

ชื่อวิจัย การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการสร้างแบรนด์ธุรกิจดิจิทัล ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ห้องสทลช.11 ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือ โดยใช้เทคนิค STAD กับวิธีสอนแบบปกติ

ชื่อผู้วิจัย นางสาวจรรยา ยะบุญมี

ปีที่ทำการวิจัย 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็น การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการสร้างแบรนด์ธุรกิจดิจิทัล ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ห้องสทลช.11 ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือโดยใช้เทคนิค STADกับวิธีสอนแบบปกติ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการสร้างแบรนด์ธุรกิจดิจิทัล ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ห้องสทลช.11 ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือโดยใช้เทคนิค STAD กับวิธีสอนแบบปกติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ห้องสทลช.11 วิทยาลัยการอาชีพสตึก จำนวน 1 ห้องเรียน รวมทั้งสิ้น 23 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยจับฉลากให้ห้องหนึ่งเป็นกลุ่มทดลองที่ได้รับการเรียนการสอนแบบกลุ่มร่วมมือ โดยใช้เทคนิค STAD และอีกกลุ่มหนึ่งเป็นกลุ่มควบคุมที่ได้รับการเรียนการสอนแบบปกติ

ด้วยการตั้งสมมติฐานว่า นักศึกษาที่ได้รับการเรียนการสอนแบบกลุ่มร่วมมือ โดยใช้เทคนิค STAD กับนักศึกษาที่ได้รับการเรียนการสอนแบบปกติ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการสร้างแบรนด์ธุรกิจดิจิทัล ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ห้องสทลช.11 แตกต่างกัน โดยมีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบกลุ่มร่วมมือ (Cooperative Learning) โดยใช้เทคนิค STAD (Student Team Achievement Division) และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยของคะแนนทดสอบหลังเรียนของกลุ่มทดลองเท่ากับ (\bar{X})=16.25 S.D. =1.87) และกลุ่มควบคุม (\bar{X})=11.20 S.D. =1.52) โดยมีค่า Sig. (2-tailed) = 0 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าก่อนการทดลองนักเรียนกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมมีความสามารถทางการเรียนวิชาการสร้างแบรนด์ธุรกิจดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

Research name: Table of learning achievements in the Digital Business Branding course, general level, advanced level, Year 1, Room 11, by organizing collaborative group learning to use normal STAD techniques and teaching methods.

Name of researcher: Miss Jarumas Yaboonmee

Department: Business Computer

Year: 2024

Abstract

This research is a comparison of academic achievement in the subject of Digital Business Branding, Higher Vocational Certificate Level, Year 1, STTL.11 Room, by organizing cooperative learning groups using the STAD technique with the conventional teaching method. The objective of the research is to compare the academic achievement in the subject of Digital Business Branding, Higher Vocational Certificate Level, Year 1, STTL.11 Room, by organizing cooperative learning groups using the STAD technique with the conventional teaching method. The sample group used in this research was 1 classroom of Higher Vocational Certificate students, Year 1, STTL.11 Room, Satuk Vocational College, totaling 23 people, selected by purposive sampling. One classroom was randomly assigned to be the experimental group that received cooperative learning using the STAD technique and the other group was the control group that received conventional teaching.

By assuming that students who received cooperative learning using the STAD technique and students who received regular learning have different academic achievements in the subject of Digital Business Branding, Higher Vocational Certificate, Year 1, STLT.11 room, with research instruments including a learning management plan using the cooperative learning model using the STAD technique (Student Team Achievement Division) and an achievement test, which analyzed the data by finding the mean (\bar{X}) and standard deviation (S.D.)

The research results found that the average score of the post-test score of the experimental group was equal to ($\bar{X} = 16.25$ S.D. = 1.87) and the control group ($\bar{X} = 11.20$ S.D. = 1.52) with a Sig. (2-tailed) = 0, which is less than 0.05 Which shows that before the experiment, the experimental and control groups had significantly different learning abilities in the subject of Digital Business Branding at the 0.05 level, which is consistent with the hypothesis.