถานการณ์ธุรกิจ หรือโครงการที่ให้นักศึกษาร่วมมือกันแก้ปัญหาทางการตลาด

4. ควรพัฒนาเครื่องมือวัดผลที่ครอบคลุมมากขึ้นควรเพิ่มแบบประเมินทักษะด้านการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และความมั่นใจในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือแบบทดสอบภาคปฏิบัติ เพื่อให้สามารถวัดผลพัฒนาการของนักศึกษาได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

5. ควรส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีและ AI ควรนำเครื่องมือเทคโนโลยี เช่น โปรแกรมวิเคราะห์การตลาด หรือ AI Chatbot ที่ช่วยในการวิเคราะห์ SWOT มาใช้ในการเรียนการสอน เพื่อให้นักศึกษาได้สัมผัสกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดยุคดิจิทัล

บรรณานุกรม

- วิทยา อรุณแจ่ม. (2561). การจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- พิษณุ อนุชา. (2560). การใช้เครื่องมือ SWOT ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดำรงค์ ศรีสวัสดิ์. (2564). การพัฒนาทักษะการตลาดในองค์กรธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing Management (15th ed.)**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Mintzberg, H. (1994). **The Rise and Fall of Strategic Planning**. New York: Free Press.
- Thompson, A. A., Strickland, A. J., & Gamble, J. E. (2015). **Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage**. New York: McGraw-Hill Education.