วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning

ปีที่ Volume 20 | ฉบับที่ No. 1 | มกราคม - เมษายน January- April 2569

ISSN: 3027-8414 (Online)

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

สารบัญ

➢ **บทบรรณาธิการ** ฐ

➢ **บทความวิจัย**

Demographic Differences and the Relationships Among Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Satisfaction toward Online Purchases of Clothing Brand XYZ 1

Theeralak Satjawathee, Wipa Chongruksut, Pikul Pongklang, Juree Vichitdhanabadee, Wiriya Chongruksut, Cheng-Fei Lee and Di Zhang

Gamified Listening in Hospitality ESP: Enhancing Listening Skills and Engagement of Thai EFL University Students 23

Damrongsak Tadwong

วิเคราะห์สมรรถนะเจ้าหน้าที่ประสานงานในสายอาชีพการจัดงานแสดงสินค้าบนฐานสมรรถนะตามความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย 56

อรชร ว่องพรรณงาม, พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ เกิดศิริ เจริญวิศาล

An Empirical Survey of Chinese Learners' Use of Near-Synonymous Verbs: "发生", "产生" and "出现" of Thai CFL Learners in Sirithep Foreign Language School, Chiang Mai Province 73

Hongmei Qin, Harnchai Chaitusaney and Apinya Songsaksakul

แบบจำลองปัญญาประดิษฐ์สำหรับประเมินผลพัฒนาการผ่านภาพวาดของเด็กปฐมวัย ระดับชั้น อนุบาล 1-3 : การพัฒนาและการตรวจสอบความถูกต้องเชิงข้อมูล 96

เอกราช ศรีสุรักษ์ และ สุพัฒนวรี ทิพย์เจริญ

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

สารบัญ (ต่อ)

การใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง 122

สมิต ค่อยประเสริฐ

การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ 142

อุทัยวรรณ ศรีวิชัย, เชษฐ์ ใจเพชร และ อติพร ขยัน

การสังเคราะห์แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศและต่างประเทศ 163

ณฐญธร อินทรกำแหง, วรารัชต์ มหามนตรี และ สุวรรณี ทองรอด

การพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูระดับปริญญาตรี 185

สุวิชา วันสุดล

การใช้วิจัยเป็นฐานในการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท 204

สุพรรษา สุวรรณชาตรี, ปาลิดา สายรัตทอง พัฒนพิชัย และ สินี คูหามุข

The Influence of Social Media Advertising on Consumer Purchase Decisions: The Mediating Roles of Brand Perception, Attitudes, and Purchase Intention 224

Omthong Phattanaphong and Charuwan Limphaiboon

กลยุทธ์การพัฒนานักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการข้ามศาสตร์เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างสายวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ 245

สุรชัย ศรีนรจันทร์

สารบัญ (ต่อ)

ผลของกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อเสริมสร้างทักษะการทำงานเป็นทีม ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ 264
กรวินท์ เขมะพันธุ์มนัส

เคล็ดลับความสำเร็จการบริหารงานปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้ 285
ย่าร่อนะ ศรีอาหมัด, อัปสร อีซอ และ พารีดา หะยีเต๊ะ

การพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตร อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ 302
สวิชญา ศุภอุดมฤกษ์, อรจนา แสนไชย จันทรประยูร, ธนิยาภรณ์ ศรีหาตา, จิราภา สุภา และ จักรพงษ์ พวงงามชื่น

ปัจจัยส่วนบุคคล สังคม และสื่อที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอล ความเสี่ยงติดพนัน และผลกระทบต่อประชาชน จังหวัดเชียงใหม่ 328
นภาวรรณ อาชาเพ็ชร, มัณฑนา ภาคสุวรรณ์, ภควิชญ์ ดำรงเกียรติศักดิ์ และ วิชญา โคตรฐิติธรรม

การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่น สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล 354
ชัษษพณชิ์ จันวงค์เดือน, จรีลักษณ์ รัตนาพันธ์, สมเกียรติ ทานอก, แสงเพชร เจริญราษฎร์, ธัญญรัศม์ ชิดไธสง, ณัฐธิดา ภูบุญเพชร และ สิรินาถ จงกลกลาง

การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ณ บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ 371
รณวีร์ พาผล

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 400
พลกฤต รักจุล, มัณฑนา เลิศตระกูลพนา และ อรวรรณ เชื้อเมืองพาน

สารบัญ (ต่อ)

The Participatory Development of Professional Learning Community Platform for Schools in Chiang Mai 428
Saiphon Sanjaiprom

Education Management Model to Enhance Cross-Border Employability Skills of Chinese Students in Thailand 451
Haiyan Yang, Apipa Prachyapruit and Pateep Methakunavudhi

➢ **บทความวิชาการ**

สถานการณ์เงินหยวนดิจิทัลในยุคดิจิทัลและความท้าทายต่อการปรับตัวในภาคธุรกิจไทย 482
ระพีพร มหาพรหม, พิรัญญา พิหมิว และ รุ่งรดิศ เมืองลือ

Enhancing Idiomatic Competence of Thai EFL Learners through Gamification 496
Nuntiporn Raungsawat, Nantawan Kamsuriya, Suwicha Saengroongpetch and Peeradej Koomwongthai

เจ้าของ:

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ความเป็นมา:

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เริ่มดำเนินการครั้งแรกในชื่อ วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น โดยจัดทำในรูปแบบวารสารฉบับพิมพ์ (Pint) ในระหว่างปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2561 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น (ปีที่ 8 ฉบับที่ 2) ได้เริ่มจัดทำเฉพาะวารสารในรูปแบบออนไลน์ (Online) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลาง ในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขาวิชาการบริหารธุรกิจและการจัดการ รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ ศิลปศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น (FEU Academic Review Journal) เริ่มตีพิมพ์มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 โดยจัดทำเป็นราย 6 เดือน (2 ฉบับ/ปี) ฉบับที่ 1 เดือนมิถุนายน - เดือนพฤศจิกายน และฉบับที่ 2 เดือนธันวาคม – เดือนพฤษภาคม ต่อมาในปี พ.ศ. 2558 วารสารได้เปลี่ยนกำหนดออกเป็นราย 3 เดือน (4 ฉบับ/ปี) โดยเริ่มตั้งแต่วารสารปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เป็นต้นไป ดังนี้ ฉบับที่ 1 เดือนพฤษภาคม – เดือนกรกฎาคม ฉบับที่ 2 เดือนสิงหาคม – เดือนตุลาคม ฉบับที่ 3 เดือนพฤศจิกายน – เดือนมกราคม และ ฉบับที่ 4 เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนเมษายน และเพื่อหลีกเลี่ยงการตีพิมพ์วารสารข้ามปีในฉบับเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2559 จึงได้เปลี่ยนกำหนดออกอีกครั้ง โดยเริ่มฉบับที่ 1 ในเดือนมกราคม - เดือนมีนาคม และไปสิ้นสุดฉบับที่ 4 ในเดือนตุลาคม - เดือนธันวาคม และในปี พ.ศ. 2567 ได้เปลี่ยนชื่อวารสารเป็น **วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Journal of Social Innovation and Lifelong Learning) ISSN: 3027-8414 (Online)** ตั้งแต่วารสารปีที่ 18 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2567)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิตจัดพิมพ์บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทัศน์ (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษโดยผ่านกระบวนการกลั่นกรองของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน และไม่ได้สังกัดเดียวกับผู้เขียน โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (Double-Blind Review) ปัจจุบันวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้รับการยอมรับให้อยู่ในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI: Thai Journal Citation Index Centre) กลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2572)

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อเป็นสื่อกลางในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขาวิชาศึกษาศาสตร์ บริหารธุรกิจ สังคมวิทยา และเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพซึ่งสามารถแสดงถึงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีเพื่อให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ในเชิงปฏิบัติที่นักปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคสังคมและชุมชน
2. เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าวิจัยและนำเสนอผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และนักศึกษา

ขอบเขต:

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต รับพิจารณาบทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทัศน์ (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษภายใต้เงื่อนไขว่าจะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร หรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน (ยกเว้นรายงานวิจัย และวิทยานิพนธ์) และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณารอตีพิมพ์ในวารสารอื่น กรณีบทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ผู้เขียนต้องแสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมาได้มีส่วนเพิ่มเติมหรือขยายจากบทความเดิม นอกจากนี้ผู้เขียนยังต้องระบุในบทความว่าได้เผยแพร่บางส่วนของบทความดังกล่าวไปแล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว

- **ขอบเขตของวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้**
  1. ศึกษาศาสตร์: การบริหารการศึกษา หลักสูตรและการสอน การวัดและประเมินผลการศึกษา การวิจัยทางการศึกษา เทคโนโลยีการศึกษา และการออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนรู้
  2. บริหารธุรกิจ: การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม การบัญชี การเงิน การตลาด การสื่อสารการตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ การจัดการการท่องเที่ยวและบริการ และการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์
  3. สังคมวิทยา: นวัตกรรมสังคม การพัฒนาสังคม และการพัฒนาชุมชน
  4. เทคโนโลยีสารสนเทศ: เทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรม เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ ระบบสารสนเทศ และการพัฒนาระบบ

ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์:

ศาสตราจารย์ ดร. ปรัชญา เวสารัชช์ อุปนายกสภามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ที่ปรึกษา:

ดร. กิตติพัฒน์ สุวรรณชิน อธิการบดี

บรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงศ์กร จันทราช มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

กองบรรณาธิการ:

รองศาสตราจารย์ ดร. สมเกียรติ อินทสิงห์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร. วัฒนา จินดาหลวง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร. จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

รองศาสตราจารย์ ดร. เพชรสุดา ภูมิพันธุ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

รองศาสตราจารย์ ดร. พิชญ์สินี ชมภูคำ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิรินทร์นิชา ปัญจอริยะกุล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกร สิริสุคันธา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพัชร์ หาญฤทธิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระชานนท์ ทวีผล มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จันทร์จิรา พยัคฆ์เพศ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปริญญา นาคปฐม มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พฤฒิพงศ์ เพ็งสิริ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพันธ์ อะนันชัยธวัช มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฐิติมา ญาณะวงษา มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศราวุธ พงษ์ลี้รัตน์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จันทร์จิตร เธียรสิริ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

กองจัดการ:

อาจารย์สุพรรษา ลิขิตธนวงศ์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

นโยบายการจัดพิมพ์:

กำหนดออกเป็นราย 4 เดือน (3 ฉบับ/ปี) ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนเมษายน)

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนสิงหาคม)

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนธันวาคม)

จำนวนบทความในแต่ละฉบับ

จำนวนบทความที่เผยแพร่ในวารสารแต่ละฉบับไม่เกิน 20 บทความ

จริยธรรมการตีพิมพ์:

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน:

1. ผู้เขียนต้องรับรองบทความที่เสนอมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่นั้น เป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณารอตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด

2. ผู้เขียนต้องเปิดเผยข้อมูลในกรณีที่บทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ โดยต้องแสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมามีส่วนเพิ่มเติมหรือส่วนขยายจากบทความเดิม และได้เผยแพร่แล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว

3. ผู้เขียนต้องอ้างอิงแนวคิดและข้อความต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่ของผู้เขียน รวมทั้งต้องรับผิดชอบในการขออนุญาตใช้ภาพ และแผนภูมิ หรือขอลิขสิทธิ์จากงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น

4. ผู้เขียนที่ปรากฏชื่อในบทความทุกท่านต้องมีองค์ประกอบครบ 3 ข้อ ดังนี้ (1) มีส่วนร่วมในการสร้างโจทย์วิจัยและวางแผนการวิจัย เก็บข้อมูล หรือวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล (2) มีส่วนร่วมในการเขียนหรือตรวจสอบบทความวิจัยอย่างมีส่วนร่วมในเชิงปัญญาของเนื้อหางาน (ไม่ใช่ตรวจเฉพาะภาษาหรือรูปแบบ) และ (3) ได้อ่านและรับรองต้นฉบับบทความสุดท้ายก่อนส่งไปตีพิมพ์ ผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือในลักษณะอื่น ๆ ควรได้รับการกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ

5. ผู้เขียนทุกท่านต้องได้อ่านและยินยอมให้มีการส่งบทความมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งยินยอมที่จะรับผิดและรับชอบในบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่

6. ผู้เขียนทุกท่านต้องเปิดเผยผลประโยชน์ทับซ้อนซึ่งอาจมีผลสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อเนื้อหาที่ปรากฏในบทความ แหล่งเงินทุนสนับสนุนการวิจัยหรือการจัดทำบทความจะต้องถูกกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ

7. ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบของวารสารที่กำหนดไว้ในคำแนะนำในการจัดเตรียมต้นฉบับสำหรับผู้เขียน

8. ผู้เขียนต้องเขียนบทความที่แสดงถึงคุณภาพทางวิชาการและองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งเชิงทฤษฎีและในเชิงปฏิบัติ การนำเสนอเนื้อหามีความชัดเจนและถูกต้อง

9. ผู้เขียนมีหน้าที่แจ้งต่อวารสารและบรรณาธิการ หากพบข้อความผิดพลาดที่มีความสำคัญในการวิจัยภายหลัง หรือพบความไม่ถูกต้องในงานที่ตีพิมพ์ เพื่อปรับแก้บทความให้มีความถูกต้องหรือถอนบทความหากจำเป็น

บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ:

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่เปิดเผยข้อมูลบทความที่อยู่ระหว่างพิจารณาแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องและต้องไม่ใช้เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว

2. ผู้ทรงคุณวุฒิมีหน้าที่เปิดเผยข้อมูลและผลประโยชน์ทับซ้อนของบทความ เช่น เป็นบทความที่ตนมีส่วนร่วม หรือรู้จักผู้เขียนเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถพิจารณาประเมินบทความโดยอิสระได้ และผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งบรรณาธิการทราบ และถอนตัวจากการพิจารณาบทความ

3. ผู้ทรงคุณวุฒิควรรับพิจารณาบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ พิจารณาให้ข้อเสนอแนะด้วยความเป็นธรรมและปราศจากอคติ ข้อแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิควรละเอียดและสร้างสรรค์เพื่อช่วยให้ผู้เขียนบทความสามารถพัฒนาบทความของตนต่อไปได้ แม้ว่าบทความนั้นจะมีคุณภาพไม่ดีและถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ก็ตาม

4. ผู้ทรงคุณวุฒิควรส่งผลการประเมินตามกำหนดเวลา หากมีเหตุขัดข้องในช่วงระยะเวลาพิจารณาควรแจ้งบรรณาธิการโดยทันที

5. ผู้ทรงคุณวุฒิควรระบุงานวิจัยหรือผลงานทางวิชาการที่ผู้เขียนไม่ได้อ้างอิงไว้ในบทความ และผู้ทรงคุณวุฒิควรแจ้งต่อบรรณาธิการ หากทราบว่าบทความที่พิจารณามีส่วนใดส่วนหนึ่งที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับบทความที่อยู่ในการพิจารณาของวารสารอื่นหรือสิ่งพิมพ์อื่นใด

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ:

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

2. บรรณาธิการต้องพิจารณาบทความจากเนื้อหาทางวิชาการโดยปราศจากอคติในเรื่องคุณลักษณะใด ๆ ของผู้เขียนหรือสังกัดของผู้เขียน รวมทั้งต้องป้องกันไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ และบุคคลในกองบรรณาธิการ

3. บรรณาธิการต้องตีพิมพ์บทความที่ผ่านกระบวนการพิจารณากลั่นกรองบทความแล้วซึ่งพิจารณาจากคุณภาพทางวิชาการและมีประโยชน์ทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ความทันสมัย และเนื้อหาสอดคล้องกับขอบเขตของวารสารรวมทั้งเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน

4. บรรณาธิการต้องไม่เปิดข้อมูลเกี่ยวกับบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งต้องควบคุมให้กระบวนการพิจารณากลั่นกรองบทความเป็นไปโดยปกปิดทั้งด้านผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (Double-Blind Process) ด้วยความยุติธรรม

5. บรรณาธิการต้องตรวจสอบบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) โดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ และหยุดกระบวนการพิจารณากลั่นกรองบทความทันที หากพบการคัดลอกผลงานผู้อื่นในระหว่างกระบวนการฯ และติดต่อผู้เขียนเพื่อขอคำชี้แจงประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์เผยแพร่บทความนั้น

6. บรรณาธิการตรวจสอบบทความที่สงสัยว่ากระทำผิดจริยธรรมทางวิชาการเพื่อแก้ไขปัญหาทางจริยธรรมนั้น ด้วยความรอบคอบ แม้ว่าบทความนั้นจะได้รับการตีพิมพ์หรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้การปฏิเสธบทความด้วยเหตุผลทางด้านจริยธรรมจะต้องมีหลักฐานที่ชัดเจน

สถานที่ติดต่อ:

กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
120 ถ. มหิดล อ. เมือง จ. เชียงใหม่ 50200
โทร. 053-201800-4 ต่อ 2421 โทรสาร. 053-201810
E-mail: feujournal@feu.edu
URL: https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU

- ทัศนะและข้อคิดเห็นใดๆ ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นทัศนะของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วยกับทัศนะเหล่านั้นและไม่ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ
- ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละบทเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน กรณีมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงฝ่ายเดียว
- ลิขสิทธิ์บทความเป็นของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตโดยตรงจากมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเป็นลายลักษณ์อักษร

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ได้รับการยอมรับให้
อยู่ในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2572)

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

รายนามคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Reviewer) ประจำฉบับ

รองศาสตราจารย์ ดร. จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
รองศาสตราจารย์ ดร. สมเกียรติ อินทสิงห์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร. อุเทน เลานำทา	บริษัท อินเทลลิเจนท์ ดี.ซี. จำกัด
รองศาสตราจารย์ ดร. จรัสศรี รุ่งรัตนาอุบล	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปริญญา นาคปฐม	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกร สิริสุคันธา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิรินทร์นิชา ปัญจอริยะกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทัดพงศ์ อวิโรธนานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร์	สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกแห่งสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นทัต อัศภาภรณ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัลยา ใจรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นงนุช เกตุ้ย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชไมมน ศรีสุรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรวัฒน์ กำเนิดศิริ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฐิติมา ญาณะวงษา	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐพล ตันตระกูลทรัพย์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพันธ์ อะนันชัยธวัช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. องอาจ ชาญประสิทธิ์ชัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญใจ กิจชาลารัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุนทรี คนเที่ยง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จันทร์จิตร เธียรสิริ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัชตพล ชัยเกียรติธรรม	มหาวิทยาลัยพายัพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลิน ฉายจวิน	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทิพวรรณ ทนันไชย	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

รายนามคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Reviewer) ประจำฉบับ (ต่อ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธัญญารัตน์ ลิ้นฤาษี	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาโรช สอาดเอี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อาจารย์ ดร. สิริยุพิน ศุภ์ธนัชภัคชนา	มหาวิทยาลัยบูรพา
อาจารย์ ดร. เดช สาระจันทร์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
อาจารย์ ดร. ทิพย์พิรุณ พุมดวง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
อาจารย์ ดร. รุ่งรดิศ เมืองลือ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
อาจารย์ ดร. จักรพงษ์ สุขพันธ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร. วินัย บังคมเนตร	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร. เจตนา เมืองมูล	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
อาจารย์ ดร. ณัชนัน ศุภสิริสุข	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
อาจารย์ ดร.ณัฐดนัย นาจันทร์	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ฉบับนี้เป็นปีที่ 20 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2569) มีบทความวิจัย จำนวน 21 บทความ และบทความวิชาการ จำนวน 2 บทความ มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศึกษาศาสตร์ บริหารธุรกิจ สังคมวิทยา และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยบทความทั้งหมดผ่านกระบวนการการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญประจำสาขาจากหลากหลายสถาบัน และไม่ได้สังกัดเดียวกับผู้เขียน โดยวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้รับการยอมรับให้อยู่ในฐานข้อมูลดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2572)

บรรณาธิการ ใคร่ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะสาขาวิชาทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ส่งเสริมกระบวนการพิจารณากลั่นกรองบทความให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงผู้เขียนทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฯ และหากท่านที่สนใจต้องการเสนอผลงานเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถจัดเตรียมต้นฉบับบทความตามรูปแบบของวารสารได้จากเว็บไซต์วารสารที่ https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/about/submissions

บรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

Demographic Differences and the Relationships Among Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Satisfaction toward Online Purchases of Clothing Brand XYZ

Theeralak Satjawathee[1], Wipa Chongruksut[1*], Pikul Pongklang[1], Juree Vichitdhanabadee[1], Wiriya Chongruksut[1], Cheng-Fei Lee[2] and, Di Zhang[3]

[1]Interdisciplinary Studies College, Payap University

Superhighway Chiang Mai-Lampang Road, Mueang District, Chiang Mai Province, 50000

[2]Department of Marketing, Shih Chien University, Kaohsiung Campus, Taiwan

No. 200, Daxue Road., Neimen District., Kaohsiung City 845, Taiwan (R.O.C.)

[3] Business Administration Faculty, Guangxi Vocational College of Performing Arts, PRC

No. 175, Mingxiu East Road, Nanning, Guangxi, China, 530001.

Received: *June 5, 2025* ***Revised***: *November 29, 2025* ***Accepted***: *February 9, 2026*

Abstract

This research explored two focal areas: (1) the extent to which perceived ease of use and perceived usefulness vary among consumers with different demographic characteristics when purchasing clothing from Brand XYZ online, and (2) the degree to which these two perceptual factors are associated with consumer satisfaction. The study involved 385 Thai consumers who had previously purchased Brand XYZ products through online channels, recruited through convenience sampling via an online survey. Data were processed using descriptive statistics and inferential analytical techniques, including t-test, one-way ANOVA with pairwise comparisons using Games-Hewell Post-hoc, effect size calculations, and simple regression analysis. The findings demonstrated statistically significant variation in perceived ease of use across gender, age groups, educational attainment, and occupational categories,

*Corresponding Author

E-mail: drwipachong@gmail.com

while perceived usefulness differed significantly by gender, educational level, and occupation. Furthermore, regression outcomes revealed that both perceived ease of use and perceived usefulness exerted positive effects on consumer satisfaction, with perceived usefulness serving as the stronger predictor. These empirical insights offer value for enhancing online marketing approaches, refining user experience design, and informing consumer segmentation strategies within Thailand's digital fashion marketplace.

Keywords

Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Customer Satisfaction; Online Fashion Purchasing, Demographic Variation

Introduction

The rapid expansion of digital commerce has transformed purchasing patterns within Thailand's fashion sector, supported by steady growth in the country's online retail market. Recent industry reports indicate that Thailand's e-commerce value increased by about 14% in 2024, reaching roughly 1.1 trillion baht, a trend reflecting consumers' growing preference for online shopping across product categories (Nation Thailand, 2025). Regionally, Southeast Asia has experienced similar momentum, with fashion and apparel emerging as one of the largest and fastest-growing online segments, driven by widespread mobile adoption and the demand for convenient digital shopping experiences (Mordor Intelligence, 2024). Despite this growth, online apparel purchasing continues to present challenges related to product fit, information accuracy, and post-purchase satisfaction. These concerns highlight the importance of understanding how shoppers evaluate the usability and functional value of online fashion platforms such as Brand XYZ.

While the Technology Acceptance Model (TAM) remains central to explaining technology attitudes, prior research in online fashion commerce has largely focused on purchase intention rather than post-purchase satisfaction, resulting in limited insight into how users assess their actual experience (Lim & Ting, 2014; Kim & Forsythe, 2008). Moreover, empirical findings on demographic influences, such as age, gender, education, and occupation, on perceived ease of use and perceived usefulness remain inconsistent in Thailand's e-commerce environment, particularly in the context of online apparel. This reveals a gap concerning how demographic variation shapes technology perceptions and satisfaction among

Thai online fashion consumers. Brand XYZ, a minimalist clothing label with a steadily expanding online customer base, offers a relevant setting for investigating these issues because its purchasing experience is fully mediated by digital interface interaction. Given that usability and perceived functional value are key determinants of consumer evaluations in online fashion shopping, this study employs the two core TAM constructs, perceived ease of use and perceived usefulness, to assess how they influence satisfaction within a real brand-specific online purchasing environment.

Accordingly, the study aims to (1) determine whether demographic characteristics generate significant differences in perceived ease of use and perceived usefulness among online consumers of Brand XYZ, and (2) examine the relationships among perceived ease of use, perceived usefulness, and customer satisfaction. The findings are expected to contribute theoretically by extending TAM applications into the online apparel context and to offer practical implications for consumer segmentation, platform design, and digital marketing strategies in Thailand's evolving fashion e-commerce ecosystem.

Research Questions

1. Are there significant differences in perceived ease of use and perceived usefulness across demographic characteristics among consumers purchasing clothing from Brand XYZ online?

2. How are perceived ease of use and perceived usefulness related to consumer satisfaction with online purchases of Brand XYZ?

Research Objectives

1. To examine the differences in perceived ease of use and perceived usefulness of technology across demographic in the context of online purchases of the XYZ clothing brand.

2. To analyze the relationships among perceived ease of use, perceived usefulness, and consumer satisfaction with the XYZ clothing brand.

Literature Review

1. Technology Acceptance Model (PEOU and PU in Online Apparel Context)

The Technology Acceptance Model (TAM), introduced by Davis (1989, 319-340), positions perceived ease of use (PEOU) and perceived usefulness (PU) as core determinants

of how individuals evaluate and adopt digital systems. PEOU concerns the degree of effort required to navigate the interface, whereas PU captures the extent to which the system enhances task performance and decision efficiency. Prior research shows that both constructs play essential roles in shaping post-adoption evaluations in online shopping environments, particularly where information accuracy, visualization, and transaction processes are central to the consumer experience (Ha & Stoel, 2009, 565-571). Evidence from broader e-commerce and mobile service contexts further confirms that PEOU and PU strongly influence consumers' assessments of digital platforms (Oliveira et al., 2016; Zheng et al., 2020).

Studies conducted in emerging markets, including Thailand, suggest that these technology perceptions may also vary by contextual conditions such as consumers' prior digital experience, payment familiarity, and platform characteristics (Phonthanukitithaworn et al., 2016, 37–54). These patterns underscore the need to validate the relevance of PEOU and PU within specific online retail environments. Because the present study examines actual users of Brand XYZ's online apparel platform, applying TAM with a focus on these two constructs is appropriate for explaining post-purchase satisfaction rather than behavioral intention. This theoretical foundation directly aligns with Research Objective 2 and supports the hypotheses that both PEOU and PU exert positive influences on customer satisfaction.

2. Customer Satisfaction in Online Apparel Purchasing

Customer satisfaction in online purchasing environments is commonly defined as the consumer's evaluative judgment comparing expected benefits with actual post-purchase performance (Kotler et al., 2020). Within online fashion contexts, satisfaction is influenced by the accuracy of product representation, clarity of information display, usability of ordering processes, convenience of delivery and return services, and perceptions of transaction security. Prior research in digital retail environments shows that perceived usefulness plays a central role in shaping satisfaction, as consumers evaluate online purchasing favorably when the platform enhances decision efficiency and overall task performance (Ha & Stoel, 2009; Zheng et al., 2020). Perceived ease of use also contributes to satisfaction by minimizing cognitive effort and facilitating seamless browsing and checkout experiences, particularly for users who may be sensitive to interface complexity (Oliveira et al., 2016, 404–414).

Empirical findings, however, reveal variation in the relative influence of PEOU and PU across contexts. Some studies report that PU is the dominant predictor of satisfaction, while others indicate that PEOU becomes more salient among users with lower digital literacy or

limited experience with online shopping systems (Phonthanukitithaworn et al., 2016, 37–54). These inconsistencies highlight the importance of examining satisfaction within specific platform designs and user segments. Brand XYZ's minimalist interface, simplified navigation, and emphasis on visual product presentation provide an appropriate setting for evaluating how users form satisfaction judgments based on perceived ease of use and perceived usefulness.

This review supports Research Objective 2, establishing a theoretical foundation for the hypotheses that both perceived ease of use and perceived usefulness exert positive effects on customer satisfaction within the online purchasing environment of Brand XYZ.

3. Demographic Characteristics and Their Influence on Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness

Demographic characteristics constitute an important source of variation in how consumers evaluate digital systems. Prior studies show that factors such as gender, age, education, and occupation influence individuals' cognitive processing and interaction with technology (Chaichan, 2008; Kamnoetsin, 2022). Evidence from Southeast Asia further indicates that younger users and individuals with higher educational attainment generally report higher perceived ease of use because of greater familiarity with digital tools, while perceived usefulness tends to be stronger among users who prioritize task efficiency and functional benefits (Sombultawee & Saisanit, 2022). Research in technology adoption also suggests that occupations requiring frequent digital engagement are associated with elevated perceptions of both ease of use and usefulness, as these users encounter fewer barriers to interacting with online systems (Oliveira et al., 2016; Phonthanukitithaworn et al., 2016).

Although these demographic patterns are well-documented in broader e-commerce and mobile-service contexts, empirical evidence specific to Thailand's online apparel sector remains limited. This gap underscores the need to examine whether demographic variations meaningfully differentiate perceptions of ease of use and usefulness within Brand XYZ's online shopping environment. This line of reasoning directly aligns with Research Objective 1, supporting the hypotheses that demographic characteristics produce significant differences in perceived ease of use and perceived usefulness among online consumers.

Research Framework

The conceptual framework for this study is presented in Figure 1, as follows.

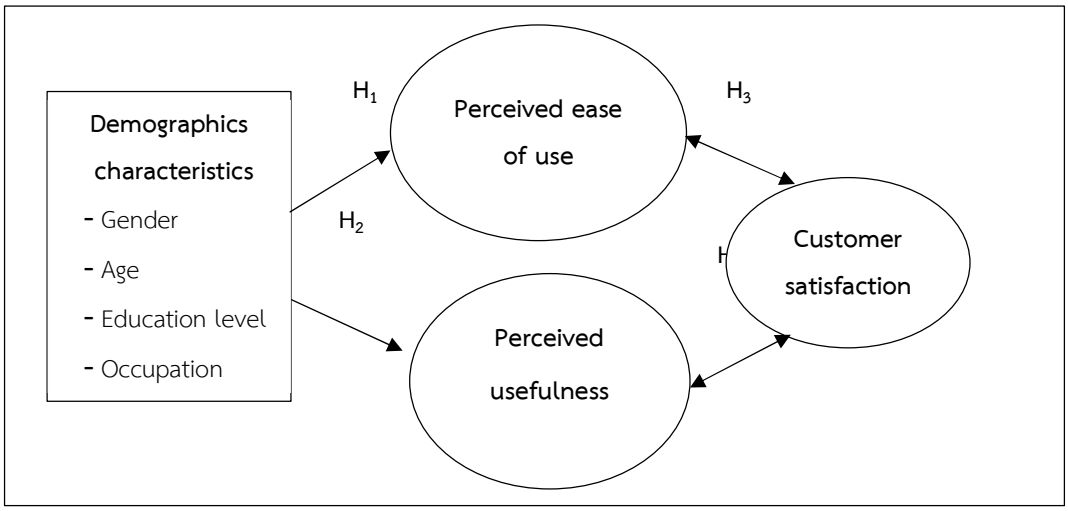


Figure 1: Conceptual framework of this study

Research Hypotheses

Previous studies demonstrate that demographic characteristics influence how individuals perceive the ease of using digital systems. Evidence from mobile service and technology adoption research shows that younger users and those with more frequent digital exposure tend to report higher perceived ease of use because repeated interaction with technology reduces the cognitive effort required for online tasks (Phonthanukitithaworn et al., 2016, 37–54). Cross-cultural studies on online platforms further indicate that education level contributes to ease-of-use perceptions, as individuals with higher educational attainment generally possess stronger digital competencies, leading to greater confidence in navigating online interfaces (Oliveira et al., 2016). In the Thai context, demographic attributes, particularly age, gender, and education, have been shown to moderate ease-of-use perceptions, with certain groups demonstrating greater familiarity with digital tools than others (Sombultawee & Saisanit, 2022). Based on this evidence, demographic variation is expected to produce significant differences in perceived ease of use among consumers using Brand XYZ's online apparel platform.

H1: Perceived ease of use differs significantly across demographic characteristics.

Prior research also suggests that demographic characteristics can influence how users perceive the functional benefits of digital systems. Individuals with higher educational backgrounds or greater digital experience often report stronger perceived usefulness because they tend to rely on technology to enhance efficiency and task performance (Oliveira et al., 2016; Sombultawee & Saisanit, 2022). Accordingly, differences in demographic attributes may also lead to variations in perceived usefulness among Brand XYZ's online shoppers.

H2: Perceived usefulness of technology differs significantly by demographic characteristics.

Previous research shows that systems perceived as easy to navigate tend to improve users' overall evaluations because reduced effort and clearer interaction pathways create a smoother online shopping experience (Ha & Stoel, 2009; Oliveira et al., 2016). In apparel purchasing, where consumers must browse items, compare options, and complete checkout steps, usability becomes a key factor supporting satisfaction. Therefore, perceived ease of use is expected to positively influence satisfaction among Brand XYZ's customers.

H3: Perceived ease of use of technology is positively related to customer satisfaction.

Perceived usefulness has consistently been identified as a major driver of satisfaction in digital commerce, as systems that improve efficiency, decision-making, and task completion tend to yield stronger positive evaluations (Oliveira et al., 2016; Zheng et al., 2020). Evidence from Thai e-commerce users also shows that functional value plays a central role in shaping satisfaction (Sombultawee & Saisanit, 2022). Thus, perceived usefulness is expected to exert a positive effect on satisfaction among Brand XYZ's online shoppers.

H4: Perceived usefulness of technology is positively related to customer satisfaction.

Research Methodology

1. Population and Sample

1.1 This study employed a cross-sectional, quantitative survey design. Eligibility required respondents to be Thai consumers with prior experience purchasing the XYZ clothing brand via online channels. The individuals aged between 20 and 60.

1.2 Since the total population of customers who had purchased the XYZ clothing brand online was unknown, the minimum required sample size was estimated using Cochran's formula with a 95% confidence level and a ±5% margin of error. Following data screening for

completeness and attention checks, 385 valid responses were retained, which satisfied the minimum sample size requirement.

2. Instrument Development and Measurement

The questionnaire comprised four sections: (1) Demographics consists of 4 items: gender, age, education, and occupation level. (2) Perceived ease of use consists of 6 items: reflecting the degree to which the platform is easy and effortless to operate. (3) Perceived usefulness consists of 5 items: capturing the extent to which using the platform enhances task performance and shopping efficiency. (4) Customer satisfaction consists of 4 items: adapted from established satisfaction scales to reflect overall evaluative judgments of the online shopping experience. All construct items were measured on a 5-point Likert scale (1 = Strongly disagree to 5 = Strongly agree). Items were translated and proofread to ensure clarity and consistency; minor wording refinements were made to fit the online apparel context.

3. Data Collection

Data collection was conducted through an online self-administered questionnaire disseminated across fashion and lifestyle related digital communities, including Facebook groups, LINE networks, and consumer discussion forums. A non-probability convenience sampling method was employed because no comprehensive sampling frame exists for identifying all online purchasers of Brand XYZ, and individuals who engage in online shopping inherently constitute a self-selecting population of digital users. Convenience sampling is widely recognized in the literature as an appropriate strategy for web-based survey research, given its practicality in reaching active internet users and its consistency with participation patterns commonly observed in online marketplace environments (Etikan, 2016; Bethlehem, 2010; Callegaro et al., 2015).

To enhance the quality of the dataset, screening questions, attention-check items, and response-time assessments were incorporated prior to confirming valid responses. Although convenience sampling may introduce limitations related to representativeness and potential self-selection bias, its use in this study was justified by the exploratory nature of the research, the efficiency of online access, and the methodological suitability for capturing insights from actual users of online apparel platforms. Accordingly, this approach was deemed appropriate for investigating user perceptions within the digital purchasing context of Brand XYZ.

4. Content Validation and Reliability Analysis

4.1 Content validity was established via an expert panel of three academics and practitioners in e-commerce and consumer research, who evaluated item relevance and clarity. Feedback informed minor revisions to wording and item order. Cognitive debriefing with 10 target users was conducted to confirm comprehension and response process.

4.2 Pilot testing and reliability assessment: A pilot with 30 respondents from the target population was administered online to evaluate reliability and refine the instrument prior to the main survey. Internal consistency was assessed using Cronbach's alpha for each dimension, with $\alpha \geq 0.70$ considered acceptable. Item–total correlations (≥ 0.30) and alpha if item deleted diagnostics guided item retention.

4.3 Reliability Analysis Results: The reliability results for each construct were as follows: perceived ease of use (6 items, $\alpha = 0.816$), perceived usefulness (5 items, $\alpha = 0.863$), and customer satisfaction (4 items, $\alpha = 0.840$). The overall reliability across all 15 items was $\alpha = 0.933$. As all Cronbach's alpha values exceeded the recommended threshold of 0.70, the measurement scales were considered to demonstrate acceptable internal consistency.

5. Data Analysis and Statistical Methods

The statistical analysis incorporated both descriptive and inferential techniques. Descriptive statistic using percentages, means, and standard deviations to summarize participant profiles and key variables. Inferential tests were then applied to assess whether perceptions differed across demographic groups, using independent samples t-tests and one-way ANOVA. Effect sizes were quantified through Cohen's d and η^2 to enhance interpretation beyond significance levels (Cohen, 1988). When ANOVA identified significant group variation, the Games–Howell procedure was used to determine which subgroups differed, as this post-hoc method is appropriate under unequal variances and unequal sample sizes, which aligned with this dataset (Games & Howell, 1976; Field, 2018; Pallant, 2020). Simple regression models were subsequently performed to evaluate associations between perceived ease of use, perceived usefulness, and customer satisfaction. Effect size interpretations followed established thresholds to indicate the magnitude of relationships. The interpretations of the Cohen's d are: $|d| < 0.20$ means negligible effect; $0.20 \leq |d| < 0.50$ means small effect; $0.50 \leq |d| < 0.80$ means medium effect; $|d| \geq 0.80$ means large effect (Cohen, 1988).

Research Results

The results of this study are divided into 4 parts. Part 1 presented general information; Part 2 presented perceived ease of use results; part 3 presented perceived usefulness results; part 4 presented relationship between the various variables, as follows.

Part 1: General Information

Table 1: Number and percentage of respondents classified by demographic characteristics

Demographic characteristics		number	percentage
Gender	Male	139	36.10
	Female	246	63.89
Age (year-old)	20 – 30	221	57.40
	31 – 40	61	15.84
	41 – 50	53	13.77
	51 – 60	50	12.99
Education Level	Secondary school or lower	17	4.42
	High school or vocational certificate	30	7.79
	Diploma	73	18.96
	Bachelor's degree	210	54.54
	Higher than bachelor's degree	55	14.29
Occupation	Government officers	53	13.77
	Students	89	23.12
	Temporary employees	36	9.35
	Full-time employees	111	28.83
	Freelancers	96	24.93

According to Table 1, the study comprised 385 respondents, most of whom were female (63.9%). The majority were aged 20–30 years (57.4%), and over half held a bachelor's degree (54.5%). Full-time employees constituted the largest occupational group (28.8%), followed by freelancers and students. Overall, the sample reflected predominantly young, educated consumers actively engaged in online-related work and study contexts.

Part 2: Perceived ease of use results

Table 2: Independent Samples t-Test of Perceived Ease of Use by Gender

Gender	n	Mean	Std. Deviation	Interpretation	t	df	Sig. (2-tailed)	Cohen's d	Effect Size Interpretation
Male	139	3.81	0.64	Agree	-4.318	313.865	0.000*	0.46	small
Female	246	4.11	0.72	Agree					

* significant at 0.01 level.

According to Table 2, the independent samples t-test indicated a statistically significant gender difference in perceived ease of use, with females reporting higher scores (M = 4.11, SD = 0.72) than males (M = 3.81, SD = 0.64), t (313.87) = –4.32, p < .001. The effect size was small effect (Cohen's d = 0.46), suggesting that gender exerts a modest but meaningful influence on usability perceptions. Although both groups rated the system as easy to use, female respondents expressed slightly more favorable evaluations, implying that targeted interface enhancements may be beneficial for improving male customers perceived ease of use.

Table 3: ANOVA Results for Perceived Ease of Use by Age, Education Level, and Occupation

Demographic characteristics	df (Between)	Sum of Squares	Mean Square	F value	Sig.	η^2 (Effect Size)
Age	3	7.835	2.612	5.407	0.001*	0.041
Education Level	4	8.974	2.244	4.662	0.001*	0.047
Occupation	4	6.749	1.687	3.464	0.009*	0.035

* significant at 0.01 level

According to Table 3, the ANOVA results revealed that age, education level, and occupation significantly influenced perceived ease of use of technology at the 0.01 level. Differences across age groups were statistically significant (F = 5.407, p = 0.001, η^2 = 0.041), indicating a moderate effect size. Similarly, education level showed significant variation (F = 4.662, p = 0.001, η^2 = .047), also reflecting a near-moderate effect. Occupation was likewise significant (F = 3.464, p = 0.009, η^2 = 0.035), although the effect size was relatively small, suggesting that while occupation plays a role, its influence on perceived ease of use is less pronounced compared to age and education. Regrading results in Table 2 and 3, Hypothesis H1 is accepted.

Table 4: Games–Howell Post-hoc Comparisons of Perceived Ease of Use Across Age Groups

Age Group Comparison	Mean Difference	p-value	Cohen's d	Effect Size Interpretation
20–30 vs 31–40	0.13	0.658	0.19	negligible
20–30 vs 41–50	0.22	0.251	0.32	Small
20–30 vs 51–60	0.41	0.003*	0.59	medium
31–40 vs 41–50	0.09	0.928	0.13	negligible
31–40 vs 51–60	0.28	0.561	0.40	Small
41–50 vs 51–60	0.19	0.561	0.27	Small

* Positive mean differences indicate higher PEOU for the first group. Cohen's d reported as absolute values. *p < .01

According to Table 4, the Games–Howell post-hoc test indicated that most age-group comparisons for perceived ease of use were not statistically significant and showed only small practical differences. The exception occurred between respondents aged 20–30 and those aged 51–60, where younger participants reported notably higher perceived ease of use (Mean = 4.10 vs. 3.69, p = 0.003). The corresponding medium effect size (Cohen's d = 0.59) reflects a meaningful generation-based usability gap, suggesting that younger consumers interact with and evaluate online platforms more easily than older users. These findings highlight the role of age in shaping digital experiences and emphasize the need for online apparel interfaces that better support older consumers.

Table 5: Games–Howell Post-hoc Comparisons of Perceived Ease of Use Across Education Groups

Comparison	Mean Difference	P value	Cohen's d	Effect Size Interpretation
Secondary school or lower vs High school	-0.45	0.338	0.41	small
Secondary school or lower vs Diploma	-0.39	0.537	0.40	small
Secondary school or lower vs Bachelor degree	-0.66	0.006*	0.75	medium
Secondary school or lower vs Higher than bachelor	-0.57	0.069	0.56	medium
High school or vocational vs Diploma	0.06	0.999	0.07	negligible
High school or vocational vs Bachelor degree	-0.21	0.618	0.25	small
High school or vocational vs Higher than bachelor	-0.12	0.964	0.13	negligible
Diploma vs Bachelor's degree	-0.27	0.509	0.33	small
Diploma vs Higher than bachelor	-0.18	0.900	0.22	small
Bachelor's degree vs Higher than bachelor	0.09	0.926	0.11	negligible

* significant at 0.01 level

According to the Games–Howell post-hoc results in Table 5, most educational groups did not differ significantly in perceived ease of use, and the associated effect sizes were generally small. The exception was the comparison between respondents with secondary education and those holding a bachelor's degree, where a statistically significant difference was observed (p =0.006). Individuals with a bachelor's degree reported markedly higher perceived ease of use, reflected by a medium effect size (Cohen's d = 0.75). This pattern suggests that higher educational attainment is associated with greater confidence and fluency in navigating online purchase interfaces. Although other pairwise comparisons did not reach statistical significance, the small-to-moderate effect sizes indicate modest variations that may be linked to differences in digital exposure and information-processing ability across educational backgrounds.

Table 6: Games–Howell Post-hoc Comparisons of Perceived Ease of Use Across Occupation Groups

Comparison	Mean Difference	p-value	Cohen's d	Effect Size Interpretation
Government officers vs Students	-0.33	0.273	0.40	small
Government officers vs Temporary employees	-0.06	0.994	0.07	negligible
Government officers vs Full-time employees	-0.09	0.966	0.10	negligible
Government officers vs Freelancers	-0.14	0.867	0.17	negligible
Students vs Temporary employees	0.39	0.075	0.41	small
Students vs Full-time employees	0.42	0.033*	0.50	medium
Students vs Freelancers	0.47	0.015*	0.58	medium
Temporary employees vs Full-time employees	0.03	0.999	0.03	negligible
Temporary employees vs Freelancers	0.08	0.967	0.08	negligible
Full-time employees vs Freelancers	0.05	0.994	0.06	negligible

* significant at 0.05 level

According to the Games–Howell post-hoc results in Table 6, most occupational groups did not show statistically significant differences in perceived ease of use, and the associated effect sizes were negligible. The only meaningful contrasts involved students, who reported significantly lower perceived ease of use compared with full-time employees (p = 0.033, d = 0.50) and freelancers (p = 0.015, d = 0.58). Both represent medium effects based on Cohen's criteria, indicating that students experience noticeably greater difficulty when interacting with

online purchasing systems than working adults. Although differences among other occupational groups were not significant, the pattern suggests that employment experience, particularly roles requiring regular digital engagement, may contribute to higher usability perceptions. These findings highlight the need for targeted support for student users who may have less consistent exposure to e-commerce interfaces.

Part 3: Perceived usefulness results

Table 7: Independent Samples t-Test of Perceived Usefulness by Gender

Gender	n	Mean	Std. Deviation	Interpretation	t	df	p value	Cohen's d	Effect Size Interpretation
Male	139	3.7511	0.72305	Agree	-3.744	302.400	0.000*	0.39	small
Female	246	4.0455	0.77209	Agree					

* significant at 0.01 level

According to Table 7, the results showed a significant difference in perceived usefulness between male and female respondents. Males (Mean = 3.75, SD = 0.72) reported lower scores than females (Mean = 4.05, SD = 0.77). This difference was statistically significant, $t = -3.744$, $p < 0.001$. Although the effect size was small (Cohen's $d = 0.39$), it still indicates a meaningful difference. Overall, females viewed the system as more useful than males, suggesting that gender has some influence on perceptions of usefulness.

Table 8: ANOVA Results for Perceived Usefulness by Age, Education Level, and Occupation

Demographic characteristics	df (Between)	Sum of Squares	Mean Square	F value	Sig.	η^2 (Effect Size)	Effect Size Interpretation
Age	3	4.781	1.594	2.746	0.043**	0.021	Small
Education Level	4	8.68	2.17	3.796	0.005*	0.038	Small
Occupation	4	10.398	2.599	4.584	0.001*	0.046	Small

* significant at 0.01 level, ** significant at 0.05 level

According to Table 8, the ANOVA results showed that age, education, and occupation significantly affected perceived usefulness ($p < 0.05$). Effect sizes were small ($\eta^2 = 0.021$–0.046), indicating limited practical impact. Differences existed, but perceived usefulness remained fairly consistent across groups. Practical strategies therefore should not have relied

solely on demographic characteristics but rather focused on broader approaches, such as inclusive design and targeted support, to enhance perceived usefulness across all user groups. Based on the results of Tables 7 and 8, Hypothesis H2 is accepted.

Table 9 Games–Howell Post-hoc Comparisons of Perceived Usefulness Across Age Groups

Age Group Comparison	Mean Difference	p-value	Cohen's d	Effect Size Interpretation
20-30 vs 31-40	-0.09	0.893	0.11	negligible
20-30 vs 41-50	-0.21	0.375	0.25	small
20-30 vs 51-60	-0.31	0.090	0.35	small
31-40 vs 41-50	-0.12	0.874	0.14	negligible
31-40 vs 51-60	-0.22	0.521	0.22	small
41-50 vs 51-60	-0.10	0.933	0.10	negligible

According to Table 9, the Games–Howell post-hoc analysis indicated that none of the age-group comparisons reached statistical significance, and all effect sizes were negligible to small (Cohen's d = 0.10–0.35). These results suggest that perceived usefulness was relatively consistent across age groups, with no meaningful practical differences detected. Although slight variations appeared in comparisons involving older age groups, the small effect sizes indicate minimal impact. Overall, the findings imply that age does not play a substantial role in shaping usefulness perceptions, highlighting the value of adopting inclusive design strategies that accommodate users across all age ranges.

Table 10: Games–Howell Post-hoc Comparisons of Perceived Usefulness Across Education Groups

Comparison	Mean Difference	p-value	Cohen's d	Effect Size Interpretation
High school vs Secondary	0.61	0.134	0.51	medium
Diploma vs Secondary	0.59	0.209	0.57	medium
Diploma vs High school	-0.02	1.000	0.02	negligible
Bachelor vs Secondary	0.72	0.006*	0.85	large
Bachelor vs High school	0.11	0.967	0.13	negligible
Bachelor vs Diploma	0.13	0.956	0.16	negligible
Higher vs Secondary	0.62	0.077	0.57	medium
Higher vs High school	0.01	1.000	0.01	negligible
Higher vs Diploma	0.03	1.000	0.03	negligible
Higher vs Bachelor	-0.10	0.919	0.12	negligible

* significant at 0.01 level

According to Table 10, most educational groups did not show significant differences in perceived usefulness, and the associated effect sizes were generally negligible. The only meaningful contrast appeared between respondents with secondary education and those with a bachelor's degree, where a significant difference was observed (p = 0.006) with a large effect size (Cohen's d = 0.85). This indicates that individuals with higher educational attainment perceive the online platform as substantially more useful. Although other comparisons involving secondary education showed medium effect sizes, they were not statistically significant. Overall, the findings suggest that perceived usefulness tends to rise with education level, highlighting a potential need for additional support for users with lower educational backgrounds.

Table 11: Games–Howell Post-hoc Comparisons of Perceived Usefulness Across Occupation Groups

Comparison	Mean Difference	p-value	Cohen's d	Effect Size Interpretation
Government officers vs Students	-0.47	0.067	0.52	medium
Government officers vs Temporary employees	-0.04	0.999	0.04	negligible
Government officers vs Full-time employees	0.05	0.998	0.06	negligible
Government officers vs Freelancers	0.12	0.936	0.13	negligible
Students vs Temporary employees	0.43	0.061	0.45	small
Students vs Full-time employees	0.52	0.009*	0.59	medium
Students vs Freelancers	0.59	0.002*	0.64	medium
Temporary employees vs Full-time employees	-0.09	0.961	0.10	negligible
Temporary employees vs Freelancers	0.16	0.747	0.17	negligible
Full-time employees vs Freelancers	0.07	0.980	0.08	negligible

* significant at 0.01 level

According to Table 11, the Games–Howell post-hoc results showed that most occupational pairings did not differ significantly in perceived usefulness, with effect sizes largely in the negligible range. The only meaningful differences involved students, who reported significantly lower perceived usefulness than full-time employees (p = 0.009, d = 0.59) and freelancers (p = 0.002, d = 0.64), both reflecting medium effects. These findings indicate that students perceive the platform as less beneficial compared with working adults,

potentially due to differing levels of digital experience or task-efficiency expectations. Although other group contrasts were not significant, the results suggest that targeted support may help student users better recognize the functional value of the online system.

Part 4: Relationship between variables results

Table 12: Relationship between perceived ease of use and customer satisfaction.

Variable	b	SE_b	β	t	p-value
Constant	-0.056	0.137	-	-0.412	0.680
perceived ease of use	0.269	0.064	0.244	4.213	0.000*
R^2 = 0.688, Adjust R^2 = 0.687, F = 449.257, SE_{est}= 0.46441					

* significant at 0.01 level

According to Table 12, the regression analysis results showed that perceived ease of use had a significant positive effect on customer satisfaction (b = 0.269, β = 0.244, t = 4.213, p < 0.001). This indicated that as customers find the system easier to use, their satisfaction levels increase accordingly. The model explained a large proportion of the variance in customer satisfaction (R^2 = 0.688, Adjusted R^2 = 0.687), suggesting that perceived ease of use is a strong predictor of satisfaction. The overall model fit was significant (F = 449.257, p < 0.001), confirming the robustness of the findings. Therefore, hypothesis H3 is accepted.

Table 13: Relationship between the perceived usefulness and customer satisfaction.

Variable	b	SE_b	β	t	p-value
Constant	0.189	0.127	-	1.492	0.137
perceived usefulness	0.917	0.032	0.829	29.049	0.000*
R^2 = 0.702, Adjust R^2 = 0.700, F = 843.865, SE_{est}= 0.47445					

* significant at 0.01 level

According to Table 13, the regression analysis results showed that perceived usefulness had a significant positive influence on customer satisfaction (b = 0.917, β = 0.829, t = 29.049, p < .001). This indicated that when customers perceive the system or service as more useful, their satisfaction increases substantially. The model explained a very large proportion of the variance in satisfaction (R^2 = 0.702, Adjusted R^2 = 0.700), meaning that perceived usefulness is a very strong predictor of customer satisfaction. The regression model overall was highly

significant ($F = 843.865$, $p < 0.001$), demonstrating strong explanatory power. Therefore, hypothesis H4 is accepted.

Although the R^2 coefficients for both models appear relatively high for single-predictor regressions (perceived ease of use and consumer satisfaction: $R^2 = 0.688$; Perceived usefulness and consumer satisfaction: $R^2 = 0.702$), these values are consistent with theoretical expectations in TAM-based research. Prior literature indicates that perceived ease of use and perceived usefulness frequently exhibit strong linear associations with satisfaction and post-adoption evaluations, often producing high R^2 values in simple regression models (e.g., Ha & Stoel, 2009).

Additionally, multicollinearity is not a concern in simple regression, and the constructs were measured using validated reflective scales, which tend to yield stronger predictive power. The high R^2 coefficients therefore reflect the centrality of perceived ease of use and perceived usefulness in shaping satisfaction rather than model misspecification. Model diagnostics showed no violations of regression assumptions.

Discussion

The findings demonstrated that demographic characteristics influenced perceptions of technology in distinct ways. Gender, education, and occupation significantly affected perceived ease of use (PEOU), while age, education, and occupation affected perceived usefulness (PU). Female respondents reported higher ease of use than males, which aligns with studies suggesting that women often exhibit more careful and engaged online shopping behaviors and higher interaction with e-commerce interfaces (Kim & Forsythe, 2008). Likewise, individuals with higher educational attainment or those in digitally intensive occupations demonstrated stronger PEOU and PU, consistent with prior research linking digital literacy and professional exposure to technology with more favorable evaluations of system usability and functional benefits (Venkatesh et al., 2003; Oliveira et al., 2016).

Age effects appeared only for PEOU but not for PU. Younger users found the system easier to operate, which aligns with findings that younger cohorts adapt more readily to digital interfaces due to higher exposure to mobile technology (Sombultawee & Saisanit, 2022). In contrast, PU did not vary by age, indicating that usefulness evaluations depend more on functional performance and less on demographic traits. This supports TAM's proposition that usefulness is driven by task enhancement rather than personal characteristics (Davis, 1989; Lai,

2017). Once the system provides efficiency and reliability, users across all ages tend to perceive similar levels of usefulness.

Both perceived ease of use and perceived usefulness significantly influenced customer satisfaction, consistent with prior e-commerce research emphasizing the joint roles of usability and functional value (Venkatesh et al., 2003; Zheng et al., 2020). The stronger impact of perceived usefulness indicates that customers in online apparel shopping prioritize system performance and value-enhancing features when evaluating satisfaction.

Overall, the study contributes by clarifying how demographic factors shape usability perceptions more strongly than usefulness perceptions, and by confirming TAM's applicability in the online clothing context. Practically, the XYZ brand should improve interface simplicity for older or less tech-experienced users while simultaneously emphasizing performance, convenience, and functional benefits to strengthen PU across all segments.

Conclusion

This study investigated how demographic characteristics influence perceived ease of use and perceived usefulness within the online shopping system of Brand XYZ, and how these perceptions shape customer satisfaction. The findings showed that perceived ease of use differed significantly across gender, age, education, and occupation, while perceived usefulness varied by gender, education, and occupation but remained stable across age groups. These patterns highlight that users evaluate the usability of the XYZ platform differently depending on their digital familiarity, whereas assessments of its functional value are formed more consistently across generations.

Both perceived ease of use and perceived usefulness positively predicted satisfaction with the XYZ online platform, with perceived usefulness demonstrating the stronger effect. This indicates that although ease of interaction supports a smoother shopping process, customers place even greater importance on whether the platform assists them in making decisions efficiently, accessing accurate information, and completing purchases effectively.

For Brand XYZ, these findings provide clear managerial implications. The platform should enhance usability for demographic groups reporting lower perceived ease of use, particularly older users, males, and customers with lower educational backgrounds, by implementing clearer navigation, simplified workflows, and accessible user support. Because perceived usefulness had a strong influence on satisfaction across all customer segments,

Brand XYZ should consistently emphasize performance-related benefits such as convenience, reliability, and operational efficiency in both platform design and marketing communication. Enhancing both usability and functional value will help strengthen satisfaction and promote long-term engagement.

These empirical insights offer actionable guidance specifically for Brand XYZ in refining user experience design, developing targeted customer segmentation strategies, and optimizing digital marketing activities within Thailand's online fashion market. The findings also contribute to academic discussions by illustrating how demographic characteristics interact with key technology perception constructs in a brand-specific online retail context.

Future studies may incorporate qualitative interviews or longitudinal designs to explore how customer perceptions of the XYZ platform evolve over time, providing deeper insights that complement the present results.

References

Bethlehem, J. (2010). *Selection bias in web surveys*. International Statistical Review, 78(2), 161–188. https://doi.org/10.1111/j.1751-5823.2010.00112.x

Callegaro, M., Manfreda, K. L., & Vehovar, V. (2015). *Web survey methodology*. Sage.

Chaichan, S. (2008). *Marketing management* (6th ed.). P.A. Living.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Etikan, I. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11

Field, A. P. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). Sage.

Games, P. A., & Howell, J. F. (1976). Pairwise multiple comparison procedures with unequal n's and/or variances: A Monte Carlo study. *Journal of Educational Statistics*, 1(2), 113–125. https://doi.org/10.3102/10769986001002113

Ha, S., & Stoel, L. (2009). Consumer e-shopping acceptance: Antecedents in a technology acceptance model. *Journal of Business Research, 62*(5), 565-571. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.06.016

Kamnoetsin, T. (2022). Digital literacy and technology adoption across demographic groups. *Computers & Education*, 185, 104525.

Kim, J., & Forsythe, S. (2008). Adoption of virtual try-on technology for online apparel shopping. *Journal of Interactive Marketing, 22*(2), 45–59. https://doi.org/10.1002/dir.20113

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2020). *Marketing management*. Pearson.

Lai, P. C. (2017). The literature review of technology acceptance models and theories for the novelty technology. *International Journal of Information Systems and Communication, 1*(1), 1–15. https://doi.org/10.4301/S1807-17752017000100002

Lim, S., & Ting, D. H. (2014). Consumer acceptance and continued use of online fashion retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services, 21*(5), 709–722.

Marano, N., Suksawasdi, N., & Kettapantha, K. (2022, May 12*). Demographic factors and marketing mix affecting repeat purchase: A case study of Shopee in Songkhla province* [Paper presentation].13th Hatyai National and International Academic Conference, Songkhla, Thailand.

Mordor Intelligence. (2024). *Southeast Asia Cross-border E-commerce Market Size & Share Analysis - Growth Trends And Forecast (2025 - 2030)* https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/southeast-asia-cross-border-e-commerce-market

Nation Thailand. (2025, July 14). *Thai e-commerce hits 1 trillion baht milestone amid TikTok shopping boom*. https://www.nationthailand.com/business/economy/40052525

Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption. *Computers in Human Behavior, 61*, 404–414. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030

Pallant, J. (2020). *SPSS survival manual: A step-by-step guide to data analysis using IBM SPSS* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Phonthanukitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration, 8*(1), 37–54. https://doi.org/10.1108/APJBA-10-2014-0119

Sombultawee, K., & Saisanit, M. (2022). The influence of technology adoption and demographic moderators on Thai consumers' intentions to buy e-books. *Parichart Journal, 35*(2), 129–147. https://doi.org/10.55164/pactj.v35i2.249875

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Zheng, Y., Zhao, K., & Stylianou, A. (2020). The impacts of information quality and system quality on user satisfaction in e-commerce. *Electronic Commerce Research and Applications, 40*, 100908. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100908

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

Gamified Listening in Hospitality ESP: Enhancing Listening Skills and Engagement of Thai EFL University Students

Damrongsak Tadwong*

English Department, Faculty of Humanities, Chiang Mai University

239 Huay Kaew Road, Suthep Sub-district, Muang District, Chiang Mai Province, 50200

Received: *September 16, 2025* ***Revised***: *February 2, 2026* ***Accepted***: *February 12, 2026*

Abstract

This study aimed to: 1) examine the effectiveness of gamified listening activities in improving listening skills, 2) analyze the levels of learners' engagement in a Hospitality English course, and 3) explore students' perceptions of the gamified activities. A mixed-methods design was utilized after the listening gamification intervention, with 22 tourism-major students enrolled in Hospitality English in the second semester of the 2024 academic year, selected through purposive sampling. The research instruments consisted of a pretest and posttest of listening skills, a learner engagement questionnaire, and semi-structured interviews. The listening tests consisted of three components: general comprehension, lexical recognition, and contextual understanding, all embedded in hospitality situations. The data were collected over a period of 12 weeks. Data were analyzed using the Wilcoxon Signed-rank Test and content analysis. The findings revealed that: (1) listening skills across all three dimensions significantly improved after implementing the gamified listening activities (pretest: M = 12.00, SD = 5.589; posttest: M = 18.77, SD = 3.915; $p < .001$), with the largest gains observed in hotel-specific vocabulary ($p < .001$). 2) The questionnaire results indicated high engagement (M = 4.43, SD = .645) across emotional, behavioral, and cognitive dimensions. 3) Students reported that game elements such as points, leaderboards, and rewards helped to enhance motivation, increase enjoyment, and improve vocabulary retention, which is aligned with the

* Corresponding Author

E-mail: damrongsak.t@cmu.ac.th

behavioral engagement (*M* = 4.44, *SD* = .615). However, during the focus group interview, some noted anxiety from competitive activities, suggesting that balanced activity design should integrate collaboration and reflection alongside competition. Overall, the study demonstrates that gamified listening effectively enhances listening skills and engagement in ESP, offering practical implications for improving English instruction in hospitality education.

Keywords

Gamification, Listening Skills, Learner Engagement, Hospitality English, English for Specific Purposes (ESP)

Introduction

English has long been the primary language used in global business, notably in tourism and hospitality, where it serves as a lingua franca and is necessary for economic success (Crystal, 2003, 112; Nickerson, 2020, 478-490). Tourism is a big part of Thailand's economy and job market (Economics, Tourism, & Sport Division, 2025; World Travel & Tourism Council, 2023). Recent data reveal that Thailand received 20.3 million foreign tourists between January and July 2024, a 34 % increase from the previous year. This shows that service workers need to be proficient in English (Reuters, 2024). Effective client interactions have a direct impact on service quality and business outcomes (Husin et al., 2023, 580-589; Marasabessy et al., 2025, 211-224), which is why English communication is such an important ability for hospitality workers. However, some Thai university students encounter difficulties with competency, especially in listening comprehension, owing to insufficient exposure to actual spoken English and unfamiliarity with certain accents (Boonsamritphol, 2022, 86-99). Thailand was 21st out of 23 Asian nations and 106th out of 116 countries globally in the EF Education First (2024) English Proficiency Index. This shows that English competence is still poor in the country. The Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (2024) requires CEFR levels B1, B2, and C1 for diploma, undergraduate, and postgraduate students, respectively. However, research indicates that Thai hospitality undergraduates often do not meet the CEFR B1 standard, with the majority exhibiting only beginner-level English listening skills (Pinsirikul et al., 2023, 1–20; Prasongngern & Soontornwipast, 2023, 155–172). This highlights the critical necessity for pedagogical innovations to improve listening proficiency.

English for Specific Purposes (ESP) offers a targeted response by situating language instruction in professional contexts (Dudley-Evans & St John, 1998, 1-10; Hutchinson & Waters, 1987, 5; Salmani-Nodoushan, 2020, 247-268). In hospitality, ESP listening is essential for handling reservations, answering inquiries, and resolving complaints (Anthony, 2018), as miscommunication can result in dissatisfaction and lost opportunities (Jenkins, 2014, 1-22). However, Thai classrooms often emphasize grammar and reading while neglecting listening, provide little authentic input, and lack contextualized practice (Kirkpatrick, 2012, 331-344). Activities are frequently disengaging and irrelevant to hotel tasks (McDonough & Shaw, 2013, 17-49), leaving students underprepared for the demands of real-world communication.

Gamification offers a way to address these challenges by transforming passive listening into motivating, scenario-based activities through elements such as points, rewards, and leaderboards (Deterding et al., 2011, 9-15). Studies in general EFL contexts confirm its value for motivation and engagement (Huang & Soman, 2013, 1-29; Zainuddin et al., 2020, 1-23), yet applications in ESP listening for hospitality remain limited. By combining intrinsic motivators such as enjoyment with extrinsic rewards like points and leaderboards, gamification turns listening practice into an active and competitive experience that sustains focus (Hamari et al., 2014, 3025-3034). Integrating interactive scenarios or role-plays reflective of hospitality contexts can further foster learner autonomy and meaningful engagement (Danowska-Florczyk & Mostowski, 2012, 1-4; Wichadee & Pattanapichet, 2018, 77-92). Workplace surveys also indicate that listening comprehension remains the most frequently reported weakness among Thai hotel employees, often leading to miscommunication and guest dissatisfaction (Pinsirikul et al., 2023, 1-20). This study, therefore, examines the effectiveness of gamified listening activities in enhancing Thai EFL university students' listening skills, engagement, and perceptions of learning by employing a mixed-methods design that incorporates questionnaires and semi-structured interviews. Previous evidence suggests that students generally favor gamified applications because they foster motivation, autonomy, and enjoyment. Thus, this research extends gamification studies to university ESP listening and provides practical insights for hospitality-focused contexts. Accordingly, the study is guided by the following research questions:

RQ1. To what extent do gamified listening activities improve the listening skills of Thai EFL university students?

RQ2. How do gamified listening activities influence students' engagement?

RQ3. What are students' perceptions of the gamified listening activities?

Objectives

1) To examine the effectiveness of gamified listening activities in improving Thai EFL university students' listening skills: general comprehension, lexical recognition, and contextual understanding.
2) To analyze the levels of students' engagement in gamified listening activities across behavioral, emotional, and cognitive dimensions.
3) To explore students' perceptions of the gamified listening activities used in the course across behavioral, emotional, and cognitive dimensions.

Literature Reviews

1. Listening Skills in English Language Teaching (ELT)

Listening is widely recognized as a fundamental skill in ELT and is often viewed as the most challenging receptive skill for learners (Richards, 2008, 1-3). It requires not only decoding sounds but also interpreting meaning across varied contexts, making it a complex and active process. Fang (2008, 21-29) describes listening comprehension as a dynamic activity involving focused attention, meaning construction, and the connection of new input with prior knowledge. Listening proficiency in this study aligns with the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) benchmark of B2, which expects learners to understand extended speech and lectures, follow complex lines of argument, and comprehend standard spoken language even in noisy environments (Council of Europe, 2020). Within ESP, particularly in professional fields such as the hotel and hospitality industry, effective listening is essential for accurate communication and quality service delivery (Anthony, 2018). However, many Thai EFL learners remain below this threshold, particularly in authentic or domain-specific contexts such as hospitality, where listening involves rapid exchanges and industry-specific terminology.

Despite this importance, listening comprehension remains a persistent difficulty for many EFL learners, including Thai university students. Learners often face limited exposure to authentic spoken English, struggle to comprehend different accents and fast speech, and find unfamiliar vocabulary challenging (Flowerdew & Miller, 2005; Kirkpatrick, 2012, 331-344). Thai-based studies further confirm such problems, for example, students frequently misinterpret texts by focusing on similar-sounding words and have difficulty keeping up with rapid input

(Palakaprasith et al., 2024, 17-24; Rutamornchai et al., 2024, 93-125). At more advanced levels, challenges also include identifying main ideas, applying listening strategies effectively, and utilizing overall meaning (Kisawadkorn et al., 2022, 15-28; Laeha & Laohawiriyanon, 2022, 45-64). These findings emphasize the urgent need for pedagogical interventions tailored to ESP contexts.

Many EFL classrooms, however, still rely on repetitive, decontextualized drills that limit engagement and reduce transfer to professional practice. This issue is compounded in non-native English environments, where opportunities to interact with native speakers are limited for many students, making targeted listening practice essential (Hassen, 2016). Effective instruction should therefore move beyond passive comprehension toward tasks that reflect real communication, use authentic materials, and incorporate strategies such as predicting, inferring, and note-taking (Field, 2008, 267-268). For ESP learners in hospitality, contextualized tasks grounded in workplace realities are critical for developing both linguistic competence and situational awareness. In this regard, gamification offers a promising response by sustaining motivation and embedding listening practice within authentic, profession-specific situations.

2. Engagement Theory

Fredricks et al. (2004, 59-109) define student engagement through three dimensions: behavioral, emotional, and cognitive. Although often presented separately, these dimensions interact in practice, in which active participation (behavioral engagement) is strengthened by feelings of enjoyment or interest (emotional engagement), which in turn sustains the use of strategies such as monitoring comprehension (cognitive engagement). This interplay emphasizes engagement as a dynamic process in which the three dimensions are constantly influencing one another, rather than remaining as three distinct or separate categories. Critics, however, argue that this model may overlook the social dimension, since social aspects such as peer collaboration and classroom climate also influence how engagement develops (Appleton et al., 2008, 369-386). In ELT contexts, this interactional view is particularly important, as language learning is inherently communicative and requires emotional resilience. Research shows that interactive tasks can foster comprehension by promoting cognitive engagement (Henrie et al., 2015, 36-53), while emotional support enhances persistence (Reeve & Tseng, 2011, 257-267).

Engagement theory has been widely adopted in education, and gamification has proved potential to activate all three dimensions by encouraging participation, enjoyment,

and deeper processing (Wichadee & Pattanapichet, 2018, 77-92; Flores, 2015, 32-54; Sailer et al., 2017, 371-380; Zainuddin et al., 2020, 1-23). Yet the framework is not without limitations. Cultural contexts may shape how engagement is expressed, and emotional engagement is often difficult to measure reliably (Fredricks et al., 2004, 59-109). Research that explicitly applies engagement theory to gamified ESP listening in hospitality higher education remains limited, highlighting the significance of the present study in furthering research within this field.

3. Gamification: Definition and Key Concepts

In response to challenges in ESP listening instruction, gamification has emerged as a promising approach to make listening practice more interactive, motivating, and aligned with professional communication needs. It involves embedding game-based mechanics and dynamics, such as points, levels, rewards, badges, and leaderboards, into non-gaming contexts to create an enjoyable and engaging learning atmosphere (Deterding et al., 2011, 9-15). These elements are designed to enhance motivation, sustain engagement, and improve performance by turning traditional tasks into goal-oriented activities. In education, applying game design principles, aesthetics, and interactive strategies can increase learner participation, boost motivation, and support both learning and problem-solving (Kapp, 2012). By drawing on both intrinsic and extrinsic motivators, gamification transforms routine exercises into enjoyable and competitive experiences (Hamari et al., 2014, 3025-3034). Incorporating role-playing within gamified tasks further encourages active participation and learner autonomy, which can lead to better academic outcomes (Danowska-Florczyk & Mostowski, 2012, 1-4; Wichadee & Pattanapichet, 2018, 77-92).

Gamification has continued to evolve thanks to advances in technology, offering educators both challenges and new opportunities. As Coponetto et al. argue, integrating game design and interactive elements enhances engagement and motivation (as cited in Dichev & Dicheva, 2017, 9). Similarly, Huang and Soman (2013, 7) proposed the “Educational Gamification Five-Step Model,” offering a structured framework to effectively implement gamification elements as part of classroom activities (see Figure 1).

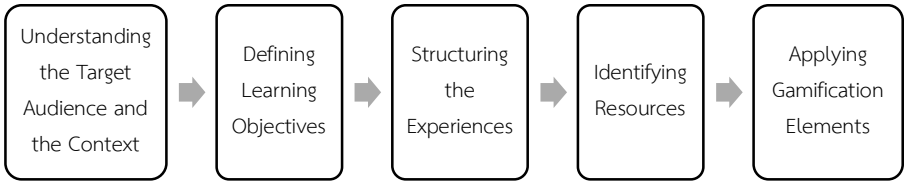


Figure 1: Educational Gamification Five-Step Model

Source: *Huang & Soman, 2013, p.7*

Games are fundamentally structured around four elements: rules, a clear objective, competition, and chance. Building on these foundations, gamification incorporates points, badges, levels, leaderboards, feedback, and rewards as tools to engage learners (Govindarajan, 2020, 238-251) and sustain participation (Hwang & Choi, 2020, 365-376). In language education, these elements have been shown to enhance engagement, oral communication, and willingness to participate in interactive tasks (Girardelli, 2017, 156-161). Self-Determination Theory (SDT) posits that effective gamification enhances intrinsic motivation by satisfying learners' psychological demands for competence, autonomy, and relatedness (Deci & Ryan, 2000, 227-268). Feedback, progression metrics, and observable advancement augment proficiency; avenues for self-directed engagement promote autonomy; and social components like leaderboards and peer cooperation reinforce connectedness. When these requirements are fulfilled, learners encounter prolonged engagement and enhanced pleasure (Ryan & Deci, 2020, 227-268; Sailer et al., 2017, 371-380). However, critics caution that an overreliance on extrinsic rewards may undermine intrinsic motivation (Deci & Ryan, 2000, 227-268), and outcomes vary depending on task design and context (Seaborn & Fels, 2015, 14-31). Thus, while gamification can create interactive and rewarding learning experiences, its effectiveness depends on thoughtful pedagogical integration to ensure that game mechanics complement rather than overshadow deeper learning goals.

In the realm of teaching or learning EFL, gamification has been widely recognized as an effective approach in language learning due to its potential to enhance motivation, concentration, and learner engagement (Veljkovic Michos, 2017, 511-516). It creates a more conducive and interactive learning environment and allows students to take an active role in their learning process. According to Flores (2015, 32-54), integrating game elements in L2 classrooms fosters learner autonomy, encouraging students to shift from passive engagement to a more motivated and involved learning stage. In addition, Dehghanzadeh et al. (2019, 934-957) conducted a comprehensive review from 2008 to 2019, which identified four key benefits of gamified language learning: content acquisition, engagement, motivation, and satisfaction, and also confirmed the positive impact of gamification on learning experiences and outcomes. As a result, gamification remains a highly applicable strategy for improving learning effectiveness in both foreign and second language education, highlighting the importance of fostering motivation and engagement in language instruction. Even though gamification has

been widely used for teaching and learning in EFL contexts, research on the use of gamification to assist with ESP listening in hospitality is still limited.

4. Previous Studies on Gamification in Language Learning

Recent studies have highlighted the effectiveness of gamification in EFL contexts, particularly for enhancing student motivation (Huseinovic, 2023, 10-36; Matyakhan et al., 2024, 121-239), engagement (Aguilos et al., 2022, 1098-1103; Huseinovic, 2023, 10-36; Hwang & Wu, 2012, 6-10), and language proficiency in areas such as speaking (Huseinovic, 2023, 10-36), listening (Hwang & Wu, 2012, 6-10), reading (Matyakhan et al., 2024, 121-239), and grammar and vocabulary (Panmei & Waluyo, 2022, 1-22; Waluyo et al., 2023, 1-17; Waluyo & Balazon, 2024, 1-13). Hwang and Wu (2012, 6-10) conducted an experimental study involving Taiwanese middle school students, which demonstrated that gamified listening activities enhanced comprehension and heightened engagement. Matyakhan et al. (2024, 121-239) found that gamified reading activities that use points, badges, leaderboards, and interactive challenges greatly improve Thai EFL undergraduates' understanding and motivation, as well as their participation and attention. Gamification has also been shown to work in college to teach grammar and vocabulary. For example, platforms like *Quizizz* and *Quizlet* can help students stay interested and remember what they learn, even if their English is at low proficiency (Waluyo et al., 2023, 1–17; Waluyo & Bucol, 2021, 164–185).

Recent research based on Self-Determination Theory corroborates these findings, illustrating that gamified learning environments improve motivation and performance by satisfying learners' needs for competence, autonomy, and relatedness (Hanus & Fox, 2015, 152-161; Mekler et al., 2017, 525-534; Sailer et al., 2017, 371-380). When students feel like their needs are being met, like getting feedback, keeping track of their progress, and talking to other students, they are more likely to stay interested and work hard. These motivational effects elucidate the continuous enhancement of language learning outcomes across various skills and contexts through gamification.

Sailer et al. (2017, 371-380) demonstrated that game elements such as points, badges, and leaderboards enhanced emotional and behavioral engagement, particularly in attention-demanding tasks like listening comprehension. Huseinovic (2023, 10-36) substantiated these advantages in a study of Bosnian higher education, illustrating that gamification markedly enhanced motivation, engagement, and outcomes in speaking and listening. Aguilos et al. (2022, 1098-1103) discovered that game-based elements enhanced participation and interest

in virtual language learning in Thailand, whereas Waluyo and Balazon (2024, 1-13) emphasized their function in fostering positive psychological engagement and perseverance. A recent mixed-methods study using a gamified flipped classroom application (*Classcraft*) reported improved posttest performance and positive student perceptions related to motivation and autonomy (Nilubol, 2023, 24-38). Although these findings confirm the effectiveness of gamification, there is a lack of research specifically addressing its implementation in ESP listening within hospitality higher education. This study addresses these deficiencies by examining the impact of gamified listening activities on Thai EFL university students enrolled in a Hospitality English course, focusing on the enhancement of their listening skills, engagement, and perspectives.

In summary, three interconnected domains are highlighted in the reviewed literature as the foundation for this study: (1) listening instruction in ELT and ESP, which emphasizes contextualized, authentic communication; (2) engagement theory, which views learning as a multifaceted process of behavioral, emotional, and cognitive participation; and (3) gamification, which operationalizes these concepts through engagement, motivation, and rewards. By incorporating these frameworks into the context of hospitality English, the groundwork is laid for investigating how gamified listening exercises enhance Thai EFL university students' listening skills and level of involvement. This study uniquely integrates these three frameworks to provide empirically grounded, practical insights into a critically under-researched area: the use of gamified pedagogy to improve specific listening sub-skills within a Thai Hospitality ESP program.

Research Methodology

1. Research Design

This study employed an explanatory sequential mixed-methods design, integrating both quantitative and qualitative approaches to address the research questions (Creswell & Creswell, 2017, 336-438). Quantitative methods were first used to explore the effectiveness of gamified listening activities to improve listening skills (RQ1) through pretest and posttest, and to analyze levels of student engagement (RQ2) using survey questionnaires. After that, qualitative data were collected through semi-structured interviews to explain the quantitative results and provide deeper insights into students' opinions and experiences (Creswell & Plano Clark, 2018) for RQ3. This sequential design ensured a comprehensive understanding of the

impacts of gamification, capturing both measurable outcomes and subjective perceptions of the gamified activities utilized in the study.

2. Research Setting and Participants

This study was conducted at a public university in northern Thailand with approval from the university's ethics committee. The population comprised undergraduate students in the Faculty of Humanities majoring in Tourism. From this population, purposive sampling was used to select participants relevant to the research objectives (Merriam & Tisdell, 2016). The sample included 22 tourism-major students enrolled in the *English for Hotel Business* course (001292), chosen for its integration of ESP listening tasks related to hotel and hospitality communication. The group consisted of eight males and fourteen females aged 20–21. Participants were selected based on regular class attendance and completion of prerequisite Fundamental English courses, ensuring consistent exposure to the intervention. All students had achieved at least CEFR B1 proficiency, which indicates general communicative competence but difficulty with specialized tasks. Participants were excluded if they had less than 80% attendance (over six absences) or voluntarily withdrew from the study. Withdrawal did not affect their academic standing or course evaluation. The researcher acknowledged that the small sample (n = 22) limits quantitative generalizability. However, this is mitigated by the mixed-methods, intact-class pre–post design, which emphasizes within-group change, effect sizes, and triangulation with qualitative data.

3. Research Instruments

3.1 Listening Comprehension Test

The listening comprehension test used to investigate RQ1 was developed based on Buck's (2001) Model of Listening, which emphasizes assessing multiple dimensions of listening skills. The test comprised three components (24 items): general comprehension, lexical recognition, and contextual understanding, which were embedded in hospitality-related situations. The general comprehension component (10 items) measured understanding of main ideas, details, and overall meaning in oral communication, including tasks such as handling room reservations and check-in/check-out. It consisted of five multiple-choice and five true/false items, totaling 10 points. The hotel-specific vocabulary component (10 items) assessed knowledge of industry terms related to food and beverage orders and event negotiations through 10 fill-in-the-blank items, also totaling 10 points. The hotel-context scenario component (4 items) evaluated learners' ability to interpret and respond to

conversations, such as handling guest dissatisfaction, using four multiple-choice items worth 4 points in total. The listening passages were adapted from the in-house coursebook *English for Hotel Business*, provided by the English Department, and aligned with the CEFR B2 standard to ensure authenticity and consistency with the course content. The pretest and posttest shared the same structure and specifications but used different tracks and questions to prevent familiarity. The overall difficulty was set at the CEFR B2 level. Content validity, verified by three ELT experts, yielded IOC scores of 0.98 and 0.89 for the pretest and posttest. A pilot study with 10 non-participant tourism-major students with similar academic backgrounds and B1 proficiency yielded KR-20 coefficients of 0.79 and 0.78, confirming item consistency and test reliability.

3.2 Listening Engagement Questionnaire

The listening engagement questionnaire used to investigate RQ2 was adapted from Fredricks et al.'s (2004, 59-109) engagement theory and measured student engagement across three dimensions: behavioral, emotional, and cognitive. Its purpose was to examine students' listening engagement after the implementation of gamified listening activities. The questionnaire contained 24 items on a 5-point Likert scale ranging from 1 (Strongly disagree) to 5 (Strongly agree), divided into behavioral engagement (items 1–8), emotional engagement (items 9–16), and cognitive engagement (items 17–24). Content validity was established by three ELT experts using the IOC, which produced a score of 0.90 and exceeded the acceptable threshold (Tavakol & Dennick, 2011, 53-55), while reliability was assessed with Cronbach's alpha and produced a score of 0.79, indicating acceptable internal consistency.

3.3 Semi-structured Interview Questions

For the qualitative data, semi-structured interviews with open-ended questions were conducted to address RQ3 and gain deeper insights into students' perceptions and experiences with the gamified listening activities. Sample questions included: "How do you feel about participating in gamified listening activities compared to traditional listening exercises?"; "Have these activities helped you understand hotel-specific vocabulary better? Can you give an example?"; and "Did gamification elements (e.g., points, leaderboards, rewards) help sustain your engagement and motivation in learning? Why or why not?"

Six volunteer students were chosen to represent low-, mid-, and high-performance groups based on their posttest scores. Each student took part in a 20-minute focus group interview conducted in Thai or English, depending on their preference, to ensure clarity and

elicit detailed responses. Trustworthiness was enhanced through researcher-led coding with iterative refinement, peer debriefing, member checking, and qualitative–quantitative triangulation, compensating for the absence of inter-coder reliability statistics (Lincoln & Guba, 1985).

3.4 Data Collection

The data collection spanned 12 weeks. In week 1, students were provided with information about the course's ethical considerations. Consent forms were obtained from all participants, and confidentiality was maintained strictly throughout the research process. Next, the pretest, which lasted for approximately 30 minutes, was conducted in the class. From Weeks 2 to 11, gamified listening tasks were integrated into 10 lessons of the *English for Hotel Business* course. Each lesson lasted three hours per week, divided into two 1.5-hour sessions. The gamified listening activities were conducted during the final 10–15 minutes of each session to reinforce students' listening skills and consolidate lesson outcomes. The listening materials were adapted from authentic hospitality situations, such as handling room reservations, guest complaints, and food and beverage orders, which corresponded to each week's lesson content. *Kahoot!* was used as the gamification platform, featuring 10-12 listening-based questions per session. Accordingly, the distribution of item types varied by lesson focus, but the overall intervention addressed all three listening sub-skills (general comprehension, lexical recognition, and contextual understanding) across the 10 lessons. Each activity combined short audio clips with multiple-choice or true/false items. The researcher displayed the QR code for the gamified listening activity on the screen, and students listened and responded in real time on their smartphones, receiving instant feedback after each question. Game elements such as points, ranks, leaderboards, and avatars promoted enjoyment, competitiveness, and motivation. The leaderboard at the end of each activity highlighted top performers, which fostered engagement and friendly competition within a supportive atmosphere. Quality control and consistency are the researcher's consideration. Thus, all sessions were conducted using the same classroom, equipment, and timing. Instructions were standardized and delivered verbatim each time, ensuring identical conditions for all participants. In week 12, the posttest, which took approximately 30 minutes, was administered to measure improvements in listening skills. Then, survey questionnaires, which took roughly 10 minutes to complete, were distributed at the end of the intervention via Google Forms. Following the quantitative phase, an explanatory sequential approach was applied by conducting a 20-minute focus

group interview with six students to further explain and elaborate on the quantitative data collected, resulting from the gamified listening activities intervention.

3.5 Data Analysis

Because this study adopted a mixed-methods research design, both quantitative and qualitative approaches were used to evaluate the effectiveness of gamified listening activities and their impact on students' listening skills and engagement. For the quantitative data, the IBM SPSS Statistics version 29 was utilized to analyze the pretest and posttest scores. The Shapiro–Wilk test was applied to examine the normality of score distributions, and results indicated non-normality. Therefore, the Wilcoxon signed-rank test, a non-parametric alternative suitable for paired data, was employed to assess differences between pretest and posttest scores. Because the participants were purposively selected and the study used a single-group pre–post design, inferential statistics were used only to examine pre–post change within this cohort, not to make population-level generalizations. Accordingly, results are interpreted primarily through descriptive change (*M, SD*) and effect sizes (*r*). The significance level was set at $p < .05$, and effect sizes (*r*) were calculated to indicate the magnitude of observed changes. The assumption of independence was met, and outliers were checked and removed before the analysis. Engagement questionnaire data were analyzed across behavioral, emotional, and cognitive dimensions (Fredricks et al., 2004) using descriptive statistics (*M, SD*), interpreted according to Table 1.

Table 1 Interpretation Criteria for Mean Scores (5-Point Likert Scale)

Likert	Interval	Difference	Description
1	1.00–1.80	0.80	Strong Disagree
2	1.81–2.60	0.79	Disagree
3	2.61–3.40	0.79	Neutral
4	3.41–4.20	0.79	Agree
5	4.21–5.00	0.79	Strongly Agree

Qualitative data from semi-structured interviews were analyzed using content analysis to investigate students' perceptions of gamified listening activities and their engagement. The analysis involved transcribing interviews, coding responses, and categorizing them into themes aligned with the research questions. To strengthen trustworthiness, coding was researcher-led; therefore, codes and emerging themes were refined through iterative review and peer

debriefing with an ELT colleague. Member checking was conducted by sharing summarized interpretations with selected participants to confirm accuracy. Finally, quantitative and qualitative triangulation was used by comparing statistical trends with participants' reported experiences, enhancing credibility and reducing researcher bias (Lincoln & Guba, 1985).

Research Results

This study aimed to investigate the effectiveness of gamified listening activities in enhancing Thai EFL university students' listening skills, their impact on behavioral, emotional, and cognitive engagement, and students' perceptions of these activities. The participants were 22 tourism-major students (8 males, 14 females) enrolled in the *English for Hotel Business* course, aged 20 to 21 years old. To demonstrate the results effectively based on the research objectives, the results from the study are illustrated as follows, based on each research question:

RQ 1: To what extent do gamified listening activities improve the listening skills of EFL university students?

Table 2 Comparison of Pretest and Posttest Scores using the Wilcoxon Signed-rank Test (N = 22)

Tests	*M*	*SD*	*z*	Asymp. Sig. (2-tailed)	*r*
Pretest	12.00	5.589	-4.047	<.001	.610
Posttest	18.77	3.915			

To address the research question RQ 1, Table 2 above illustrates the paired listening scores of 22 students. Mean performance increased from 12.00 (*SD* = 5.589) at pretest to 18.77 (*SD* = 3.915) at posttest, indicating higher and more consistent performance at posttest. A Wilcoxon signed-rank test was used to examine within-sample change, showing a clear pre–post difference ($z = -4.047$, $p < .001$) with a large effect size ($r = .610$). Therefore, these results suggest substantial improvement in listening performance within this cohort following the gamified listening activities.

Table 3 Comparison of Pretest and Posttest Scores in Dimensions of Listening Skills using the Wilcoxon Signed-rank Test (N = 22)

Dimensions	Pretest		Posttest		*z*	Asymp. Sig. (2-tailed)	*r*
	M	*SD*	*M*	*SD*			
General listening comprehension	5.68	2.514	7.77	1.445	-2.955	.002	.445
Hotel-specific vocabulary	4.45	2.385	7.77	2.069	-4.034	<.001	.608
Hotel-context scenarios	1.86	1.356	3.23	.973	-3.296	<.001	.497

Table 3 illustrates the comparison between pretest and posttest based on the three-dimensional level of listening skills. The Wilcoxon signed-rank tests revealed that, following the gamified activities, students demonstrated significant improvements in all listening subskills. First, general listening comprehension increased from M = 5.68 (SD = 2.514) to 7.77 (SD = 1.445) at the significant level of p = .002, with a medium-to-large effect (r = .445). The largest improvement emerged in hotel-specific vocabulary, rising from 4.45 (SD = 2.385) to 7.77 (SD = 2.069), z = -4.034, p < .001, r = .608 (large). Performance in hotel-context scenarios also improved noticeably from 1.86 (SD = 1.356) to 3.23 (SD = .973), z = -3.296, p < .001, r = .497 (approaching large). From the results, the strongest vocabulary gains are likely due to the task design, which provided repeated exposure to key hotel terms, immediate feedback, and close alignment between lesson content and gamified items, which are features that support recognition and recall within the lexical component. In addition, posttest standard deviations were lower in all three dimensions, indicating more consistent outcomes. Taken together, the gamified approach yielded broad, meaningful gains, with the strongest effects in domain-specific vocabulary and scenario-based listening.

RQ 2. How do gamified listening activities influence students' engagement?

Table 4

Survey Questionnaire of Students' Engagement in Terms of Behavioral, Emotional, and Cognitive Aspects after the Intervention of Gamified Listening Activities (N = 22)

Behavioral Engagement			
1. I actively participate in gamified listening activities.	4.59	.503	Strongly Agree
2. I pay full attention when engaging with listening tasks in gamified activities.	4.41	.590	Strongly Agree
3. I complete all the listening tasks even when they are challenging.	4.00	.617	Agree
4. I follow the rules and instructions of gamified listening activities.	4.73	.456	Strongly Agree
5. I try to earn points or rewards in the gamified activities.	4.50	.740	Strongly Agree
6. I consistently engage in gamified activities without external pressure.	4.41	.590	Strongly Agree
7. I encourage my classmates to participate actively in gamified listening exercises.	4.18	.795	Agree
8. I prefer gamified listening activities over traditional listening exercises.	4.73	.631	Strongly Agree
Average Total in Behavioral Engagement	**4.44**	**.615**	**Strongly Agree**
Emotional Engagement			
9. I find gamified listening activities enjoyable.	4.64	.658	Strongly Agree
10. I feel motivated to improve my listening skills through gamification.	4.68	.477	Strongly Agree
11. I feel less anxious when participating in gamified listening activities.	4.05	1.046	Agree
12. I look forward to the next gamified listening session.	4.50	.673	Strongly Agree
13. Gamified activities make listening practice less stressful for me.	4.45	.671	Strongly Agree
14. I feel a sense of accomplishment when I complete a gamified listening challenge.	4.68	.568	Strongly Agree

Table 4

Survey Questionnaire of Students' Engagement in Terms of Behavioral, Emotional, and Cognitive Aspects after the Intervention of Gamified Listening Activities (N = 22)(Continue)

Dimensions	*M*	*SD*	Interpretation
15. The competitive elements of gamified activities keep me engaged.	4.68	.646	Strongly Agree
16. I feel emotionally connected to the learning experience when participating in gamified activities.	4.23	.528	Strongly Agree
Average Total in Emotional Engagement	**4.49**	**.658**	**Strongly Agree**
Cognitive Engagement			
17. I try to apply strategies to understand spoken English better in gamified activities.	4.32	.646	Strongly Agree
18. I challenge myself to improve my listening comprehension through gamified tasks.	4.41	.590	Strongly Agree
19. Gamified activities help me stay focused for a longer period while listening.	4.36	.658	Strongly Agree
20. I reflect on my mistakes and try to improve after each gamified activity.	4.18	.733	Agree
21. I believe gamified listening activities enhance my ability to process spoken English.	4.36	.581	Strongly Agree
22. I attempt to use new vocabulary or phrases I hear during gamified listening activities.	4.36	.727	Strongly Agree
23. I analyze the listening content in gamified activities to identify key ideas and supporting details.	4.64	.581	Strongly Agree
24. I apply the listening strategies practiced in gamified activities to real-world conversations.	4.32	.780	Strongly Agree
Average Total in Cognitive Engagement	**4.37**	**.662**	**Strongly Agree**
Average Total	**4.43**	**.645**	**Strongly Agree**

This section reports results for research question RQ 2. Mean scores were interpreted using a 5-point Likert criterion as shown in Table 4. Overall, participants reported high engagement towards the three dimensions (*M* = 4.43, *SD* = .645), interpreted as *strongly agree.*

For behavioral engagement, the average of this engagement was *M* = 4.44 (*SD* = .615), which can be interpreted as *strongly agree*. The strongest behaviors were following rules/instructions (*M* = 4.73, *SD* = .456) and preferring gamified over traditional listening (*M* = 4.73, *SD* = .631), alongside active participation (*M* = 4.59) and striving for rewards (*M* = 4.50). Comparatively lower, yet positive, were completing all tasks when difficult (*M* = 4.00) and encouraging classmates (*M* = 4.18), both in the *agree* band, suggesting room to strengthen perseverance and peer prompting.

For emotional engagement, the average of this engagement was *M* = 4.49 (*SD* = .658), a *strongly agree* interpretation. Participants reported high enjoyment (*M* = 4.64), motivation (*M* = 4.68), a sense of accomplishment (*M* = 4.68), and sustained interest via competitive elements (*M* = 4.68), with many looking forward to future sessions (*M* = 4.50) and experiencing reduced stress (*M* = 4.45). Notably, "feeling less anxious" was lower (*M* = 4.05, *SD* = 1.046), indicating that while the effect is largely positive, anxiety persists for some students and may warrant additional scaffolding.

For cognitive engagement, the overall mean was *M* = 4.37 (*SD* = .662), indicating *strong agreement*. Students reported actively challenging themselves to improve listening comprehension (*M* = 4.41), applying listening strategies (*M* = 4.32), and sustaining focus during gamified tasks (*M* = 4.36). They also valued the role of gamified listening in enhancing their ability to process spoken English (*M* = 4.36) and in attempting to use new vocabulary or phrases (*M* = 4.36). The highest-rated item was analyzing content to identify key ideas and details (*M* = 4.64), showing deeper cognitive processing. Transfer of strategies to real-world conversations (*M* = 4.32) was also noted. By contrast, reflective practice (*M* = 4.18) received the lowest rating, suggesting that additional scaffolding may be needed to foster more deliberate reflection and consolidation of learning.

From the three dimensions surveyed, participants reported high overall engagement (*M* = 4.43, *SD* = .645). Gamified listening most strongly energized the emotional dimension, such as enjoyment, motivation, accomplishment, and competitive interest were consistently high. Similarly, behavioral engagement was also strong, reflected in rule-following, active participation, and a clear preference for gamified over traditional listening tasks. Cognitive engagement was likewise high, with sustained focus, deeper processing of key ideas, and strategy use/transfer to real contexts. The pattern suggests that gamification reliably drives broad engagement, though perseverance when conducting difficult tasks, peer

encouragement, anxiety reduction, and structured reflection remain priority areas for targeted scaffolding.

RQ3. What are students' perceptions of the gamified listening activities?

Regarding the overall experience with gamified listening activities conducted in the class, all six participants of the focus group held a positive attitude towards the use of the gamified format that was more stimulating, enjoyable, and motivating. They emphasized that the combination of competitive elements, such as points, levels, leaderboard, interactive design, and immediate feedback, helped them maintain focus. Below are the excerpts collected from the participants' interviews.

"In normal listening exercises, I sometimes lose focus halfway, but with the game, I feel I must keep listening to win points." (S2)

"The leaderboard made me motivated when I saw the score. It's more exciting than just answering questions from an audio track and filling in the coursebook. The game features were colorful, and the music aroused my feelings." (S4)

"The leaderboard made me want to improve each time I finished the activity. Once, I found that my score was higher than my competitors, I meant my friends. I felt accomplished." (S6)

Several participants noted that gamification reduced the monotony often associated with traditional listening practice, describing it as "less like a test" and "more like a challenge."

"It doesn't feel like an exam. I enjoy competing with my friends and seeing my score immediately." (S1)

"I felt more relaxed by doing this kind of learning activity than marking on the answer sheet. It was like playing a game at home." (S5)

Students perceived gamified listening activities as highly effective in improving their listening skills, particularly general comprehension and contextual understanding in hotel-related situations. All six students unanimously reported that the gamified activities helped them follow and understand hotel industry-related conversations more effectively. This aligns with the significant improvements in listening scores shown in RQ1. The repeated exposure to realistic dialogues and role-specific scenarios enhanced their confidence in comprehending both the main ideas and specific details.

"The Kahoot! Quizzes helped me understand the sequences of handling guests' complaints, being able to start conversations, carry out talks, and end with the solutions for guests' issues." (S1)

"When we listened to check-in and check-out conversations, I could catch more details after a few weeks of playing Kahoot!. At first, it was difficult, but I improved." (S3)

Interview data demonstrated that gamified listening activities significantly enhanced students' mastery of vocabulary, and the acquisition and retention of hotel-specific vocabulary was a major perceived benefit. Students consistently attributed these gains to repeated exposure to authentic hotel dialogues, embedded in competitive and interactive formats. They emphasized that the gamified tasks not only helped them recall key terms during gameplay but also facilitated the use of the language while participating in other class activities (e.g., role-play scenarios, hotel presentation) and imagined real-world scenarios. Excerpts from the interviewed students are shown below (as illustrated in S3, S5, S6).

"Before, I sometimes forgot the hotel vocabulary we learned in class. But in Kahoot!, when the question came with a picture of seating styles in a meeting, I recognized the terms like 'theater style' or 'horseshoe style'." (S3)

One student reflected on the benefit of contextual use (see S5), while another student highlighted the role of repetition and competition (see S6).

"When I heard phrases like 'continental breakfast' or 'banquet arrangement' in the listening games, I understood better because they came with situations, like a guest ordering or asking questions. It made it easier to use them in my speaking." (S5)

"The game made me want to answer faster, so I tried to remember the vocabulary quickly. Words like 'aperitif' and 'appetizer' are now clear for me because I saw them many times in different questions." (S6)

Students' perceptions of gamified listening activities could also be interpreted through the three interrelated engagement dimensions: behavioral, emotional, and cognitive, which aligned with Fredricks et al. (2004, 59-109). The following sections present these three dimensions in detail, supported by illustrative excerpts from participants.

Behavioral Engagement

It appeared through students' consistent participation and adherence to rules (see S2). They reported being more alert and willing to participate, as the competitive structure

encouraged careful listening and quick responses. Immediate feedback in *Kahoot*! further motivated them to stay focused throughout the activity (see S4).

"In normal listening exercises, I sometimes get distracted. But when it's a game, I want to keep up with the ranking, so I focus more and follow every instruction." (S2)

"I didn't want to lose points, so I made sure to complete every question, even the hard ones. It made me put in more effort than usual." (S4)

Emotional Engagement

It was reflected in students' enthusiasm, enjoyment, and reduced anxiety. They described gamified listening as "fun," "exciting," and "less boring" than traditional tasks, with motivation driven by competition and the satisfaction of correct answers. This positive emotion made them look forward to future listening practice rather than avoid it (as illustrated in S3, S2).

"I felt more motivated and fun when I saw my name move up on the leaderboard. Even if I got something wrong, I still wanted to try again next time." (S3)

"Usually, listening tests make me nervous, but the game felt less serious and less boring. I could still learn without feeling too much pressure." (S2)

Cognitive Engagement

It emerged through students' use of listening strategies and deeper content processing. They reported applying prediction and inference to improve speed and accuracy (see S5), while the time-limited format of *Kahoot*! encouraged quick analysis and efficient information processing (see S4).

"I started to remember patterns, like how certain hotel terms are used. It made me connect the listening with real situations in hotels." (S5)

"Because the time was short, I had to listen carefully for the main idea and choose the best answer quickly. It trained my brain to work faster." (S4)

Although most comments were positive, a few participants suggested adding more team-based games and opportunities for post-game discussion to consolidate learning and reduce pressure for those who felt anxious about competition (see S1, S3).

"It would be nice to sometimes play in teams so the pressure is not all on one person." (S1)

"I enjoy the competition, but maybe after the game, we could talk about the answers together." (S3)

Overall, students expressed positive perceptions of gamified listening, finding that it not only enhanced their listening skills but also that it was more engaging, motivating, and enjoyable than traditional listening tasks. Competitive features such as points, leaderboards, and instant feedback sustained focus and reduced monotony, while repeated exposure to authentic dialogues improved comprehension of hotel-related situations and reinforced hospitality and hotel-specific vocabulary. Engagement was evident in students' active participation, enjoyment, reduced anxiety, and their use of strategic listening and deeper processing of content through reinforced critical thinking. Students agreed that gamification enhanced both skills and motivation, though a few suggested incorporating team-based formats and post-game discussions to consolidate learning and ease the pressure associated with individual competition.

Discussion

The discussion of this study is organized according to the three research questions, presented sequentially to align with the research objectives and to provide a coherent interpretation of the findings.

1) The findings showed that gamified listening activities significantly improved students' performance in the cohort, particularly in general comprehension and hotel-specific vocabulary. This supports research showing that gamification transforms passive listening into active, goal-oriented engagement, enhancing comprehension and retention (Sailer et al., 2017, 371-380; Zainuddin et al., 2020, 1-23) and affirms Field's (2008, 267-268) view that listening instruction should incorporate contextualized, real-world tasks. Vocabulary gains were most notable, reinforcing Anthony's (2018) claim that ESP learners benefit from language practice embedded in professional contexts. As Basturkmen (2010) and Nation (2001, 114-143) emphasize, vocabulary is central to professional communication, and in this study, the competitive, feedback-rich nature of gamification appeared to strengthen retention through repeated exposure and retrieval (Hamari et al., 2014, 3025-3034). The great improvement in hotel-specific vocabulary also aligns with prior research showing that gamified learning enhances lexical acquisition through repetition and feedback (Zainuddin et al., 2020, 1-23; Panmei & Waluyo, 2022, 1-22; Waluyo et al., 2023, 1-17; Waluyo & Balazon, 2024, 1-13). Because vocabulary items are discrete and easily embedded into game-based tasks, learners benefited from immediate feedback and frequent retrieval, supporting Nation's (2001, 114-

143) principle that frequency and meaningful use promote long-term retention in ESP contexts. In contrast, smaller gains in scenario-based listening suggest that gamification may better support vocabulary and discrete skills than discourse-level comprehension. Since extended workplace dialogues require pragmatic awareness and sustained processing, this may reflect the challenge of aligning game mechanics with complex communicative tasks and the traditional Thai EFL focus on grammar and vocabulary (Flowerdew & Miller, 2005; Kirkpatrick, 2012, 331-344). Gamification is most effective in ESP listening when the requirements of the task match the abilities of game mechanics to improve quick recognition, focused attention, and frequent retrieval of specialized vocabulary. Conversely, discourse-level comprehension may necessitate supplementary supports that are less suited to time-constrained, score-oriented formats (e.g., guided reflection, strategy instruction, or post-listening discussion), suggesting that gamification may initially enhance item-level listening outcomes while higher-order scenario comprehension evolves through complementary instructional strategies.

2) The results indicated strong engagement across behavioral, emotional, and cognitive dimensions, confirming gamification's value in sustaining learner interest and participation (Fredricks et al., 2004, 59-109; Aguilos et al., 2022, 1098-1103). Emotional engagement was most pronounced, with students reporting enjoyment, motivation, accomplishment, and sustained interest through competitive features (Zainuddin et al., 2020, 1-23; Deterding et al., 2011, 9-15). This pattern suggests that engagement theory may manifest differently in ESP contexts, where affective responses play a central role in motivating hospitality students. The findings do not refute Fredricks et al.'s (2004, 59-109) theory; rather, they indicate that in hospitality ESP listening, the affective dimension may serve as a principal catalyst that invigorates behavioral engagement and fosters prolonged attention. The three elements remain valuable. However, their relative significance may vary depending on the context in professional language acquisition. Behaviorally, learners preferred gamified activities over traditional tasks, supporting Dichev and Dicheva's (2017, 9) finding that clear rules and feedback enhance effort and persistence. Cognitive engagement also emerged through the strategies and deeper processing of hotel-related input (Flowerdew & Miller, 2005; Zainuddin et al., 2020, 1-23). However, weaker persistence with difficult tasks and limited reflection (Waluyo et al., 2023, 1-17) suggest a need for designs that balance immediate engagement with opportunities for resilience and deeper learning. Engagement was closely linked to listening development, as students showing higher behavioral and emotional engagement

performed better in listening tasks, indicating that attention, enjoyment, and participation supported deeper processing of auditory input (Flowerdew & Miller, 2005). Beyond these patterns, students' sustained motivation can also be explained through Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2000), which highlights competence, autonomy, and relatedness as drivers of intrinsic motivation. The gamified activities fulfilled these needs by offering feedback and visible progress that fostered competence, self-paced participation promoting autonomy (Nilubol, 2023, 24-38), and leaderboards that encouraged social connection. When these needs were met, students demonstrated greater persistence, satisfaction, and engagement, leading to improved listening development. This perspective underscores a conflict frequently addressed in SDT-informed analyses of gamification. Although feedback and progress indicators might enhance competence, points and leaderboards may redirect focus towards external comparisons and performance results. This study revealed a dichotomy in students' responses, while many expressed drive and delight, others encountered competitive anxiety, indicating that the motivational advantages may hinge on whether game mechanics are viewed as informational input or as a method of managing social assessment.

3) Interview data supported these findings, revealing students' positive perceptions of gamified listening activities. They consistently described the tasks as more enjoyable than traditional exercises and credited game elements, such as points, leaderboards, and rewards that enhance attention and participation, reflecting both emotional and behavioral engagement (Girardelli, 2017, 156-161; Govindarajan, 2020, 238-251; Hwang & Choi, 2020, 365-376). Vocabulary acquisition was also noted as a major benefit, as repeated exposure in competitive contexts improved recall, consistent with statistical results. However, some participants reported anxiety stemming from competition, echoing survey findings and suggesting the need for balance through collaborative elements to reduce stress while sustaining engagement (Zainuddin et al., 2020, 1-23). Similar observations have also been found that excessive competition can diminish intrinsic motivation and create performance pressure. Thus, such anxiety may reflect the tension between collaboration-oriented learning cultures and individual competition (Hanus & Fox, 2015, 152-161; Mekler et al., 2017, 525-534). This response may also reflect contextual expectations in Thai higher education, where classroom harmony and face-saving concerns can make public ranking feel high-stakes for some learners. In such contexts, competitive visibility may amplify anxiety even when overall engagement is high, although this interpretation is offered cautiously because culture interacts

with individual differences and classroom climate. Future applications should therefore integrate both competitive and cooperative components, such as team-based challenges or reflective discussions, to maintain motivation while minimizing stress and fostering inclusive participation.

Conclusion

This study investigated the effectiveness of gamified listening activities in developing English listening skills and engagement among Thai EFL university students in Hospitality English. Using a mixed-methods design with pretest and posttest, surveys, and semi-structured interviews, firstly, the results showed significant improvement in hotel-specific vocabulary, followed by general comprehension and scenario-based listening within the sample group. Secondly, the activities also fostered strong engagement across behavioral, emotional, and cognitive dimensions. Emotional engagement was most evident, as students reported enjoyment, motivation, and a sense of accomplishment encouraged by points, leaderboards, and rewards. Behavioral engagement appeared through consistent participation, persistence, and a preference for gamified activities over traditional exercises, while cognitive engagement was reflected in deeper processing of listening input. Thirdly, despite these positive outcomes, smaller gains in scenario-based listening and reports of anxiety suggest that gamified tasks alone may not fully prepare learners for real-world, authentic, professional communication.

These limitations may reflect both the challenges of transferring skills to discourse-level tasks and the competitive nature of game mechanics. The findings, therefore, emphasize the need for balanced instructional designs that integrate competition with collaboration, scaffolding, and reflection. With such adjustments, gamified listening activities can serve as an effective approach to enhance language performance and engagement, ultimately supporting the development of listening skills essential for success in the hospitality industry.

Implication

The results indicate that gamified listening exercises are beneficial in ESP training, especially within the hotel and hospitality sector. Instead of employing gamified listening activities intermittently, they should be consistently integrated into lessons to enhance engagement and motivation, as Fredricks et al.'s (2004) framework demonstrates, which shows how these activities can elevate students' participation, emotions, and cognitive processes in ESP listening. Clear improvements in vocabulary and comprehension demonstrate the benefits

of repeated exposure, immediate feedback, and retrieval practice, all of which are naturally provided by gamified tasks through cycles of listening, response, and reinforcement.

Pedagogically, these results provide practical guidance for instructors and curriculum developers. Teachers can use gamified tools such as *Kahoot!* to reinforce key vocabulary and comprehension while sustaining motivation through point-based and interactive challenges. Curriculum designers and educational administrators may also consider incorporating structured gamified modules into ESP courses to enhance engagement and active learning as a part of the course design. Although the study's primary implications are academic, the enhanced listening competence of hospitality students indirectly contributes to professional and social benefits by preparing a more communicatively capable workforce for Thailand's tourism and service industries.

Limitations

This study possesses limitations that must be acknowledged when evaluating the results. Initially, the participants comprised tourism and hospitality majors from a singular cohort; hence, the findings may not apply to students from different fields or institutions. The intervention was executed and assessed by a sole instructor, so instructor-related variables (e.g., pedagogical approach, classroom atmosphere, encouragement of gamified activities) may have impacted participation and results. Ultimately, while the 12-week length was adequate to assess pre–post changes, it does not permit judgments regarding long-term retention or the sustainability of benefits over extended periods.

Acknowledgement

This research was supported by the Faculty of Humanities, Chiang Mai University, through a financial research grant. The university's Research Ethics Committee granted approval for the ethical consideration under approval number COE No. 009/68. The author is sincerely thankful to the tourism-major students who participated in the study and contributed valuable data. Sincere gratitude is also due to the three anonymous reviewers for their constructive comments and suggestions, which greatly improved the quality of this paper.

References

Aguilos, V., Gallagher, C., & Fuchs, K. (2022). Gamification of virtual language learning: A case study with Thai undergraduate students. *International Journal of Information and Education Technology, 12(10)*, 1098–1103. https://doi.org/10.18178/ijiet.2022.12.10.1726

Anthony, L. (2018). *Introducing English for specific purposes.* Routledge. https://doi.org/10.4324/9781351031189

Appleton, J. J., Christenson, S. L., & Furlong, M. J. (2008). Student engagement with school: Critical conceptual and methodological issues of the construct. *Psychology in the Schools, 45*(5), 369–386. https://doi.org/10.1002/pits.20303

Basturkmen, H. (2010). *Developing courses in English for specific purposes.* Palgrave Macmillan.

Boonsamritphol, N. (2022). Implementation of the World Englishes instructional model for enabling Thai students' listening comprehension toward varieties of English. *English Language Teaching, 15*(4), 86–99. https://doi.org/10.5539/elt.v15n4p86

Buck, G. (2001). *Assessing listening.* Cambridge University Press.

Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). (n.d.). Council of Europe. https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage Publications.

Crystal, D. (2003). *English as a global language* (2nd ed.). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511486999

Danowska-Florczyk, E., & Mostowski, P. (2012). Gamification as a new direction in teaching Polish as a foreign language. *ICT for Language Learning.* https://conference.pixel-online.net/conferences/ICT4LL2012/common/download/Paper_pdf/272-IBT55-FP-Florczyk-ICT2012.pdf

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior*. *Psychological Inquiry, 11*(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

Dehghanzadeh, H., Fardanesh, H., Hatami, J., Talaee, E., & Noroozi, O. (2021). Using gamification to support learning English as a second language: a systematic review. *Computer Assisted Language Learning*, *34*(7), 934–957. https://doi.org/10.1080/09588221.2019.1648298

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining "gamification." *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*, 9–15. https://doi.org/10.1145/2181037.2181040

Dichev, C., & Dicheva, D. (2017). Gamifying education: What is known, what is believed, and what remains uncertain: A critical review. *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 14(1)*, 9. https://doi.org/10.1186/s41239-017-0042-5

Dudley-Evans, T., & St John, M. J. (1998). *Developments in English for specific purposes: A multidisciplinary approach.* Cambridge University Press.

Economics Tourism and Sport Division (2025, June 5). *MOTS Economic Report*. [Status update]. Facebook. https://www.facebook.com/ETSMOTS/posts/-%

EF Education First. (2024). *EF English Proficiency Index: A ranking of 116 countries and regions by English skills.* EF Education First. https://www.ef.com/epi/

Fang, X. (2008). Listening comprehension in EFL teaching. *US-China Foreign Language* [PowerPoint Slides], *6*(1), 21–29. https://www.slideshare.net/slideshow/listening-comprehension-in-efl-teaching-14289732

Field, J. (2008). *Listening in the language classroom*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511575945

Flowerdew, J., & Miller, L. (2005). *Second language listening: Theory and practice.* Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511667244

Flores, J. F. (2015). Using gamification to enhance second language learning. *Digital Education Review, 27*, 32–54. https://revistes.ub.edu/index.php/der/article/view/11912/pdf

Fredricks, J. A., & Paris, P. C. B. a. a. H. (2004). School engagement: potential of the concept, state of the evidence. *Review of Educational Research*, *74*(1), 59–109. https://www.jstor.org/stable/3516061

Girardelli, D. (2017). Impromptu speech gamification for ESL/EFL students. *Communication Teacher*, *31*(3), 156–161. https://doi.org/10.1080/17404622.2017.1314522

Govindarajan, R. (2020). Exploiting gamification and interactive activities to achieve better students' engagement in ELT classes. *Arab World English Journal (AWEJ) Proceedings of 2nd MEC TESOL Conference 2020*, 238–251. https://doi.org/10.24093/awej/MEC2.17

Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does gamification work? A literature review of empirical studies on gamification. *Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, 3025–3034. https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377

Hanus, M. D., & Fox, J. (2015). Assessing the effects of gamification in the classroom: A longitudinal study on intrinsic motivation, social comparison, satisfaction, effort, and academic performance. *Computers & Education, 80*, 152-161. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.08.019

Hassen, D. (2016). *The influence of podcasts on EFL students' listening comprehension* (Master's thesis, University Mohamed Kheider of Biskra, Faculty of Letters and Languages). People's Democratic Republic of Algeria.

Henrie, C. R., Halverson, L. R., & Graham, C. R. (2015). Measuring student engagement in technology-mediated learning: A review. *Computers & Education, 90*, 36–53. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.09.005

Huang, W. H.-Y., & Soman, D. (2013). *Gamification of education (Research Report Series: Behavioural Economics in Action).* University of Toronto. https://mybrainware.com/wp-content/uploads/2017/11/Gamification-in-Education-Huang.pdf

Huseinovic, L. (2023). The effects of gamification on student motivation and achievement in learning English as a foreign language in higher education. *MAP Education and Humanities, 4*, 10–36. https://doi.org/10.53880/2744-2373.2023.4.10

Husin, N. S., Mohd Yusof, N., & Nordin, S. (2023). The importance of English communication skills in the hospitality industry. *European Proceedings of Educational Sciences, 8*, 580–589. https://doi.org/10.15405/epes.23097.69

Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for specific purposes: A learning-centred approach.* Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511733031

Hwang, G. J., & Wu, P. H. (2012). Advancements and trends in digital game-based learning research: A review of publications in selected journals from 2001 to 2010. *British*

Journal of Educational Technology, 43(1), E6-E10. https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2011.01242.x

Hwang, J., & Choi, L. (2020). Having fun while receiving rewards?: Exploration of gamification in loyalty programs for consumer loyalty. *Journal of Business Research, 106*, 365–376. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.031

Jenkins, J. (2014). *English as a lingua franca in the international university: The politics of academic English language policy.* Routledge.

Kapp, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education.* Pfeiffer.

Kisawadkorn, K., Ngonkum, S., & Deerajviset, P. (2022, November 11). Thai EFL undergraduate students' use of listening strategies and listening problems in comprehending academic lectures. *Journal of Humanities and Social Sciences, Nakhon Phanom University, 12*(3), 15-28. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/npuj/article/view/264173

Kirkpatrick, A. (2012). English in ASEAN: implications for regional multilingualism. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, *33*(4), 331–344. https://doi.org/10.1080/01434632.2012.661433

Laeha, M., & Laohawiriyanon, C. (2022). English listening comprehension difficulties of high and low proficiency learners. *EDUPSU Journal of Education, Prince of Songkla University, Pattani Campus, 33*(1), 45–64. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edupsu/article/view/243352

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.

Marasabessy, F. Y., Mustika, A., Indriyani, S., Amelia, R., & Rintaningrum, R. (2025). Hospitality English: Essential phrases for hotel and tourism professionals. *International Journal of Educational Research Excellence, 4*(1), 211–224. https://doi.org/10.55299/ijere.v4i1.1303

Matyakhan, T., Chaowanakritsanakul, T., & Santos, J. A. L. (2024). Implementing gamification to enhance reading engagement and reading comprehension of Thai EFL university students. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network, 17(1),* 121–239. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/LEARN/article/view/270383

McDonough, J., & Shaw, C. (2013). *Materials and methods in ELT: A teacher's guide.* Wiley Blackwell.

Mekler, E. D., Brühlmann, F., Tuch, A. N., & Opwis, K. (2017). Towards understanding the effects of individual gamification elements on intrinsic motivation and performance. *Computers in Human Behavior, 71*, 525-534. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.048

Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. Jossey-Bass.

Nation, I. S. P. (2001). *Learning vocabulary in another language.* Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9781139524759

Nickerson, C. (2020). English as a lingua franca in international business contexts. In J. Jenkins, W. Baker, & M. Dewey (Eds.), *The Routledge handbook of English as a lingua franca* (pp. 478–490). Routledge.

Nilubol, K. (2023). *The feasibility of an innovative gamified flipped classroom application for university students in EFL context: An account of autonomous learning*. English Language Teaching, 16(8), 24–38. https://doi.org/10.5539/elt.v16n8p24

Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2024). *English proficiency standards for higher education students.* Bangkok: OPS, MHESI.

Palakaprasith, T., Chotikapanich, R., & Adipat, S. (2024). English preservice teachers' perceptions of listening comprehension difficulties. *Shanlax International Journal of Education, 12*(4), 17–24. https://shanlaxjournals.in/journals/index.php/education/article/view/7885

Panmei, B., & Waluyo, B. (2022). The pedagogical use of gamification in English vocabulary training and learning in higher education. *Education Sciences*, *13*(1), 24. https://doi.org/10.3390/educsci13010024

Pinsirikul, Y., Chuduang, W., Nunainam, T., Jantawong, L., & Tapnimit, V. (2023). English Communication Problems and Solutions of Thai Hotel Staff Working with Foreigners in Phuket Province. *Journal of Liberal Arts Prince of Songkla University*, *15*(2), 269038. https://doi.org/10.14456/jlapsu.2023.19

Prasongngern, P., & Soontornwipast, K. (2023). Effects of listening strategy instruction incorporating intensive and extensive listening on listening skills and metacognitive awareness. *International Journal of Instruction,* 16(4), 155–172. https://doi.org/10.29333/iji.2023.16410a

Reeve, J., & Tseng, C. M. (2011). Agency as a fourth aspect of students' engagement during learning activities. *Contemporary Educational Psychology, 36*(4), 257–267. https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2011.05.002

Reuters. (2024, July 30). *Thailand welcomed 20.3 million foreign tourists January to late July 2024*. https://www.reuters.com/world/asia-pacific/thailand-welcomed-203-million-foreign-tourists-january-late-july-2024-07-30/

Richards, J. C. (2008). *Teaching listening and speaking: From theory to practice.* Cambridge University Press. https://www.professorjackrichards.com/wp-content/uploads/teaching-listening-and-speaking-from-theory-to-practice.pdf

Rutamornchai, N., Manokarn, P., Petchmongkon, P., Thinthonglang, S., Montreewong, S., Jiamanukunkij, N., & Thatsakhorn, C. J. (2024). Listening problems in the TOEIC test for English majors: An exploratory case study in a Thai university. *Journal of Studies in the English Language, 19*(1), 93–125. https://doi.org/10.64731/jsel.v19i1.270888

Sailer, M., Hense, J., Mayr, S., & Mandl, H. (2017). How gamification motivates: An experimental study of the effects of specific game design elements on psychological need satisfaction. *Computers in Human Behavior, 69*, 371–380. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.033

Salmani-Nodoushan, M. A. (2020). English for specific purposes: Traditions, trends, directions. *Studies in English Language and Education, 7*(1), 247–268. https://doi.org/10.24815/siele.v7i1.16342

Seaborn, K., & Fels, D. I. (2015). Gamification in theory and action: A survey. *International Journal of Human-Computer Studies, 74,* 14–31. https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2014.09.006

Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education, 2*, 53–55. https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd

Veljkovic Michos, M. (2017). Gamification in Foreign Language Teaching: Do You Kahoot?. *International Scientific Conference on Information Technology and Data Related Research,* 511-516. https://doi.org/10.15308/SINTEZA-2017-511-516

Waluyo, B., & Balazon, F. G. (2024). Exploring the impact of gamified learning on positive psychology in CALL environments: A mixed-methods study with Thai university students. *Acta Psychologica, 251*, 104638, 1-13 https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104638

Waluyo, B., Bucol, J. L. (2021). The impact of gamified vocabulary learning using Quizlet on low-proficiency students. *Computer-Assisted Language Learning Electronic Journal, 22(1),* 164-185. https://callej.org/index.php/journal/article/view/326/257

Waluyo, B., Phanrangsee, S., & Whanchit, W. (2023). Gamified grammar learning in online English courses in Thai higher education. *Online Journal of Communication and Media Technologies, 13(4)*, e202354. https://doi.org/10.30935/ojcmt/13752

Wichadee, S., & Pattanapichet, F. (2018). Enhancement of performance and motivation through the application of digital games in an English language classroom. *Teaching English with Technology, 18*(1), 77–92. https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-7aeb770c-7cdc-41c3-8a3b-668a67a9f088

World Travel & Tourism Council. (2023). *Economic impact reports.* https://wttc.org

Zainuddin, Z., Chu, S. K. W., Shujahat, M., & Perera, C. J. (2020). The impact of gamification on learning and instruction: A systematic review of empirical evidence. *Educational Research Review, 30*, 100326. https://doi.org/10.1016/j.edurev.2020.100326

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

วิเคราะห์สมรรถนะเจ้าหน้าที่ประสานงานในสายอาชีพการจัดงานแสดงสินค้า บนฐานสมรรถนะตามความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

Analyzing Competencies of Project Coordinators in Exhibition Management Profession: Based on MICE Industry Demand in Thailand

อรชร ว่องพรรณงาม*, พิทักษ์ ศิริวงศ์ , เกิดศิริ เจริญวิศาล

Orachorn Wongpan-ngam*, Phitak Siriwong, Kaedsiri Jaroenwisan

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120 ประเทศไทย

Faculty of Management Science, Silpakorn University

Moo 3, Samphaya Sub-district, Cha-Am District, Phetchoburi Province, 76120, Thailand

***รับบทความ**: 28 ตุลาคม 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 21 มกราคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 23 กุมภาพันธ์ 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงาน ในอาชีพการจัดการแสดงสินค้าตามความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย และเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาหลักสูตรระดับอาชีวศึกษา (ปวส.) ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 9 คน ที่คัดเลือกแบบเจาะจง โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการจัดหมวดหมู่ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงานตามกรอบ KSA Model ประกอบด้วย 4 มิติหลัก คือ (1) ความรู้ ครอบคลุมความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ความรู้เฉพาะสาขา การจัดซื้อจัดจ้าง การตลาด กฎหมาย และความยั่งยืน สมรรถนะเฉพาะทาง 9 ด้าน ครอบคลุมระบบลงทะเบียน โลจิสติกส์ การจัดการที่พักและการเดินทาง และเทคโนโลยีดิจิทัล (2) ทักษะ ได้แก่ การวางแผนและจัดการโครงการ การประสานงาน การแก้ปัญหา การใช้เทคโนโลยี และภาษาอังกฤษ สมรรถนะเฉพาะทาง 13 ด้าน เน้นการวางแผนประสานงาน การเจรจาต่อรอง และการสร้างเครือข่าย (3) ความสามารถ ในการวิเคราะห์ข้อมูล เจรจาต่อรอง จัดการความเสี่ยง และใช้เทคโนโลยี AI สมรรถนะเฉพาะทาง 10 ด้าน ที่สำคัญคือความละเอียดรอบคอบ ความยืดหยุ่น และความคิดสร้างสรรค์ และ (4) ทัศนคติ ที่เน้นความยืดหยุ่น ความเป็นมืออาชีพ การเรียนรู้ต่อเนื่อง และจิต

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: wongpanngamown@gmail.com

บริการ สมรรถนะเฉพาะทาง 10 ด้าน โดยเฉพาะทัศนคติเชิงบวกต่อการให้บริการและความมุ่งมั่นในการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่ลูกค้า ข้อเสนอแนะให้สถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรในรูปแบบโมดูลที่ยืดหยุ่น เน้นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง (Work-integrated Learning) โดยเพิ่มสัดส่วนการฝึกงานเป็น 60-70% ของหลักสูตร พัฒนาภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจที่ใช้งานได้จริง บูรณาการเทคโนโลยี AI และความยั่งยืนเข้าในหลักสูตร และสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิดผ่านระบบคณะกรรมการที่ปรึกษาจากภาคอุตสาหกรรมและโครงการพี่เลี้ยง เพื่อยกระดับคุณภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ

สมรรถนะวิชาชีพ อุตสาหกรรมไมซ์ หลักสูตรอาชีวศึกษา

Received: *October 28, 2025* ***Revised:*** *January 21, 2026* ***Accepted:*** *February 23, 2026*

Abstract

This research aims to study and analyze the essential competencies for coordinators in the exhibition management profession according to the demands of Thailand's MICE industry, and to propose guidelines for developing vocational education curricula (Higher Vocational Certificate level) that align with labor market demands. The study employed qualitative research methodology through in-depth interviews with 9 purposively selected MICE industry entrepreneurs, using content analysis and data categorization. The research findings reveal that the essential competencies for coordinators based on the KSA Model comprise four main dimensions: (1) Knowledge encompasses foundational knowledge of the MICE industry, specialized field knowledge, procurement, marketing, law, and sustainability. Specific competencies include 9 areas covering registration systems, logistics, accommodation and travel management, and digital technology. (2) Skills include project planning and management, coordination, problem-solving, technology utilization, and English proficiency. Specific competencies comprise 13 areas emphasizing activity planning and coordination, negotiation, and networking. (3) Abilities involve data analysis, negotiation, risk management, and AI technology utilization. Specific competencies include 10 areas, particularly attention to detail, flexibility, and creativity. (4) Attitudes emphasize flexibility, professionalism, continuous learning, and service mindset. Specific competencies consist of 10 areas, especially positive attitudes toward service delivery and commitment to creating memorable customer

experiences. The research recommends that educational institutions develop flexible modular curricula, emphasizing Work-integrated Learning by increasing the proportion of practical training to 60-70% of the curriculum, developing practical business English skills, integrating AI technology and sustainability into the curriculum, and establishing close collaboration with industry practitioners through an Industry Advisory Board system and mentorship programs to sustainably enhance the quality of personnel in Thailand's MICE industry.

Keywords

Professional Competency, MICE Industry, Vocational Education Curriculum

บทนำ (Introduction)

ในโลกยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยเศรษฐกิจฐานความรู้และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE: Meetings, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions and Events) ได้กลายเป็นกลุ่มธุรกิจบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2566b) โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การกระตุ้นการลงทุนจากต่างประเทศ และการขยายโอกาสในการจ้างงานที่หลากหลาย ตลอดกว่าหลายทศวรรษที่ผ่านมา รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่องผ่านนโยบายสำคัญ โดยกำหนดให้เป็น "อุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ใหม่" ที่มีศักยภาพในการพลิกฟื้นเศรษฐกิจหลังโควิด-19 ภายใต้ยุทธศาสตร์ "Thailand MICE to Meet the World" (กระทรวงศึกษาธิการ, 2566) รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนา Soft Power และอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เป็นหนึ่งในวาระแห่งชาติ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะสร้างสรรค์ของประชาชนและการยกระดับขีดความสามารถในการจัดงานอีเวนต์ระดับชาติและนานาชาติ ตามนโยบาย '1 ครอบครัว 1 Soft Power' ซึ่งตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยสามารถจัดอีเวนต์ได้เดือนละ 1,000 งาน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

ความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์สะท้อนให้เห็นจากผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2567 ที่สามารถดึงดูดนักเดินทางมากกว่า 25.35 ล้านคน สร้างรายได้รวมกว่า 148,341 ล้านบาท และสร้างรายได้ประชาชาติรวมมูลค่ากว่า 309,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.67 ของ GDP (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2566b) นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้รับการจัดอันดับจาก ICCA อยู่ในลำดับที่ 26 ของโลก อันดับที่ 2 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และจาก UFI ประเทศไทยมีพื้นที่การจัดงานแสดงสินค้ามากที่สุดเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน

อย่างไรก็ตาม การเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมไมซ์นำมาซึ่งปัญหาสำคัญ คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพและมีสมรรถนะสูงที่สามารถตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในระดับ

ปฏิบัติการ (สถาบันพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมไมซ์, 2566) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและรูปแบบการจัดงานที่ซับซ้อนมากขึ้น ยิ่งเพิ่มความจำเป็นในการพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทางและความเชี่ยวชาญระดับสูง (สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย, 2566) ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project Coordinator) เป็นตำแหน่งสำคัญที่เปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้กระบวนการทำงานอย่างครบวงจร ตั้งแต่การวางแผน การประสานงาน จนถึงการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย ประสบการณ์ในระดับปฏิบัติการนี้จะเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาสู่การเป็นผู้บริหารในอนาคต ช่องว่างระหว่างหลักสูตรและความต้องการของอุตสาหกรรม เป็นปัญหาสำคัญที่ต้องแก้ไข หลักสูตรระดับอาชีวศึกษา (ปวส.) สาขาการจัดประชุมและนิทรรศการในปัจจุบันยังไม่สามารถผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการได้โดยตรง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2566) จึงทำให้เกิดช่องว่างระหว่างฝั่ง Demand Side (ความต้องการของสถานประกอบการ) และ Supply Side (บัณฑิตที่ผลิตจากสถาบันการศึกษา)

แม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์และการพัฒนาบุคลากรในระดับต่างๆ อย่างไรก็ตาม ยังพบว่ามีช่องว่างงานวิจัยที่สำคัญ คือ 1) การขาดการศึกษาเชิงลึกเฉพาะตำแหน่ง งานวิจัยที่ผ่านมามักศึกษาสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์โดยรวม แต่ขาดการวิเคราะห์เจาะจงในระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงาน (Project Coordinator) ซึ่งเป็นตำแหน่งระดับปฏิบัติการที่มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างผู้บริหารโครงการกับทีมปฏิบัติการ 2) การขาดข้อมูลจากภาคอุตสาหกรรมโดยตรง การศึกษาส่วนใหญ่อาศัยข้อมูลจากเอกสารหรือแบบสอบถาม แต่ขาดการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ตรงในการบริหารจัดการบุคลากรในตำแหน่งนี้ 3) การขาดการวิเคราะห์ตามกรอบสมรรถนะที่ชัดเจน งานวิจัยที่ผ่านมาไม่ได้ใช้กรอบ KSA Model ในการวิเคราะห์สมรรถนะอย่างครบถ้วนทั้ง 4 มิติ (Knowledge, Skills, Abilities, Attitudes) โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับมิติทัศนคติที่ผู้ประกอบการต้องการ และ 4) การขาดข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับการพัฒนาหลักสูตร แม้จะมีการศึกษาเกี่ยวกับหลักสูตรอาชีวศึกษา แต่ยังขาดข้อเสนอแนะที่เป็นรูปธรรมในการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมในยุคดิจิทัลและความยั่งยืน

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมีความจำเป็นในการศึกษาและวิเคราะห์สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงานในอาชีพการจัดงานแสดงสินค้าตามความต้องการที่แท้จริงของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรระดับอาชีวศึกษา (ปวส.) ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน และยกระดับคุณภาพของบุคลากรให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบโจทย์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงาน (Project Coordinator) ในอาชีพการจัดการแสดงสินค้าตามความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาหลักสูตรระดับอาชีวศึกษา (ปวส.) สาขาการจัดประชุมและนิทรรศการให้สอดคล้องกับสมรรถนะที่อุตสาหกรรมต้องการ

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

การศึกษาครั้งนี้อาศัยกรอบแนวคิดการพัฒนาสมรรถนะกำลังคนและทฤษฎีการจัดการเรียนรู้เชิงวิชาชีพเป็นฐานในการวิเคราะห์โครงสร้างสมรรถนะของบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมุ่งเน้นตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project Coordinator) และการนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรระดับอาชีวศึกษา การทบทวนวรรณกรรมจึงมุ่งสร้างความเชื่อมโยงเชิงเหตุผลระหว่างแนวคิดทางทฤษฎี สมรรถนะวิชาชีพ และบริบทการจัดการศึกษา

1. แนวคิดการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมไมซ์ ทฤษฎีทุนมนุษย์อธิบายว่าการลงทุนด้านการศึกษาและการฝึกอบรมช่วยเพิ่มผลิตภาพแรงงานและศักยภาพการแข่งขันขององค์กร (Becker, 1993) สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการเชิงมูลค่าสูง คุณภาพของบุคลากรมีความสัมพันธ์โดยตรงกับมาตรฐานการให้บริการและภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีนานาชาติ (Thailand Convention and Exhibition Bureau [TCEB], 2021) ขณะเดียวกัน แนวโน้มเศรษฐกิจดิจิทัล การจัดงานแบบผสมผสาน และนโยบายความยั่งยืน ส่งผลให้ความต้องการสมรรถนะของแรงงานมีความซับซ้อนมากขึ้น (World Economic Forum, 2023) จึงจำเป็นต้องพัฒนากำลังคนบนฐานสมรรถนะที่สอดคล้องกับบริบทอุตสาหกรรม

2. แนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทฤษฎีการเรียนรู้แบบประสบการณ์ของ Kolb (1984) ชี้ให้เห็นว่าการเรียนรู้เชิงวิชาชีพเกิดจากการบูรณาการระหว่างการปฏิบัติจริง การสะท้อนคิด และการประยุกต์ใช้ความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะงานไมซ์ที่ต้องอาศัยการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการทำงานภายใต้สถานการณ์จริง ควบคู่กับแนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Candy, 1991) ที่เน้นการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและรูปแบบการทำงาน แนวคิดทั้งสองจึงเป็นฐานสำคัญในการออกแบบหลักสูตรอาชีวศึกษาที่มุ่งเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติและการพัฒนาสมรรถนะอย่างยั่งยืน

3. กรอบสมรรถนะ KSA Model กรอบสมรรถนะ Knowledge–Skills–Abilities–Attitudes (KSA Model) ของ Stevens และ Campion (1994, 503-530) ถูกนำมาใช้เป็นโครงสร้างหลักของการศึกษา โดยแบ่งสมรรถนะออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และทัศนคติ กรอบดังกล่าวได้รับการประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายในงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมบริการและอีเวนต์ และสามารถอธิบายสมรรถนะเชิงวิชาชีพได้อย่างเป็นระบบ (Kim, McCleary, & Kaufman, 2010,279-296) นอกจากนี้ KSA Model ยังสอดคล้องกับแนวคิด Outcome-Based Education ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สามารถประเมินและนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง (Spady, 1994) การใช้กรอบ KSA ในการวิเคราะห์สมรรถนะตำแหน่ง Project Coordinator จึงช่วยเชื่อมโยงความต้องการของอุตสาหกรรมกับการออกแบบหลักสูตรอาชีวศึกษาอย่างมีโครงสร้าง

4. มาตรฐานวิชาชีพและบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงาน มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพด้านไมซ์ของประเทศไทย (สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ, 2566) และกรอบสมรรถนะของ TCEB (2021) เป็น

แนวทางเชิงนโยบายในการพัฒนากำลังคน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยก่อนหน้าได้ชี้ให้เห็นว่าตำแหน่งระดับปฏิบัติการ เช่น Project Coordinator ยังขาดการวิเคราะห์สมรรถนะเชิงลึกที่สะท้อนบทบาทเชิงปฏิบัติในภาคสนาม (Dale & Robinson, 2001,30-34) ตำแหน่งดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการประสานงานหลายฝ่าย การจัดการเวลาและทรัพยากร รวมถึงการดูแลประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงาน จึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะบูรณาการทั้งด้านเทคนิค การจัดการ และพฤติกรรมเชิงวิชาชีพ

5. การพัฒนาหลักสูตรอาชีวศึกษาบนฐานสมรรถนะ นโยบายการอาชีวศึกษาของประเทศไทยในช่วงหลังมุ่งเน้นการจัดการศึกษาเชิงสมรรถนะและการเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรม (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2566) หลักสูตรฐานสมรรถนะให้ความสำคัญกับการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ การประเมินตามมาตรฐานวิชาชีพ และการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง การนำข้อมูลสมรรถนะจากอุตสาหกรรมไมซ์มาใช้เป็นฐานในการออกแบบหลักสูตรจึงช่วยเพิ่มความสอดคล้องระหว่างระบบการศึกษาและตลาดแรงงาน

6. การศึกษาที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยของ Kim, McCleary and Kaufman (2010) พบว่าทัศนคติและบุคลิกภาพมีความสำคัญต่อความสำเร็จในอาชีพการบริการมากกว่าความรู้เพียงอย่างเดียว ขณะที่ Dale และ Robinson (2001) เสนอว่าการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและการบริการควรครอบคลุม 3 มิติอย่างสมดุล คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติสำหรับบริบทของประเทศไทย วิภาวี ศรีคะ และ สมชาย เลิศภิรมย์สุข (2565) เสนอแนะให้พัฒนาหลักสูตรไมซ์ในยุคดิจิทัลโดยบูรณาการเทคโนโลยีและการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง

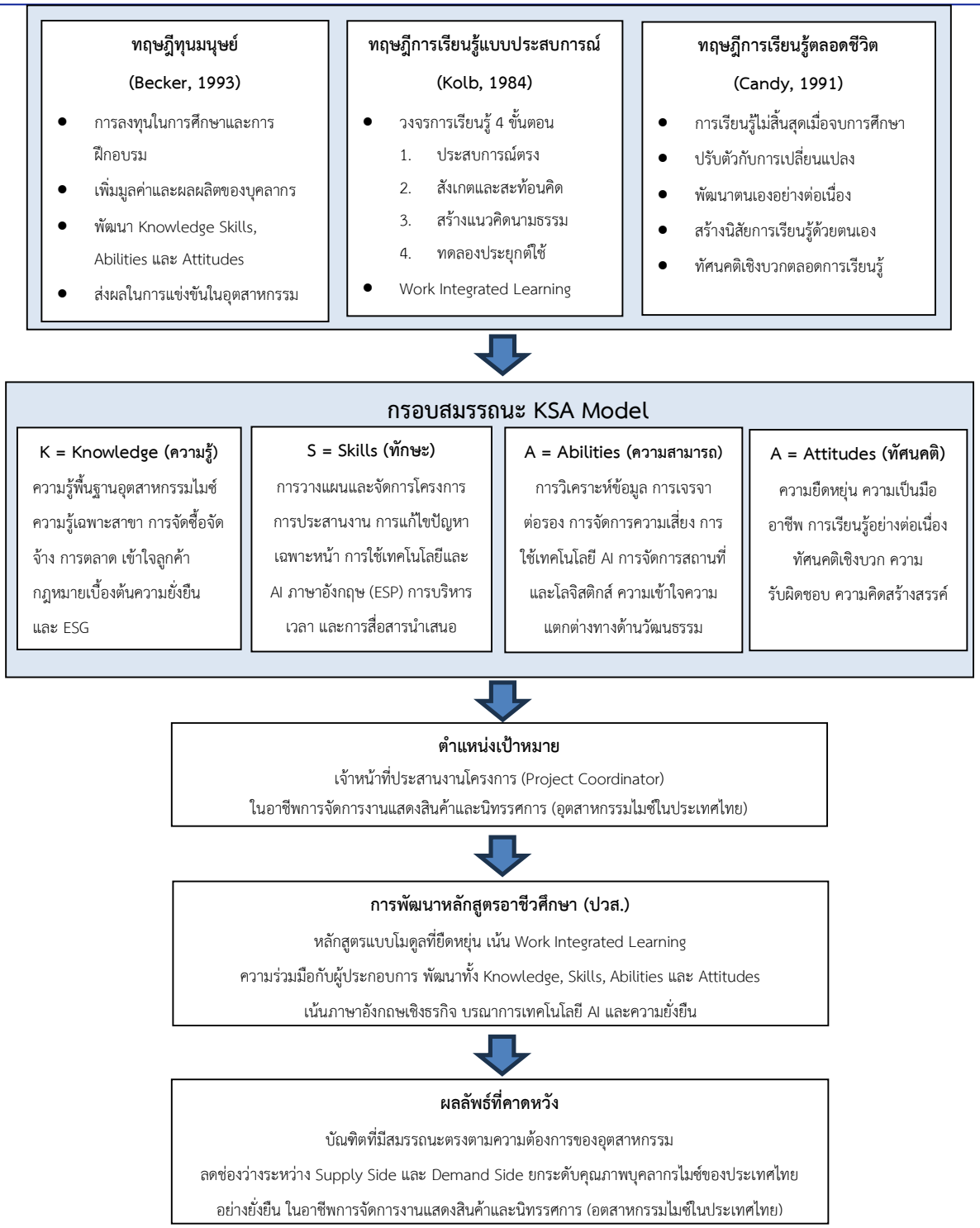
กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการสังเคราะห์แนวคิดทางทฤษฎีและมาตรฐานวิชาชีพ การศึกษานี้กำหนดกรอบแนวคิดโดยใช้โครงสร้างสมรรถนะตาม KSA Model ของตำแหน่ง Project Coordinator เป็นแกนกลาง เพื่อเชื่อมโยงความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์กับการพัฒนาหลักสูตรระดับอาชีวศึกษา กรอบแนวคิดดังกล่าวทำหน้าที่เป็นโครงสร้างเชิงวิเคราะห์สำหรับการตีความผลการวิจัยและสนับสนุนการพัฒนาโมเดลหลักสูตรไมซ์ที่สอดคล้องกับบริบทอุตสาหกรรมในอนาคต ดังแสดงในภาพที่ 1

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัยการศึกษาวิเคราะห์ลักษณะสมรรถนะที่จำเป็นของเจ้าหน้าที่ประสานงานในอุตสาหกรรมไมซ์และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample) ประชากรคือผู้บริหารและผู้จัดการระดับสูงจากบริษัทผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 คน คัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ ได้แก่ มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี มีบทบาทในการบริหารจัดการบุคลากร รับผิดชอบด้านการจ้างงานและพัฒนาบุคลากรตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงาน และปฏิบัติงานในบริษัทที่จัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ

จำนวนกลุ่มตัวอย่างกำหนดจากหลักการข้อมูลอิ่มตัว (Data Saturation) โดยพบว่าการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ 7–9 ให้ข้อมูลซ้ำกับรายก่อนหน้า แสดงว่าข้อมูลมีความครบถ้วนเพียงพอ สอดคล้องกับข้อเสนอของ Guest, Bunce และ Johnson (2006) ที่ระบุว่าการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 6–12 รายเพียงพอต่อการบรรลุข้อมูลอิ่มตัว และสอดคล้องกับแนวคิดของ Lincoln and Guba (1985) และ Creswell (2018) ที่เน้นคุณภาพและความลึกของข้อมูลมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ (Research Instrument and Quality Verification)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งพัฒนาขึ้นจากกรอบแนวคิด Knowledge–Skills–Attitude (KSA Model) ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอุตสาหกรรมไมซ์และด้านการวิจัยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของคำถาม พร้อมปรับปรุงถ้อยคำตามข้อเสนอแนะ

จากนั้นนำเครื่องมือไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประเมินความชัดเจนของคำถามและความสามารถในการเก็บข้อมูลเชิงลึก นอกจากนี้ ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพ (Trustworthiness) โดยใช้วิธี member checking และการตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่ง (Data Triangulation) รวมถึงการบันทึกกระบวนการวิจัยอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) ผู้วิจัยจัดทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากสถาบันการศึกษา และประสานงานขอสัมภาษณ์บริษัท PEO ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า ณ สำนักงานผู้ให้ข้อมูล หรือผ่านระบบออนไลน์ตามความเหมาะสม พร้อมดำเนินการตามหลักจริยธรรมการวิจัย โดยขอความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกรายก่อนการเก็บข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกถอดความและวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการจัดหมวดหมู่เชิงธีม (Thematic Coding) โดยอิงกรอบแนวคิด KSA Model เพื่อสังเคราะห์ประเด็นสมรรถนะที่สำคัญของตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานในอุตสาหกรรมไมซ์

ผลการวิจัย (Results)

วัตถุประสงค์ที่ 1 สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงาน ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงานตามกรอบ KSA Model ประกอบด้วย 4 มิติหลัก 1) ความรู้ ความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ความรู้เฉพาะสาขา การจัดซื้อจัดจ้าง การตลาด กฎหมายเบื้องต้น และความยั่งยืน (สมรรถนะเฉพาะทาง 9 ด้าน) 2) ทักษะ การวางแผนและจัดการโครงการ การประสานงาน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การใช้เทคโนโลยี และภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจ (สมรรถนะเฉพาะทาง 13 ด้าน) 3) ความสามารถ การวิเคราะห์ข้อมูล การเจรจาต่อรอง การจัดการความเสี่ยง และการใช้เทคโนโลยี AI (สมรรถนะเฉพาะทาง 10 ด้าน โดยเฉพาะความละเอียดรอบคอบ ความยืดหยุ่น และความคิดสร้างสรรค์) และ 4) ทัศนคติ (Attitudes) ความยืดหยุ่น ความเป็นมืออาชีพ การเรียนรู้ต่อเนื่อง และจิตบริการ (สมรรถนะเฉพาะทาง 10 ด้าน โดยเฉพาะทัศนคติเชิงบวกต่อการให้บริการ) ข้อค้นพบสำคัญ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับ Service Mind (จิตบริการ) มากที่สุด และระบุว่าการขาดประสบการณ์จริงเป็นข้อจำกัดหลักของบุคลากรใหม่ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงาน

กรอบสมรรถนะ KSA Model	**สมรรถนะหลัก (Core Competency) ของตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการในสายอาชีพการจัดงานแสดงสินค้า (Project Coordinator in Exhibition Industry)**	**สมรรถนะเฉพาะทาง (Specific Competency)**
K = Knowledge (ความรู้) ความเข้าใจในข้อมูล ข้อเท็จจริง หลักการ หรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานหรือหน้าที่	ความรู้พื้นฐานในอุตสาหกรรมไมซ์ ความรู้เฉพาะสาขา ความรู้ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง ความรู้ด้านการตลาดและลูกค้า ความรู้ด้านกฎหมายเบื้องต้นในงานไมซ์ และความรู้ด้านความยั่งยืนในงานไมซ์	1. ความรู้ด้านการวางแผนและประสานงานกิจกรรมเชิงประสบการณ์ (Experiential Activity Planning & Coordination) 2. ความรู้เกี่ยวกับระบบลงทะเบียนและการจัดการฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมงาน 3. ความรู้ด้านโลจิสติกส์งานแสดงสินค้า การจัดเตรียมพื้นที่บูธและอุปกรณ์ 4. ความรู้เกี่ยวกับที่พักประเภทต่างๆ โรงแรมและรีสอร์ทชั้นนำ 5. ความรู้ด้านการจัดการการเดินทางสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

ตารางที่ 1 สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงาน (ต่อ)

กรอบสมรรถนะ KSA Model	**สมรรถนะหลัก (Core Competency) ของตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ ในสายอาชีพการจัดงานแสดงสินค้า (Project Coordinator in Exhibition Industry)**	**สมรรถนะเฉพาะทาง (Specific Competency)**
		6. ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษและประสบการณ์เฉพาะตัว (exclusive experiences) 7. ความรู้เกี่ยวกับสัญญาและข้อกำหนดทางธุรกิจกับซัพพลายเออร์ 8. ความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในงานอีเวนต์และการสร้างประสบการณ์ดิจิทัล 9. ความรู้ด้านการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) 10. ความรู้เกี่ยวกับเทรนด์โซเชียลมีเดียและการสร้างคอนเทนต์ที่น่าแชร์
S = Skill (ทักษะ) ความสามารถในการปฏิบัติงานหรือทำกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างเชี่ยวชาญ	การวางแผนและจัดการโครงการ ทักษะการประสานงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ทักษะการใช้เทคโนโลยี ทักษะการใช้ภาษาไทยและอังกฤษในการสื่อสาร ได้คล่อง การวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญ การบริหารเวลา การบริหารงบประมาณ การนำเสนอและสื่อสาร การใช้โปรแกรมออกแบบเบื้องต้น การทำรายงานและสรุปผล และการใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย	1. ทักษะการวางแผนและประสานงานกิจกรรมเชิงประสบการณ์ 2. ทักษะการจัดการระบบลงทะเบียนและฐานข้อมูลผู้เข้าร่วม 3. ทักษะการจัดเตรียมพื้นที่บูธและบริหารจัดการอุปกรณ์แสดงสินค้า 4. ทักษะการจัดหาและเลือกที่พักสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มเป้าหมาย 5. ทักษะการจัดการการเดินทางสำหรับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม 6. ทักษะการเจรจาต่อรองสัญญากับซัพพลายเออร์ 7. ทักษะการติดต่อประสานงานกับผู้ให้บริการกิจกรรม• พิเศษ 8. ทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสบการณ์การเดินทาง

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

ตารางที่ 1 สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงาน (ต่อ)

กรอบสมรรถนะ KSA Model	**สมรรถนะหลัก (Core Competency) ของตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ ในสายอาชีพการจัดงานแสดงสินค้า (Project Coordinator in Exhibition Industry)**	**สมรรถนะเฉพาะทาง (Specific Competency)**
		9. ทักษะการสร้างเครือข่ายและการรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ 10. ทักษะการสื่อสารและประสานงานหลายฝ่าย 11. ทักษะการจัดการเวลาและลำดับความสำคัญ 12. ทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า • ทักษะการสร้างคอนเทนต์และช่วงโมเมนต์สำหรับโซเชียลมีเดีย
A = Abilities (ความสามารถ) ศักยภาพหรือแนวโน้มที่จะเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ	วางแผนและติดตามกำหนดการโครงการตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้น ประสานงานกับลูกค้า ผู้จัด ผู้ให้บริการ และทีมภายใน สื่อสารกับคนต่างชาติและเข้าใจ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม เจรจาต่อรองกับซัพพลายเออร์และพาร์ทเนอร์ จัดการการสื่อสารในสถานการณ์ฉุกเฉิน การจัดการระบบจัดการงานอีเวนต์ด้วยเทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน วิเคราะห์ผลลัพธ์และ ROI ของโครงการ เข้าใจการจัดการสถานที่และข้อกำหนดต่างๆ จัดการการขนส่ง ที่พัก และบริการต่างๆ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง การจัดงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จัดการงานแบบออนไลน์และผสมผสาน ใช้เทคโนโลยี AI ช่วยในการวางแผนและจัดการ การออกแบบงานที่ยั่งยืน ปรับตัวได้เร็วเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว เข้าใจและเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรม จัดการการขนส่ง ที่พัก และบริการต่างๆ ความรู้	1. ความละเอียดรอบคอบและใส่ใจในรายละเอียด (Detail-oriented) 2. ความสามารถในการทำงานหลายอย่างพร้อมกัน (Multi-tasking) 3. ความยืดหยุ่นและปรับตัวได้ดี (Flexibility & Adaptability) 4. ความเป็นมืออาชีพและน่าเชื่อถือ (Professionalism & Reliability) 5. ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & Innovation) 6. ความสามารถในการทำงานภายใต้แรงกดดัน (Work under pressure) 7. ความเป็นผู้นำและการทำงานเป็นทีม (Leadership & Teamwork) 8. ทักษะการสังเกตและความไวต่อความต้องการของลูกค้า (Customer sensitivity) 9. ความมีระเบียบและเป็นระบบ (Organized & Systematic)

ตารางที่ 1 สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงาน (ต่อ)

กรอบสมรรถนะ KSA Model	สมรรถนะหลัก (Core Competency) ของตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ ในสายอาชีพการจัดงานแสดงสินค้า (Project Coordinator in Exhibition Industry)	สมรรถนะเฉพาะทาง (Specific Competency)
	เกี่ยวกับกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง การจัดงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และจัดการงานแบบออนไลน์และผสมผสาน	10. ความกระตือรือร้นและมีพลัง (Proactive & Energetic)
A = Attitude (ทัศนคติ) คือ ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นไปในทางบวก ทางลบ หรือเป็นกลางก็ได้ ทัศนคติเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ ในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างๆ	ความยืดหยุ่นและรับแรงกดดันได้ ความเป็นมืออาชีพและมีความรับผิดชอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ทัศนคติเชิงบวก ความละเอียดรอบคอบ ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถปรับตัว การมีใจรักงานบริการ และความสามารถในการเรียนรู้จากความผิดพลาด	1. ทัศนคติเชิงบวกต่อการให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ 2. ความมุ่งมั่นในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับพันธมิตรทางธุรกิจ (โรงแรม รีสอร์ท ซัพพลายเออร์) 3. ทัศนคติแบบเปิดกว้างต่อเทคโนโลยีใหม่และนวัตกรรม 4. ความใส่ใจและเอาใจใส่ต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Customer-centric mindset) 5. ทัศนคติที่มุ่งเน้นผลลัพธ์และความสำเร็จของงาน (Result-oriented) 6. ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่และพัฒนาตนเอง (Growth mindset) 7. ทัศนคติที่เป็นมิตรและสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน 8. ความรับผิดชอบและความตั้งใจในการทำงานให้ดีที่สุด (Commitment to excellence) 9. ทัศนคติในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Solution-focused attitude) 10. การให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่แชร์ได้และสร้างคุณค่า

วัตถุประสงค์ที่ 2 แนวทางการพัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง งานวิจัยเสนอแนะการพัฒนาหลักสูตรใน 5 มิติหลัก ประกอบด้วย 1) มิติเนื้อหาหลักสูตร บูรณาการทักษะดิจิทัล เทคโนโลยีสมัยใหม่ และความยั่งยืน เพิ่มเนื้อหา Event Technology, Marketing Analytics และ Green Event Management 2) มิติการเรียนการสอน ใช้ Project-based Learning และ Problem-based Learning เพิ่มสัดส่วนการฝึกปฏิบัติจริงเป็น 60-70% ของหลักสูตร 3) มิติความร่วมมือภาคอุตสาหกรรม จัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษา พัฒนาโครงการสหกิจศึกษาอย่างน้อย 1 ภาคการศึกษา และสร้างเครือข่าย Industry Partners 4) มิติการพัฒนาอาจารย์ จัดอบรมเชิงลึกด้านเทคโนโลยีใหม่ ส่งเสริมให้มีประสบการณ์จากภาคอุตสาหกรรม และพัฒนางานวิจัยประยุกต์ และ 5) มิติการประเมินผล ใช้ระบบประเมินสมรรถนะจริง ประเมินโดยผู้ประกอบการร่วมด้วย และติดตามผลการมีงานทำของบัณฑิต ข้อเสนอแนะหลัก คือการพัฒนาหลักสูตรแบบโมดูลที่ยืดหยุ่น เน้น Work-Integrated Learning (การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงตลอดหลักสูตร) พัฒนาภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจ (ESP) บูรณาการเทคโนโลยี AI และความยั่งยืน และสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ประเด็นที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงานในอาชีพการจัดการแสดงสินค้าตามความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะของตำแหน่ง Project Coordinator ประกอบด้วยมิติหลักด้านความรู้ ทักษะ ความสามารถ และทัศนคติ โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับสมรรถนะเชิงพฤติกรรมและเชิงปฏิบัติ เช่น ทัศนคติด้านการบริการ ความสามารถในการปรับตัว และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มากกว่าความรู้เชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพรชัย มงคลวนิช (2565) ที่ระบุว่าบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องมีสมรรถนะเชิงปฏิบัติและคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมเป็นฐานสำคัญในการปฏิบัติงานจริง โดยเฉพาะในบริบทของงานบริการที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์ไม่แน่นอนและความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวนมาก

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นในกระบวนการทำงานของ Project Coordinator ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่กำลังปรับตัวสู่รูปแบบดิจิทัลและไฮบริด (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2566) และสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาทักษะเพื่อรองรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกระทรวงศึกษาธิการ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2566) ที่เน้นการพัฒนาทักษะดิจิทัลและสมรรถนะศตวรรษที่ 21 ของกำลังคน ดังนั้น ผลการวิจัยจึงชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การพัฒนาบุคลากรไมซ์ไม่สามารถแยกการพัฒนาทักษะมนุษย์ออกจากทักษะเทคโนโลยีได้ แต่ต้องบูรณาการทั้งสองมิติร่วมกัน

ประเด็นที่ 2 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาหลักสูตรระดับอาชีวศึกษาประกาศนียบัตรชั้นสูง (ปวส.) ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

ผลการวิจัยพบว่า หลักสูตรระดับ ปวส. ในปัจจุบันยังมีช่องว่างระหว่างโครงสร้างการเรียนการสอนกับความต้องการของสถานประกอบการ โดยเฉพาะด้านการฝึกปฏิบัติจริงและการเชื่อมโยงกับบริบทการทำงานในอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ สมชาย ศรีสุข (2563, 45-49) และ วรรณดี นาคสุขปาน และคณะ (2565) ที่เสนอว่าหลักสูตรไมซ์ควรเพิ่มสัดส่วนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบทวิภาคีหรือ Work-integrated Learning เพื่อให้ผู้เรียนมีสมรรถนะพร้อมทำงานทันทีหลังสำเร็จการศึกษา

ขณะเดียวกัน ผลการวิจัยยังสะท้อนความจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตรให้รองรับเทคโนโลยีดิจิทัล ความยั่งยืน และรูปแบบการจัดงานสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาหลักสูตรอาชีวศึกษาในยุคดิจิทัล (วิชัย วงษ์ใหญ่, 2564) และแผนพัฒนาการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2566–2570 ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2566) ที่เน้นการบูรณาการเทคโนโลยี นวัตกรรม และความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมเป็นกลไกหลักในการพัฒนากำลังคน นอกจากนี้ การจัดตั้งกลไกความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและผู้ประกอบการ เช่น คณะกรรมการที่ปรึกษาอุตสาหกรรมและโครงการพี่เลี้ยง ยังสอดคล้องกับข้อเสนอของ สถาบันพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมไมซ์ (2566) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมของภาคอุตสาหกรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพกำลังคนไมซ์อย่างยั่งยืน

สรุป (Conclusion)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงานในอาชีพการจัดการแสดงสินค้าตามความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย และเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาหลักสูตรระดับอาชีวศึกษาประกาศนียบัตรชั้นสูง (ปวส.) ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ประสานงานในอาชีพการจัดงานแสดงสินค้าตามความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย สามารถวิเคราะห์ได้ตามกรอบสมรรถนะ KSA Model 4 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 ด้านความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วยสมรรถนะหลัก ได้แก่ ความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ความรู้เฉพาะสาขา การจัดซื้อจัดจ้าง การตลาด กฎหมายเบื้องต้น และความยั่งยืน และสมรรถนะเฉพาะทาง 9 ด้าน ได้แก่ ระบบลงทะเบียนและการจัดการฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมงาน โลจิสติกส์งานแสดงสินค้า การจัดการที่พักและการเดินทาง กิจกรรมพิเศษและประสบการณ์เฉพาะตัว สัญญาและข้อกำหนดทางธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล การตลาดเชิงประสบการณ์ และเทรนด์โซเชียลมีเดีย

มิติที่ 2 ด้านทักษะ (Skills) ประกอบด้วยสมรรถนะหลัก ได้แก่ การวางแผนและจัดการโครงการ การประสานงาน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การใช้เทคโนโลยี และภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจ และสมรรถนะเฉพาะทาง 13 ด้าน ได้แก่ การวางแผนและประสานงานกิจกรรมเชิงประสบการณ์ การจัดการระบบลงทะเบียน การจัดเตรียมพื้นที่บูธ การจัดหาที่พัก การจัดการการเดินทาง การเจรจาต่อรองสัญญา การประสานงานกับผู้ให้บริการ การใช้เทคโนโลยี การสร้างเครือข่าย การสื่อสารหลายฝ่าย การจัดการเวลา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการสร้างคอนเทนต์โซเชียลมีเดีย

มิติที่ 3 ด้านความสามารถ (Abilities) ประกอบด้วยสมรรถนะหลัก ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูล การเจรจาต่อรอง การจัดการความเสี่ยง และการใช้เทคโนโลยี AI และสมรรถนะเฉพาะทาง 10 ด้าน ได้แก่ ความละเอียดรอบคอบ การทำงานหลายอย่างพร้อมกัน ความยืดหยุ่นและปรับตัวได้ดี ความเป็นมืออาชีพ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การทำงานภายใต้แรงกดดัน ความเป็นผู้นำและการทำงานเป็นทีม ความไวต่อความต้องการของลูกค้า ความเป็นระบบ และความกระตือรือร้น

มิติที่ 4 ด้านทัศนคติ (Attitudes) ประกอบด้วยสมรรถนะหลัก ได้แก่ ความยืดหยุ่น ความเป็นมืออาชีพ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และจิตบริการ และสมรรถนะเฉพาะทาง 10 ด้าน ได้แก่ ทัศนคติเชิงบวกต่อการให้บริการ ความมุ่งมั่นสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตร การเปิดกว้างต่อเทคโนโลยีใหม่ ความเอาใจใส่ลูกค้า การมุ่งเน้นผลลัพธ์ ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ ความเป็นมิตร ความรับผิดชอบ การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างประสบการณ์ที่แชร์ได้

ข้อค้นพบสำคัญ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทัศนคติ โดยเฉพาะ Service Mind มากที่สุด และระบุว่าการขาดประสบการณ์จริงเป็นข้อจำกัดสำคัญของบุคลากรใหม่ นอกจากนี้ ทักษะภาษาอังกฤษและการใช้เทคโนโลยี AI เป็นสมรรถนะที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นในอนาคต

งานวิจัยเสนอแนะให้สถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรแบบโมดูลที่ยืดหยุ่น เน้น Work-integrated Learning โดยเพิ่มสัดส่วนการฝึกงาน 60-70% พัฒนาภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจ บูรณาการเทคโนโลยี AI และความยั่งยืน พร้อมสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการผ่าน Industry Advisory Board และ Mentorship Program การดำเนินการตามข้อเสนอแนะนี้จะช่วยลดช่องว่างระหว่าง Supply Side และ Demand Side และยกระดับคุณภาพบุคลากรไมซ์ของประเทศไทยให้แข่งขันได้ในระดับสากลอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *นโยบาย 1 ครอบครัว 1 Soft Power.* กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2566). *นโยบายการพัฒนาทักษะและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์.* กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

พรชัย มงคลวนิช. (2565). *การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์: กรณีศึกษาประเทศไทย.* วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 18(2), 45-62.

วรรณดี นาคสุขปาน และคณะ. (2565). *แนวทางการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีเพื่อผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์.* วารสารวิชาการอาชีวศึกษาและเทคโนโลยี, 11(3), 78-92.

วิชัย วงษ์ใหญ่. (2564). *การพัฒนาหลักสูตรอาชีวศึกษาในยุคดิจิทัล (พิมพ์ครั้งที่ 2).* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิภาวี ศรีคะ และ สมชาย เลิศภิรมย์สุข. (2565). *การพัฒนาหลักสูตรไมซ์ในยุคดิจิทัล.* วารสารการจัดการสมัยใหม่, 15(2), 156-173.

สมชาย ศรีสุข. (2563). *การพัฒนาหลักสูตรไมซ์ในระดับอาชีวศึกษา.* วารสารวิจัยการศึกษา, 12(4), 45–59.

สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน). (2566b). *มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดประชุมและนิทรรศการ.* กรุงเทพฯ: สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ.

สถาบันพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมไมซ์. (2566). *รายงานการศึกษาความต้องการบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์.* กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2566). *การศึกษาแนวทางการยกระดับคุณภาพการอาชีวศึกษาของประเทศไทย.* กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2566). *รายงานการศึกษาวิจัยการพัฒนาหลักสูตรอาชีวศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรม.* กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย. (2566). *รายงานประจำปี 2566. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย.*

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2566). *แผนพัฒนาการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2566–2570*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2566b). *ยุทธศาสตร์ TCEB Go: ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยสู่ความยั่งยืน.* กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.

เรียงตามลำดับอักษร A–Z ได้ดังนี้

Becker, G. S. (1993). *Human capital: A theoretical and empirical analysis with special reference to education (3rd ed.).* Chicago: University of Chicago Press.

Candy, P. C. (1991). *Self-direction for lifelong learning: A comprehensive guide to theory and practice.* San Francisco: Jossey-Bass.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.).* Thousand Oaks, CA: Sage.

Dale, C., & Robinson, N. (2001). *The theming of tourism education: A three-domain approach. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 13(1), 30–34.*

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). *How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability.* Field Methods, 18(1), 59–82.

Kim, H. J., McCleary, K. W., & Kaufman, T. (2010). *The moderate role of student–teacher interaction on the relationship between learning motivation and course outcomes in online tourism and hospitality courses.* Journal of Teaching in Travel & Tourism, 10(3), 279–296.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry. Beverly Hills, CA: Sage.*

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2022). *Education for a sustainable future.* Paris: OECD Publishing.

Spady, W. G. (1994). *Outcome-based education. American Association of School Administrators.*

Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). (2021). Thailand MICE industry career path and competency framework. Bangkok: TCEB.

World Economic Forum. (2023). *The future of jobs report 2023.* Geneva: World Economic Forum.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

An Empirical Survey of Chinese Learners' Use of Near-Synonymous Verbs: "发生", "产生" and "出现" of Thai CFL Learners in Sirithep Foreign Language School, Chiang Mai Province

Hongmei Qin[1*], Harnchai Chaitusaney[2] and Apinya Songsaksakul[3]

[1] Independent scholar

99/3, Moo 1, Soi Kosiew–Huay Kaew, Chang Phueak Sub-district, Mueang District, Chiang Mai 50300, Thailand

[2] Department of Foreign Languages for Business, Faculty of Business Administration, The Far Eastern University

120 Mahidol Road, Haiya Sub-district, Mueang District, Chiang Mai, 50100, Thailand

[3] Independent Scholar

338/4 (26) Mahai Sawan Road, Near Krungthep Bridge, Bang Kho Laem District, Bangkok, 10120, Thailand

***Received**: December 29, 2025* ***Revised**: February 25, 2026* ***Accepted**: March 4, 2026*

Abstract

The Chinese words "发生," "产生," and "出现" are commonly used near-synonymous verbs, which often cause confusion for learners of Chinese as a foreign language. This study aims to (1) investigate the overall usage of 发生, 产生, and 出现 by Thai learners of Chinese at Sirithep School in Chiang Mai Province, (2) analyze common error types related to semantic understanding, collocation, and contextual appropriateness, and (3) propose pedagogical suggestions for teaching these verbs. The participants were drawn from a population of 115 Thai secondary-school learners who had received systematic Chinese instruction. Using a simple random sampling method, 20% of the total population (n = 23) were selected as the

* Corresponding Author

E-mail: hongmei@feu.ac.th

sample. Data were collected using a researcher-designed questionnaire consisting of 13 items, including multiple-choice, true–false, and sentence-construction tasks,and analyzed using quantitative and qualitative methods. The results show that learners confuse these words in actual usage. The main types of errors include inappropriate collocations, unclear semantic understanding, and inappropriate use in pragmatic contexts. These errors are mainly caused by negative transfer from the learners' native language, insufficient distinction of word meanings, and limited explanation of usage in classroom teaching. The findings further suggest that learners' difficulties reflect incomplete form–meaning mapping and underspecified lexical-semantic representations in second language acquisition.

Keywords

fasheng发生, chansheng产生, chuxian出现, Near-synonymous verbs, error analysis, Thai CFL learners.

Introduction

Vocabulary competence is a fundamental component of Chinese as a foreign language (CFL) learning, as it directly affects learners' comprehension and production in both spoken and written communication. Compared with grammatical structures, vocabulary usage often presents greater challenges for learners, especially when dealing with words that are semantically similar but differ in collocation, pragmatic function, and contextual constraints. Such difficulties are particularly evident in the acquisition of near-synonymous verbs (Guo, 1988).

In the field of Teaching Chinese as a Foreign Language, the term "near-synonymous verbs" refers to lexical items that share similar core meanings but differ in semantic focus, collocational patterns, syntactic constraints, or pragmatic usage. Unlike absolute synonyms, near-synonymous verbs cannot be used interchangeably in all contexts. Their differences are often subtle and involve distinctions such as causality, event structure, semantic prosody, or perceptual salience. Due to these subtle distinctions, near-synonymous verbs are widely recognized as a major source of lexical difficulty for CFL learners.

The near-synonymous verbs "发生," "产生," and "出现" are high-frequency words in modern Chinese and are widely used in daily communication and written discourse. All three verbs denote the coming into existence of an event or phenomenon. However, they differ

systematically in semantic emphasis: "发生" typically focuses on the occurrence of an event, often unexpected or noteworthy; "产生" emphasizes causality and the generation of a result; and "出现" highlights emergence or perceptibility. These distinctions are reflected in their collocational patterns and contextual constraints. (Wu, et al., 2023).

According to the "International Standards for Chinese Proficiency in Chinese Education," "出现"is a Level 2 vocabulary word, while "产生"and "发生" are Level 3 vocabulary words. Levels 1, 2, and 3 all belong to the "beginner" level, which is crucial for foreign learners to engage in effective social interaction (Alanazi, 2022). Since these verbs are introduced at early stages of instruction, learners may develop incomplete or oversimplified understandings that persist into higher proficiency levels if distinctions are not clearly taught (Yang, M. 2022).

From a cross-linguistic perspective, the influence of learners' first language may further intensify this difficulty. When lexical distinctions in Chinese correspond to overlapping equivalents in Thai, learners may rely on direct translation strategies rather than semantic differentiation.

After consulting a "*Chinese–Thai dictionary*", it was found that "发生" can be translated as "เกิดขึ้น", "产生" can be translated as "ก่อให้เกิด" or "ทำให้เกิด", and "出现" can be translated as "เกิดขึ้น" or "ปรากฏ". Notably, both "发生" and "出现" can correspond to the same Thai word "เกิดขึ้น" in many contexts. This semantic overlap may encourage learners to treat these verbs as interchangeable, thereby leading to negative language transfer and inappropriate substitution in actual language production.

Previous studies on Chinese near-synonymous verbs can be roughly grouped into three categories. First, linguistic studies have examined semantic features, argument structures, and syntactic constraints of verbs such as "发生," "产生," and "出现" (Li, 1986; Gao, 2021; SASING, 2025). These studies provide valuable theoretical insights but focus mainly on structural description rather than learner performance.

Second, research from the perspective of second language acquisition has documented learners' error patterns and identified causes such as negative transfer, insufficient semantic differentiation, and limited instructional input (Zhao & Hong, 2009; Yang, 2004; Wang et al., 2018). However, many of these studies emphasize error classification without systematic pedagogical implications (Li, Y. 2021).

Third, although some research has discussed Thai learners' difficulties with Chinese near-synonymous verbs (Chavanatnusorn, 2019, 1–18, Chen, 2019), empirical investigations specifically targeting "发生," "产生," and "出现" among Thai secondary-school learners remain limited.

Through reviewing and synthesizing relevant domestic and international literature, it was found that existing studies mainly focus on Chinese language teaching methods and learning strategies, with most studies taking native speakers as research subjects (Hou,2023). Previous research on second language acquisition has shown that lexical errors involving near-synonymous are influenced by multiple factors, including negative transfer from the learners' native language, insufficient semantic differentiation, and limited instructional input, (Ma, 2022, 78-84). For Thai learners of Chinese, the problem may be intensified by the fact that corresponding Thai verbs can often be used interchangeably across contexts, which may lead learners to overlook subtle distinctions in Chinese usage. However, despite the pedagogical importance of these verbs, empirical studies focusing specifically on the use of "发生," "产生," and "出现"by Thai learners remain relatively scarce, (Zhao, et al., 2024, 49-69).

Therefore, several research gaps can be identified. First, there is a lack of empirical studies focusing on Thai CFL learners at the secondary-school level. Second, few studies integrate semantic analysis, learner error classification, and pedagogical implications within a unified analytical framework. Third, limited attention has been given to how cross-linguistic semantic overlap between Chinese and Thai contributes to learners' confusion.

Objectives

1. To investigate the overall usage of the near-synonymous verbs "发生," "产生," and "出现"by Thai CFL learners at Sirithep School, Chiang Mai province.
2. To analyze the main types of errors made by learners in using the near-synonymous verbs "发生," "产生," and "出现" including errors in semantic understanding, collocation, and pragmatic context.
3. To propose pedagogical suggestions for teaching the near-synonymous verbs "发生," "产生," and "出现" based on the findings of the study.

Review of Literature

1. Definition of the near-synonymous verbs

In the field of Teaching Chinese as a Foreign Language, the term near-synonymous verbs refer to lexical items that share similar core meanings but differ in semantic focus, collocational patterns, syntactic constraints, or pragmatic usage. Unlike absolute synonyms, near-synonymous verbs cannot be used interchangeably in all contexts. (Yang, 2004, 96-104).

It should be noted that previous studies sometimes use the broader term "synonyms" without strictly distinguishing it from "near-synonymous". In the present study, the term near-synonymous verbs are adopted to emphasize subtle semantic and contextual differences that may cause difficulty for second language learners.

2. Linguistic Studies on Chinese Near-synonymous verbs

Near-synonymous verbs in Chinese have long been recognized as a challenging area in vocabulary acquisition. For native speakers, distinctions among similar words can often be made intuitively; however, such distinctions pose significant challenges for foreign language learners. Scholars have pointed out that errors related to the near-synonymous verbs are not limited to semantic confusion but also involve grammatical and pragmatic dimensions (Zhao & Hong, 2009).

From a linguistic perspective, previous studies have examined the near-synonymous verbs in terms of semantic features, argument structures, and syntactic constraints. For example, Li (1986), Gao (2021) and SASING (2025) conducted structural and semantic analyses of verbs such as "发生," "产生," and "出现." These studies reveal that although such verbs share the general meaning of "coming into being" they differ in semantic focus and usage conditions.

Lin Lixiu (2022) examined the treatment of "出现"-type verbs in learner-oriented Chinese dictionaries and found that existing reference tools often provide insufficient explanations for distinguishing near-synonymous.

While these linguistic studies provide valuable theoretical foundations for distinguishing the near-synonymous verbs, they primarily remain within the internal linguistic system and pay limited attention to second language learners' actual usage.

3. Learner Error Studies and Thai CFL Context

Research from the perspective of second language acquisition has focused on learner errors involving near-synonymous verbs. Yang (2004) noted that once learners acquire basic grammar and vocabulary, confusion among near-synonymous verbs becomes a prominent difficulty. Zhao and Hong (2009) identified both semantic and grammatical error types, attributing them to factors such as negative transfer, insufficient semantic differentiation, and inadequate instructional explanation.

Pannika Chavanatnusorn (2019, 1–18) specifically examined Thai learners' errors in Chinese synonymous verbs and found that errors can generally be categorized into semantic errors and grammatical errors. The main causes include mother tongue influence, target language knowledge, teacher instruction, textbooks, and learners' proficiency levels (Ma, 2022, 78-84).

Although these studies effectively document common error patterns, most remain descriptive in nature and lack an integrated framework that systematically connects semantic distinctions, cross-linguistic influence, and pedagogical application. In addition, empirical research targeting Thai secondary-school learners remains relatively limited.

4. Lexical-semantic Distinctions among "发生," "产生," and "出现"

Previous studies have analyzed the semantic distinctions among "发生," "产生," and "出现" from lexical and structural perspectives. "Modern Chinese Dictionary" definitions generally indicate that all three verbs denote the coming into existence of an event or phenomenon. However, researchers have noted differences in semantic focus:

"发生" refers to the appearance of something or a phenomenon from nothing, often used for specific events, accidents, or changes.

"产生" highlights causal relationships and generative processes.

"出现" focuses on emergence or perceptibility

Such distinctions suggest that confusion among these verbs is not merely a matter of basic meaning but involves subtle differences in semantic orientation and collocational preference (Lertcharoenwanich, 2023, 365-383). Near-synonymous verbs "发生," "产生," and "出现" can be collectively referred to as "appearance" verbs. This category of verbs is a small subcategory of latent verbs in Chinese (Li, 1986) and can form a formal existential sentence structure, the "appearance sentence." The previous studies of , Li (1986), Yang, (2017), WANG, (2021)and SASING, (2025) have extensively examined existential sentences in Chinese.

Nevertheless, most existing analyses concentrate on theoretical description rather than empirical investigation of learner performance.

5. Research Gaps

Despite extensive linguistic research, learner-based empirical studies remain limited, existing studies tend to focus on well-known synonym pairs, while systematic investigations of high-frequency verbs such as "发生," "产生," and "出现" remain limited. These verbs are commonly used in academic texts and formal registers, yet their distinctions are often under explored. Many previous studies rely heavily on dictionary definitions or intuition-based analysis, with relatively few adopting a comprehensive framework that integrates semantic, collocational, and pedagogical perspectives. As a result, the findings are sometimes insufficient to inform classroom practice directly, few studies focus specifically on Thai secondary-school learners, whose learning background and cross-linguistic context may differ from university-level learners commonly studied. Existing research often separates semantic analysis from pedagogical application. There is a lack of a unified framework that integrates lexical-semantic features, learner error patterns, and instructional implications.

Pedagogical studies in Teaching Chinese as foreign language, such as those by Wang Rongshan (2020), Zhou Rongcun (2021), and Hou, (2023), attempt to integrate linguistic analysis and learner error research to explore instructional strategies for confusing words (Lai, 2022). These studies generally agree that teaching near-synonymous should not rely solely on definitional explanations, but should instead employ contrastive analysis, contextualized input, and practice activities to help learners acquire appropriate usage. However, many of these studies are based on small-scale teaching experiments and lack explicit theoretical frameworks or clearly articulated instructional models.

In response to these gaps, the present study investigates Thai CFL learners at Sirithep School in Chiang Mai province and examines their usage of the near-synonymous verbs "发生," "产生," and "出现" by analyzing learners' usage patterns, error types, and contextual appropriateness through questionnaires. The study aims to identify the main causes of misuse and to explore the influence of native language transfer and instructional factors. The findings are expected to provide empirical evidence for improving the teaching of near-synonymous verbs in CFL classrooms and to contribute to both theoretical discussion and pedagogical practice in the Thai context.

In summary, previous studies have explored near-synonymous verbs such as "发生," "产生," and "出现" from multiple perspectives. First, linguistic studies mainly focus on semantic features, argument structures, and syntactic constraints of near-synonymous verbs. For example, Gao Zailan (2021,1-8) and Liao Yong (2019) conducted comparative analyses of "发生," "产生," and "出现" from the perspectives of argument roles and semantic restrictions.

Research Methodology

1. Research Participants

The population of this study was Thai CFL learners at Sirithep School in Chiang Mai province, with a total of 115 students. The population consisted of Thai native speakers who are studying Chinese as a foreign language at the secondary school level. Using a random sampling method, 23 out of the 115 students were selected as the research sample (20% of the total population). During the sampling process, all learners were first assigned identification numbers, and the research subjects were then determined through a random number selection procedure to ensure the randomness of the sampling process. All participants had had studied Chinese for at least one academic semester.

2. Research Instrument

This study employed a questionnaire as the research instrument. The questionnaire was designed to investigate learners' usage of the three Near-synonymous verbs "发生," "产生," and "出现". The test items focused on learners' understanding of word meanings, collocational choices, and selection of appropriate verbs in given contexts.

All test items of questionnaire were drawn from the HSK Corpus (https://hsk.blcu.edu.cn). The three target words occurred with relatively balanced frequency. The instrument aimed to examine learners' awareness of the distinctions among the three verbs.

The contents of the questionnaire are presented in 3 sections. In the first section 5 consists of multiple-choice items: participants are required to select the appropriate word from the three near-synonymous verbs according to the given context. The second section consists of 5 judgment (true–false) questions: in which complete sentences are provided, and participants are asked to determine whether the underlined word is used correctly or not, the underlined words are the three near-synonymous verbs. The third section is a sentence-

production task: in which participants are required to construct sentences using each of the three Near-synonymous verbs respectively.

Scoring Criteria: The total possible score was 13 points. Each multiple-choice and judgment item was worth 1 point. Each sentence-production task was scored on a 0–1 scale: one point for correct verb selection and for contextual and grammatical appropriateness. sentence-production responses were scored by the two Chinese teachers.

3. Data Collection Procedure

The questionnaire was conducted during regular class time and administered by the researcher. All participants completed the questionnaire individually within a fixed time limit. The questionnaire took approximately 15 minutes to complete. Data collection was conducted between September 15 and 22, 2025. Prior to participation, participants were informed of the purpose of the study and the nature of the questionnaire. Participants were voluntary and their parents prior to data collection, and responses were collected anonymously, no personal identifying information was collected. All responses were coded numerically during data processing. Participants were also informed that they had the right to withdraw from the study at any time without penalty. After collection, the questionnaires were checked, and invalid responses were excluded to ensure the accuracy and reliability of the data.

Incomplete questionnaires were excluded from the analysis based on the following criteria: failure to complete more than 30% of the items, or invalid responses, such as failure to use the target verbs as required in the sentence-production tasks.

4. Data Analysis

Both quantitative and qualitative methods were used for data analysis. Quantitative analysis was applied to calculate the accuracy rates and error rates in learners' responses to each verb. Descriptive statistical methods were used to calculate frequency, percentage, mean, and standard deviation, to present learners' overall mastery of the three target verbs by Excel. Qualitative analysis was then conducted to classify common error types and to examine learners' difficulties in terms of semantic understanding, collocation, and contextual usage. The findings were analyzed using content analysis to examine learners' use of the target verbs in sentence production, with error types categorized into semantic misuse, collocational errors, grammatical errors, and contextual inappropriateness and summarized.

5. Reliability and Validity

The content validity of the questionnaire was established by designing all items in accordance with the research objectives and the theoretical distinctions among the three target verbs. In addition, three types of tasks context-based word selection, judgment tasks, and sentence production tasks were included to assess learners' comprehension, awareness, and productive use of the target verbs, ensuring adequate coverage of the construct under investigation. Thereby contributing to the representation of the construct under investigation. The inclusion of multiple task types was intended to capture different dimensions of learners' knowledge, including recognition, evaluation, and production.

And the three near-synonymous verbs occurred with balanced frequency across the test items. In the multiple-choice and judgment sections (10 items in total) items were designed to test receptive discrimination, semantic judgment, and productive use of the target verbs. Each verb appeared in roughly three out of ten items. In the sentence-production section, each verb was required once, accounting for one-third of the production tasks.

For the sentence-production tasks, a predefined scoring rubric was developed prior to analysis. Each response was evaluated based on correct verb usage and contextual appropriateness to ensure scoring consistency. Two independent raters evaluated the responses, and inter-rater agreement reached 0.87.

all items in the initial pool were selected from the HSK corpus (15 items in total). Subsequently, the questionnaire was evaluated by three Chinese language teachers with over three years of teaching experience. The three experts conducted the evaluation independently to avoid potential bias or mutual influence. After the initial round of independent ratings, the results were compiled and analyzed by the researcher. Items that did not fully meet the predefined criteria were identified for revision. A summary of the evaluators' comments was then shared with the experts, and minor revisions were made accordingly. In cases where discrepancies occurred, follow-up communication was conducted to clarify evaluative differences and reach consensus. A second confirmation was obtained to ensure that all retained items met the established relevance threshold prior to final inclusion. The researcher was responsible for consolidating the evaluators' feedback, documenting revisions, and ensuring that all modifications aligned with the intended construct definitions.

Prior to evaluation, a structured evaluation form with predefined criteria was developed. Each item was rated on a 4-point relevance scale (1 = not relevant, 2 = somewhat

relevant, 3 = quite relevant, 4 = highly relevant) across three dimensions: (a) clarity of wording, (b) contextual appropriateness, and (c) alignment with the intended semantic distinctions. The item-level Content Validity Index (I-CVI) was calculated by dividing the number of experts assigning a rating of 3 or 4 by the total number of experts. Only items that achieved an I-CVI of 1.00 were retained. As a result, 10 items met the predefined criteria and were included in the final questionnaire.

To ensure procedural consistency, the questionnaire was administered during regular class time under standardized conditions. All participants completed the instrument within the same time limit in 15 minutes, received identical instructions and were not allowed to consult dictionaries. The scoring procedures were applied uniformly to all responses.

Research Results

This study investigated Thai CFL learners' use of the three near-synonymous verbs "发生," "产生," and "出现" through a questionnaire which was administered to students at Sirithep School in Chiang Mai province. A total of 23 valid questionnaires were collected.

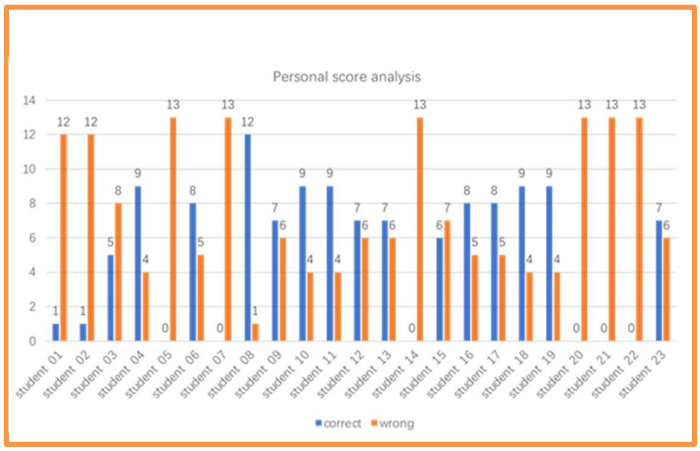


Figure 1: Personal score

The overall results presented in Figure 1 indicate that learners experience varying degrees of difficulty in distinguishing among these verbs and using them appropriately in context. For the purpose of analysis, "demonstrating difficulty" was operationally defined as obtaining an accuracy rate below 60% on the objective items. Based on this criterion, A majority of learners (approximately 92%) scored below the 60% accuracy threshold. Accuracy

rate was calculated by dividing the number of correct responses by the total number of responses and multiplying by 100%. It should be noted that this percentage refers to overall performance rather than isolated errors on individual items, in order to avoid overgeneralization.

This finding suggested that learners' lexical and semantic competence with respect to near-synonymous verbs remains unstable, particularly with respect to verbs that are similar in meaning but differ in usage, collocation, or contextual constraints. The results may indicate reliance on partial semantic understanding or translation-based strategies, which can lead to incorrect or inappropriate verb choices. These difficulties may affect learners' accurate accurate verb selection in context.

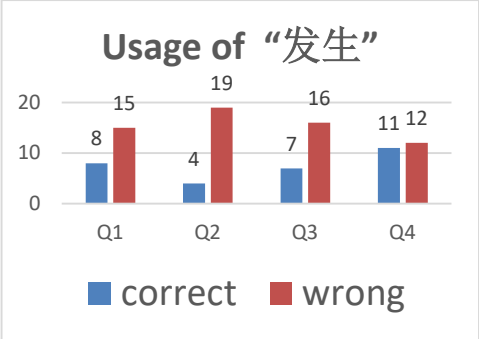


Figure 2 Usage of "发生"

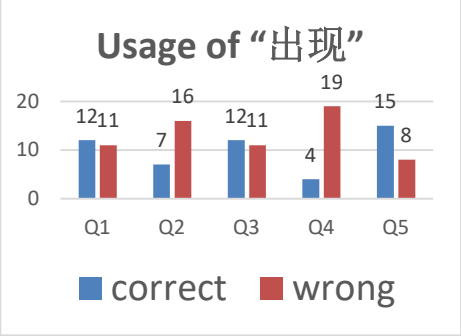


Figure 3 Usage of "出现"

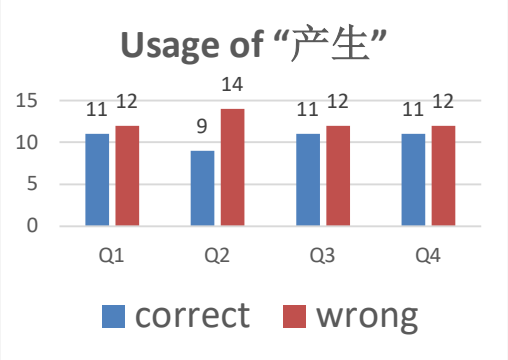


Figure 4 Usage of "产生"

The results indicate that the accuracy rate of 发生 was lower than that of 产生 and 出现, as illustrated in Figures 2, 3, and 4. More than half of participants selected an incorrect verb in these items, despite 发生 being the target answer in the four items.

This pattern suggests a strong tendency among learners to overuse 发生, treating it as a default verb when describing events, situations, or changes. In many cases, learners appeared to overgeneralize its meaning and apply it across a wide range of contexts where 出现 or 产生 would be more semantically appropriate.For example, in Item 5 of the multiple-choice questions, which involved describing an accident, 35% of the participants choose 发生, even though 出现 was the correct target answer. This result indicates that learners may not fully recognize the subtle semantic and contextual distinctions among these verbs, particularly in terms of event initiation, result formation, and state emergence. Overall, the findings reveal persistent confusion in learners' verb selection and point to a need for more explicit instruction focusing on the nuanced differences in usage, collocational patterns, and contextual constraints of these near-synonymous verbs.

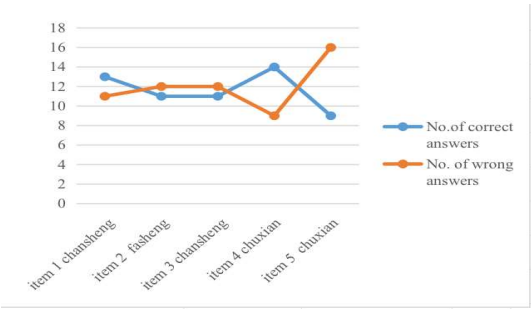


Figure 5 Accuracy of Multiple-Choice

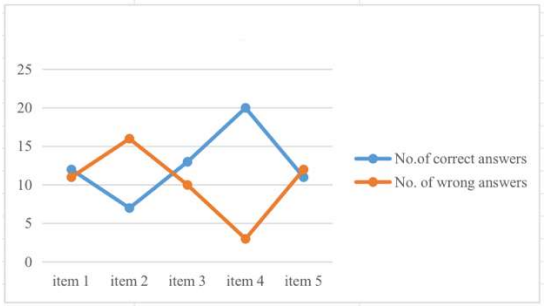


Figure 6 Accuracy of T/F questions

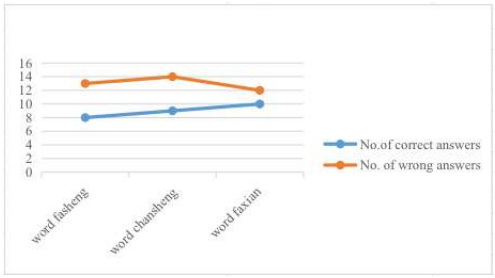


Figure 7 Accuracy of Make sentences

The results indicate that learners' use of the near-synonymous verbs "发生," "产生," and "出现" is uneven in Figure 5,6, and 7. Accuracy rates were relatively lower in Item 4 and 5 of the multiple-choice section and Item 2 and 4 of the true-or-false section. Learners performed relatively better when "chansheng" was used to express abstract results or psychological states. In contrast, verbs related to events, especially "fasheng", showed lower accuracy, indicating difficulty in identifying event-oriented meanings. For "chuxian", learners achieved higher accuracy in abstract contexts than in sentences describing concrete objects.

In terms of error frequency, the multiple-choice items (Q1–Q5), response distributions varied across contexts. In Q1, the majority of participants selected "产生" (56.5%), whereas in Q4, "出现" was chosen most frequently (60.9%). In Q2 and Q3, responses were more evenly distributed, although "发生" (47.8%) and "产生" (47.8%) were the most frequently selected options, respectively.

For the true–false items (Q1–Q5), accuracy rates ranged from 30.4% to 87.0%. The highest accuracy was observed in Q4 (87.0%), while Q2 showed the lowest correct response rate (30.4%). The remaining items demonstrated moderate accuracy levels, with correct responses ranging between 47.8% and 56.5%.

Table 1 Semantic and Functional Comparison of "发生," "产生," and "出现"

Dimension / Verb	"发生"	"产生"	"出现"
Core semantic meaning	Denotes the occurrence of an event or situation	Denotes the generation or production of a result	Denotes the emergence or coming into existence of an entity, situation, or phenomenon
Semantic focus	The event itself	Causality and generative process	Perception and cognition
Emphasis on causality	No	Yes	No
Reference to new entities	Not necessarily	Typically, yes	Often yes
Involvement of subjectivity	No	No	May involve perceptual or cognitive perspective
Typical collocates	Accidents, changes, incidents, problems	Effects, results, conflicts, influences	Problems, patterns, errors, phenomena

Table2 Overall Accuracy by Verb "发生," "产生," and "出现"

Verb	Number of items	Mean accuracy (%)	Error rate (%)
发生	4	32.6%	67.4%
产生	4	45.7%	54.3%
出现	5	54.3%	45.7%

Table 3 Accuracy by Task Type

Task type	Mean accuracy (%)
Multiple-choice	50.4%
True/False	54.8%
Sentence Production	39.1%

Mean accuracy was calculated by dividing the total number of correct responses by the total number of responses and multiplying by 100%. Across the three task types, the sentence-production section, error rates were higher than correct response rates across all three verbs (Table 3). The highest correct response rate was observed for chuxian (43.5%), followed by chansheng (39.1%) and fasheng (34.8%) (Figure 9). In all three cases, incorrect responses outnumbered correct ones, suggesting considerable difficulty in productive use of these semantically related verbs.

In summary, the results indicate that learners at Sirithep School encounter persistent difficulties in differentiating "发生," "产生," and "出现." These difficulties primarily stem from challenges in understanding subtle semantic features such as causality, processuality, and emergence, which are crucial for the accurate use of these near-synonymous verbs. Overall, the findings reveal systematic patterns of confusion rather than random errors.

Discussion

The findings of this study indicate that Thai learners of Chinese experience persistent difficulties in distinguishing among the near-synonymous verbs 发生, 产生, and 出现, confirming that semantic similarity remains a major source of lexical error in Chinese as a foreign language. These results are generally consistent with previous research, which has

shown that learners tend to rely on partial semantic knowledge and overgeneralization when dealing with near-synonymous words (Guo, 1988; Zhao & Hong, 2009).

From a cognitive-processing perspective, the difficulty was more pronounced in the sentence-production task than in recognition-based tasks. Error frequency was substantially higher in production tasks, where substitution errors predominated, whereas recognition tasks mainly revealed confusion detectable through option selection. This suggests that productive use requires deeper semantic encoding and greater processing demands, whereas recognition tasks may allow learners to rely on surface cues or elimination strategies. This distinction helps explain the uneven performance observed across task types in the results section.

One notable finding is learners' strong tendency to overuse 发生 as a default verb for describing events or situations. This pattern supports Guo's (1988) claim that high-frequency and semantically broad words are more likely to be overgeneralized by foreign learners. This tendency may also be reinforced by input frequency in textbooks and classroom discourse, where 发生 frequently appears in event-related narratives for example accidents, changes, incidents. Repeated exposure to such patterns may strengthen learners' perception of 发生 as a prototypical "event verb," thereby encouraging overextension. It also aligns with Yang's (2004) argument that insufficient contrastive instruction leads learners to ignore contextual and collocational constraints. More specifically, learners appear to conflate simple event occurrence (发生) with generative causation (产生), failing to distinguish between an event that merely happens and a result that is brought about. Sharpening the distinction between event occurrence and event causation is therefore theoretically and pedagogically essential.

This result contrasts with Wang et al. (2018), who suggest that learners gradually form prototype-based semantic categories rather than indiscriminately overusing a single verb. In the present study, such prototype differentiation appears limited, particularly among lower-proficiency learners whose responses showed extensive overlap across the three verbs. Prototype formation may fail to emerge when lexical representations remain underspecified, suggesting that adequate exposure and semantic refinement are prerequisites for stable category construction.

Regarding 出现, learners demonstrated relatively better performance in concrete and perceptually salient contexts. This finding partially aligns with analyses of existence and emergence verbs in Chinese (Yang, 2017; WANG, 2021;SASING, 2025), which emphasize the semantic feature of" emergence" encoded in 出现. The relative success in concrete contexts

may be explained by the perceptual grounding of meaning, when contextual cues involve visibility or sudden appearance, learners can rely on image-based representations. Nevertheless, learners' frequent confusion between 出现 and 发生 in abstract contexts suggests that this semantic feature has not been fully internalized. This supports the view that abstract semantic distinctions pose greater challenges for L2 learners than concrete ones (Li, 1986). From the perspective of conceptual abstraction in L2 acquisition, abstract contexts require learners to map metaphorical or non-perceptual extensions of meaning, a process that is cognitively more demanding. This may account for the higher error rate observed in abstract uses of 出现. Furthermore, Thai verbs expressing appearance or occurrence often overlap semantically without strict morphological marking of emergence versus event initiation. This cross-linguistic similarity may contribute to transfer-related ambiguity.

Cross-linguistic influence may further contribute to this difficulty. In Thai, verbs expressing occurrence or appearance often exhibit broader semantic overlap without strict lexical differentiation between emergence and event initiation. For example, the Thai verb "เกิดขึ้น" may correspond to both 发生 and 出现 without encoding a specific emergence feature. Such structural differences between Thai and Chinese may reduce learners' sensitivity to subtle semantic constraints encoded in Chinese verbs.

In contrast, 发生 was the most problematic verb for learners, particularly in event occurrence, not the causality and result formation. This finding is consistent with Pannika Chavanatnusorn (2019, 1–18), who reports that Thai learners often struggle with Near-synonymous verbs involving abstract semantic relations.

From a Thai to Chinese contrastive perspective, causation in Thai is expressed through syntactic constructions or separate lexical markers rather than through inherent verb semantics. As a result, Thai learners may not readily perceive the embedded generative meaning encoded in 产生. In Thai, the verb "เกิดขึ้น" is frequently used to describe both event occurrence and emergence, without obligatorily encoding fine-grained distinctions. Causation is often expressed syntactically rather than through lexicalized verb contrasts. This structural difference may reduce learners' sensitivity to causative features encoded in 产生. While previous studies have emphasized learning strategies as a solution to lexical confusion, the present findings suggest that strategy use alone may be insufficient without explicit instruction on semantic constraints and event structure. In particular, reliance on translation equivalence

or surface collocation familiarity does not guarantee accurate differentiation when verbs encode subtle causal relations.

Taken together, these findings suggest that learners' errors cannot be attributed solely to lack of vocabulary knowledge, but rather to incomplete acquisition of subtle semantic features such as causality, processualism, and emergence. These difficulties reflect incomplete form–meaning mapping and underspecified lexical-semantic representations within learners' interlanguage systems. The interaction of cognitive-processing demands, input frequency effects, and cross-linguistic influence provides a more comprehensive explanation of the uneven performance observed across task types.

Although the sample size of this study is limited, the observed error patterns are systematic and align with previous research and provide empirical support for a more integrated approach combining error typology, task-based analysis, and Thai–Chinese contrastive perspectives. Future research may adopt larger samples and experimental designs to further investigate the interaction between proficiency level, prototype formation, and event-structure sensitivity in L2 Chinese verb acquisition.

Conclusion

This study investigated Thai learners' use of the Near-synonymous verbs 发生, 产生, and 出现 through a questionnaire survey conducted at Sirithep School in Chiang Mai Province. In accordance with the research objectives, the findings reveal that learners experience persistent difficulties in distinguishing and appropriately using these three verbs. The results show that learners confuse the near-synonymous verbs due to incomplete understanding of their semantic distinctions, collocational constraints, and pragmatic contexts. More specifically, these difficulties can be interpreted as reflecting incomplete form–meaning mapping and underspecified lexical semantic representations in learners' interlanguage systems. From a second language acquisition perspective, the findings suggest that learners have not fully consolidated abstract semantic features into stable lexical representations, particularly those involving event structure and causality. This indicates that near-synonymous verb acquisition requires not only lexical exposure but also progressive refinement of semantic specification, thereby situating the findings more firmly within cognitive and usage-based models of L2 vocabulary development.

The analysis indicates that learners tend to overgeneralize 发生 as a default verb for describing events, which suggests reliance on a high-frequency, semantically broad lexical item when more fine-grained distinctions are not fully acquired. This pattern reflects a compensatory strategy in which learners select a prototypical and frequently encountered lexical item when semantic specification remains incomplete. In contrast, learners' use of 出现 is relatively more accurate in concrete contexts but remains problematic in abstract situations, reflecting challenges in acquiring abstract semantic features at a conceptual level. Among the three verbs, 发生 poses the greatest challenge in overall accuracy rates, indicating difficulty in constructing precise lexical-semantic representations of event occurrence. At the same time, persistent confusion between 发生 and 产生 further reveals learners' limited sensitivity to causality and result formation in event structure. These error patterns suggest that learners have not fully acquired key semantic features such as causality, emergence, and processualism. In theoretical terms, the findings reflect developmental constraints in acquiring abstract semantic distinctions and integrating them into coherent lexical networks within the interlanguage system.

Although the sample size of this study is limited, the findings offer valuable insights into the recurring lexical challenges encountered by Thai learners of Chinese. The results are consistent with previous studies on Chinese near-synonymous verbs and highlight the necessity of improving instructional approaches to vocabulary teaching. Importantly, the study demonstrates that difficulties with near-synonymous verbs stem not merely from insufficient vocabulary size, but from challenges in refining semantic granularity, strengthening form–meaning associations, and mapping lexical items onto abstract event-structure representations. In this respect, the study contributes to a broader understanding of how abstract semantic distinctions are gradually consolidated through repeated contextualized exposure and cognitive restructuring in L2 development.Importantly, the findings can be applied in Chinese as a Foreign Language (CFL) classrooms, secondary school Chinese programs, and teacher training contexts, particularly in learning environments where learners' first language does not lexicalize fine-grained semantic distinctions among verbs.

From a second language acquisition perspective, the findings further suggest that difficulties with near-synonymous verbs stem not merely from insufficient vocabulary size, but from challenges in refining semantic specification and integrating contextual constraints into lexical knowledge. In this respect, the study contributes to understanding how abstract

semantic distinctions and event-structure features are gradually consolidated in interlanguage development.

From a pedagogical perspective, incorporating usage-based learning principles—such as frequency-sensitive input and contextualized pattern exposure—may facilitate gradual strengthening of form–meaning mappings. Additionally, form-focused instruction that explicitly contrasts semantic features (e.g., event occurrence vs. causation vs. emergence) may help learners develop greater awareness of lexical constraints and event structure. Such theoretically grounded instructional approaches may promote deeper semantic differentiation and support more stable lexical representation in interlanguage development.

Recommendations

1. Pedagogical Recommendations

Based on the findings and in response to Objective 3, this study proposes the following practical teaching recommendations.

First, teachers should implement explicit contrastive instruction when teaching near-synonymous verbs such as 发生, 产生, and 出现. Rather than presenting them as direct translation equivalents, instructors should highlight their semantic differences in terms of event occurrence, causality, and emergence. This approach may help reduce learners' overgeneralization of 发生.

Second, collocation-focused teaching should be emphasized. Teachers are encouraged to introduce these verbs together with their typical collocates (e.g., 发生事故, 产生影响, 出现问题) to help learners internalize usage patterns in authentic contexts.

Third, context-based practice activities should be incorporated into classroom instruction. Tasks such as sentence completion, error correction, and short discourse construction can help learners apply the target verbs in both concrete and abstract contexts. Such activities are particularly useful for addressing learners' difficulties with 产生, which requires a clear understanding of causal relationships.

Finally, these teaching strategies can be effectively applied in secondary-level Chinese courses, CFL classrooms in Thailand, and vocabulary-focused instructional modules, as well as in the development of teaching materials and assessment tasks related to near-synonymous verbs.

2. Recommendations for Future Research

Several directions for future research can be suggested based on the limitations of this study.

First, future studies may include a larger and more diverse sample of learners from different educational institutions or proficiency levels to enhance the generalizability of the findings.

Second, researchers may adopt experimental or longitudinal research designs to examine the effectiveness of contrastive instruction or collocation-based teaching in improving learners' mastery of near-synonymous verbs.

Third, future research could incorporate corpus-based methods or learner production data to provide deeper insights into learners' actual usage patterns in spoken and written discourse.

Lastly, comparative studies involving learners with different first-language backgrounds may further clarify the role of negative language transfer in the acquisition of Chinese near-synonymous verbs.

References

Alanazi, Z. (2022). Corpus-based analysis of near-synonymous verbs. *Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education, 7*(1), Article 15. https://link.springer.com/article/10.1186/s40862-022-00138-5

Chen, J. Y. (2019) A Study on the Teaching of Chinese Confusable Words in Thai University Students — Students at Mae Fah Luang University as Example(Master's thesis, Xiamen University). CNKI.

Chavanatnusorn, P. (2019). Discussion on errors made by Thai students in Chinese near-synonymous verbs and their learning strategies Based on the comparison of four theses. *Chinese Journal of Social Science and Management, 3*(1), 1–18.https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/article/view/199676

Gao, Z. L. (2021). A study on argument role differences among a group of near-synonymous verbs related to "chuxian". *Journal of Ningxia University (Humanities and Social Sciences Edition)*, *43*(5), 1–8.

Guo, Z. L. (1988). Some problems of Chinese word discrimination in teaching Chinese as a foreign language. *Chinese Teaching in the World*, (1), 19–24.

https://caod.oriprobe.com/articles/38541306/dui_wai_han_yu_jiao_xue_zhong_ci_yi_bian_xi_de_ji_.htm

Hou, L. X. (2023). Discrimination of confusion words “chansheng (产生),” “fasheng (发生),” and “chuxian (出现)” and teaching research in teaching Chinese as a foreign language (Master’s thesis, Guangxi Normal University). CNKI.

Lai, Linglong. (2022). A study of “chuxian”-type verbs in learner-oriented Chinese dictionaries (Doctoral dissertation, Beijing Foreign Studies University). CNKI.

Lertcharoenwanich, P. (2023). Analysis of collocations and semantic preference of the near-synonymous “blank,” “empty,” and “vacant.” *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network, 16*(1), 365–383. https://eric.ed.gov/?id=EJ1381017

Li, L. D. (1986). *Modern Chinese sentence patterns*. Commercial Press.

Li, Y. (2021). A study on easily confused words in the “yinqi (引起)” category among second language learners (Master’s thesis, Hunan Normal University). CNKI.

Liao, Yong. (2019). A comparative study of “shengchan (生产),” “chansheng (产生),” and “fasheng (发生)” and its implications for teaching Chinese as a foreign language (Master’s thesis, Nanchang University). CNKI.

Ma, Z. Z. Z. (2022). On the identification of near-synonymous in teaching Chinese as a foreign language. *Frontiers in Educational Research, 5*(7). 78-84, https://francis-press.com/papers/6492

SASING, N. (2025). A Study of Thai Secondary School Students' Acquisition Error in Learning Chinese Existential Sentences——A Case Study of Phanphittayakom School, oversea.cnki.net, 10.26993/d.cnki.gslyc.2025.000405.

WANG, Changsong. (2021). A Morphosyntactic Analysis of Existential Sentences in Chinese. https://oversea.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=Z3g7xh44_Ziy0ekcL4PLD_RNkvHRCOAQg2ZjPl9EihteXNx_iDuOwle_mpa0pE0zUMlFY0OeX7jqj0xwhHD-Id1CM68XHUZP_qX_gJS721QhovlZUGSxLzR-64aFS3fopuRlkhreIhjbwtqyuG6d9Aqzmh1nd-c6y5becuXafklU547TFKqsUhj4rFRrg-d&uniplatform=OVERSEA&language=EN.

Wang, C., Hong, C. Z., Saji, N., & Liu, X. Y. (2018). A study on categorization characteristics of near-synonymous verbs among Japanese learners of Chinese. *Modern Foreign Languages*, (4), 479–490.

https://xdwy.cbpt.cnki.net/WKG/WebPublication/paperDigest.aspx?paperID=efb0b3b5-a8ab-47c8-a5d8-f85948276e2a

Wang, Rongshan. (2020). An experimental study on teaching confusing words to overseas students (Master's thesis, Sichuan Normal University, China). CNKI.

Wu, P. H., Deng, C. Y., & Lai, H. L. (2023). Acquisition order of "zhidao"-type near-synonymous in Mandarin Chinese. *Chinese as a Second Language Research, 12*(2), 305–331. https://doi.org/10.1515/caslar-2023-2006

Yang, F . C. (2017). A Contrastive Study of Thai and Chinese Existential Sentences Thai Students of Chinese Existential Sentence Acquisition Error. Oversea CNKI. https://oversea.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=Z3g7xh44_ZgmUI8KnASRfSLSz6laOStwuPput93lyGWwDav_NPdhkvnz2EDX7GDuyPVGO0eClAxMaZ46i3aUqB5_1jQbHYuTEdxP_xxVMY7VqA6UMpdvCBsBlra8LR0ZuCyCGlHH9LQQSBckAPWyrTROZneZyljShWlORUDVBJJiOCVpxDlrZjqONoWS4WtG&uniplatform=OVERSEA&language=EN

Yang, J. Z. (2004). Teaching methods for comparing Chinese near-synonymous in the classroom. *Chinese Teaching in the World*, (3), 96–104. https://sjhy.cbpt.cnki.net/WKC2/WebPublication/wkTextContent.aspx?colType=4&yt=2004&st=03

Yang, M. (2022). Discrimination and error analysis of near-synonymous "fasheng (发生)" and "chansheng (产生)" (Master's thesis, Guangxi University). CNKI.

Zhao, Q., Hsu, Y. Y., & Huang, C. R. (2024). Large language models and Chinese near-synonymous: Designing prompts for online CFL learners. *Journal of Technology and Chinese Language Teaching*, *15*(1), 49–69. https://ira.lib.polyu.edu.hk/handle/10397/108326

Zhao, X., & Hong, W. (2009). *Survey and Analysis of Errors on Chinese Near-synonyms by Foreign Students . The Journal of Study on Language and Culture of Korea and China* (21),30-45. https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti_id=ART001387909

Institute of Linguistics, Chinese Academy of Social Sciences. (1996). *Modern Chinese dictionary* (Revised ed.). Commercial Press.

Zhou, R. C. (2021). Research on teaching easily confused words in teaching Chinese as a foreign language (Master's thesis, Shandong Normal University).

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

แบบจำลองปัญญาประดิษฐ์สำหรับประเมินผลพัฒนาการผ่านภาพวาดของเด็กปฐมวัย ระดับชั้น อนุบาล 1-3 : การพัฒนาและการตรวจสอบความถูกต้องเชิงข้อมูล

Artificial Intelligence Model for Assessing Early Childhood Development Through Children's Drawings in Kindergarten Levels 1–3 : Model Development And Validation Study

เอกราช ศรีสุรักษ์*, สุพัฒนวรี ทิพย์เจริญ

Ekkaratch Sreesurak*, Supattanawaree Thipcharoen

สาขาวิทยาการข้อมูลและนวัตกรรมดิจิทัล

คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

120 ถนนมหิดล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย

Department of Data Science and Digital Innovation,

Faculty of Innovation Technology and Creativity, The Far Eastern University

120 Mahidol Road, Muang District, Chiang Mai, 50100, Thailand

***รับบทความ**: 21 สิงหาคม 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 24 ธันวาคม 2568* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 4 มีนาคม 2569*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถจำแนกประเภทภาพวาดของเด็กปฐมวัยระดับอนุบาล 1–3 ตามโจทย์มาตรฐาน และ 2) ทดสอบความแม่นยำของแบบจำลองและประเมินความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ในระบบเว็บเพื่อการติดตามพัฒนาการเด็กปฐมวัย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยภาพวาดจากเด็กปฐมวัยจำนวน 150 คน ซึ่งดำเนินกิจกรรมวาดภาพตามโจทย์มาตรฐาน 5 ประเภท ได้แก่ เส้นตรง เส้นโค้งต่อเนื่อง วงกลม สี่เหลี่ยม และสามเหลี่ยม โดยใช้คู่มือการประเมินสำหรับครูปฐมวัยเป็นเกณฑ์อ้างอิง เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์สถาปัตยกรรม EfficientNetV2-S ร่วมกับเทคนิค Data Augmentation โดยใช้ CrossEntropyLoss และ Adam Optimizer ในกระบวนการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองสามารถจำแนกภาพวาดของเด็กปฐมวัยออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ เก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยให้ค่าความแม่นยำรวม (Accuracy) เท่ากับ 0.61 ค่าความเที่ยงตรง (Precision) เท่ากับ 0.58 ค่าความครอบคลุม (Recall) เท่ากับ 0.61 และค่า F1-score

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: 6590061006@feu.edu

เท่ากับ 0.59 ขณะที่ค่า Loss ในขั้นตรวจสอบความถูกต้องอยู่ในช่วง 0.83–1.04 นอกจากนี้ แบบจำลองยังแสดงศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้ในระบบเว็บเพื่อช่วยครูติดตามพัฒนาการเด็กอย่างต่อเนื่อง ลดความคลาดเคลื่อนจากการประเมินเชิงอัตวิสัย และสนับสนุนการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการอย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ

ปัญญาประดิษฐ์, การมองเห็นของเครื่อง, การเรียนรู้เชิงลึก, ภาพวาดเด็กปฐมวัย, การประเมินพัฒนาการ, ระบบเว็บ

Received: *August 21, 2025* ***Revised:*** *December 24, 2025* ***Accepted:*** *March 4, 2026*

Abstract

This study aimed (1) to develop an artificial intelligence (AI) model for classifying preschool children's drawings from kindergarten levels 1–3 based on standardized tasks, and (2) to evaluate the model's performance and feasibility for integration into a web-based early childhood development monitoring system. This applied research involved a purposive sample of 150 preschool children who completed five standardized drawing tasks, including straight lines, continuous curves, circles, squares, and triangles, following the official preschool teacher assessment manual. The research instruments included an EfficientNetV2-S-based AI model with data augmentation techniques, trained using CrossEntropyLoss and the Adam optimizer. The results indicated that the proposed model successfully classified children's drawings into three developmental levels—advanced, intermediate, and beginner—with an overall accuracy of 0.61, precision of 0.58, recall of 0.61, and an F1-score of 0.59, while the validation loss ranged between 0.83 and 1.04 throughout the training process. Furthermore, the model demonstrated strong potential for deployment in web-based systems to support continuous developmental monitoring, reduce subjective assessment bias, and facilitate systematic planning of developmentally appropriate learning activities.

Keywords

Artificial Intelligence, Computer Vision, Deep Learning, Preschool Children's Drawings, Developmental Assessment, Web-based System

บทนำ (Introduction)

การประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างสังคมคุณภาพในอนาคต เนื่องจากพัฒนาการในช่วงอายุ 3–6 ปี เป็นช่วงเวลาทองที่สมองและระบบประสาทของเด็กเติบโตอย่างรวดเร็ว และเป็นช่วงที่วางโครงสร้างความสามารถด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคม ซึ่งส่งผลต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตในระยะยาว (Puckett & Black, 2020, 45–68; Vygotsky, 1978, 32–34) จากมุมมองเชิงสังคม เด็กที่ได้รับการประเมินและสนับสนุนพัฒนาการอย่างถูกต้องและต่อเนื่องตั้งแต่ระยะเริ่มต้น มีแนวโน้มที่จะเติบโตเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ การปรับตัว และการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในอนาคต

การวาดภาพและการขีดเขียนเป็นกิจกรรมสำคัญที่สะท้อนพัฒนาการเด็กปฐมวัย ทั้งด้านกล้ามเนื้อมัดเล็ก การประสานมือ–ตา การคิดเชิงสัญลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการแก้ปัญหา (Chen et al., 2021, 3–4) จึงถูกใช้เป็นเครื่องมือประเมินในระดับห้องเรียนและเชิงนโยบาย อย่างไรก็ตาม การประเมินแบบดั้งเดิมที่พึ่งพาการสังเกตของครูยังมีข้อจำกัดด้านความสม่ำเสมอ เวลา และอคติของผู้ประเมิน (Reinhart et al., 2024, 4–7) ซึ่งอาจนำไปสู่ความล่าช้าในการช่วยเหลือและความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยระยะหลังจึงประยุกต์ใช้ AI และ Computer Vision เพื่อเพิ่มความเป็นมาตรฐาน ความแม่นยำ และความรวดเร็วในการประเมินจากภาพวาด ลดอคติ และรองรับการใช้งานขนาดใหญ่ (Nguyen & Chen, 2023, 12875–12878; Liu et al., 2023, 11590–11592) รวมถึงการใช้โมเดลเชิงลึกแบบผสมผสานเพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะเชิงสุนทรียะอย่างเป็นระบบ (Zhang et al., 2024) และการพัฒนาระบบอัตโนมัติที่ให้ผลลัพธ์สม่ำเสมอในบริบทการศึกษา (Wang et al., 2025)

ในบริบทของประเทศไทย การประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยมักใช้กิจกรรมพื้นฐาน เช่น การวาดเส้นตรง เส้นโค้ง วงกลม สี่เหลี่ยม และสามเหลี่ยม ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีศักยภาพสูงในการสะท้อนทักษะด้านกล้ามเนื้อมัดเล็กและการรับรู้เชิงพื้นที่ หากบูรณาการเทคโนโลยี AI เข้ากับกระบวนการดังกล่าว ไม่เพียงแต่จะช่วยลดภาระงานของครูและเพิ่มความรวดเร็วในการประเมิน แต่ยังเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองและหน่วยงานภาครัฐสามารถเข้าถึงข้อมูลพัฒนาการของเด็กได้อย่างเป็นระบบและใกล้เคียงเวลาจริง (Shen et al., 2023, 3–5; Ye et al., 2018, 896–898)

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ในระดับนานาชาติมักมุ่งเน้นการประเมินงานศิลปะหรือการรับรู้เชิงสุนทรียะของผู้เรียนในภาพรวม หรือใช้ชุดข้อมูลที่ไม่ได้สะท้อนบริบทของเด็กปฐมวัยในประเทศไทยโดยตรง อีกทั้งยังมีงานวิจัยจำนวนจำกัดที่พัฒนาแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์เพื่อประเมินภาพวาดของเด็กปฐมวัยไทยโดยเฉพาะ และเชื่อมโยงผลการประเมินกับการใช้งานจริงในรูปแบบแพลตฟอร์มเว็บเบสอย่างเป็นระบบ ช่องว่างดังกล่าวสะท้อนถึงช่องว่างงานวิจัยที่สำคัญในการพัฒนาเครื่องมือประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยที่มีความเหมาะสมกับบริบททางวัฒนธรรมและการศึกษาของประเทศไทย

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนาแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์สำหรับการประเมินผลภาพวาดของเด็กปฐมวัยระดับอนุบาล 1–3 โดยใช้ EfficientNetV2-S ร่วมกับเทคนิค Data Augmentation เพื่อเพิ่มความ

หลากหลายของข้อมูล พร้อมทั้งทดสอบความแม่นยำและความเป็นไปได้ของการใช้งานจริงบนแพลตฟอร์มเว็บเบส (Dosovitskiy et al., 2021, 1–22; He et al., 2016, 770–778; Sandler et al., 2018, 4510–4515) ผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้คาดว่าจะช่วยยกระดับกระบวนการประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยให้มีความเป็นมาตรฐาน ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา และสนับสนุนการพัฒนาเด็กไทยอย่างยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาและทดสอบความแม่นยำแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ ที่สามารถจำแนกประเภทภาพวาดของเด็กอนุบาล 1-3 ตามโจทย์มาตรฐาน
2. เพื่อนำแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ ไปทดทองใช้ในรูปแบบระบบเว็บเบสและประเมินความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1. การพัฒนาการเด็กปฐมวัย

การประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยมีความสำคัญต่อการติดตามความก้าวหน้าและการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสม โดยกิจกรรมการวาดภาพสามารถสะท้อนทักษะกล้ามเนื้อมัดเล็ก การประสานมือ–ตา และการรับรู้เชิงมิติได้อย่างชัดเจน (Puckett & Black, 2020, 45–68; Vygotsky, 1978, 32–34) งานวิจัยสากล เช่น Reinhart et al. (2024, 4–7) และ Shen et al. (2023, 3–5) ชี้ว่า การใช้เทคโนโลยี AI และฐานข้อมูลภาพหลายมุมช่วยเพิ่มความแม่นยำและมาตรฐานการประเมิน สอดคล้องกับแนวทางในประเทศไทยที่ใช้การวาดเส้นและรูปทรงพื้นฐานเพื่อสะท้อนพัฒนาการตามวัย อย่างไรก็ตาม การประเมินในโรงเรียนไทยยังพึ่งพาการสังเกตของครูเป็นหลัก ซึ่งอาจทำให้ผลการประเมินขาดความสม่ำเสมอ

2. ปัญญาประดิษฐ์และ Computer Vision

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และเทคโนโลยี Computer Vision มีบทบาทสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการประเมินพัฒนาการเด็ก โดยช่วยลดความลำเอียงจากการประเมินด้วยสายตาและเพิ่มความแม่นยำในการวิเคราะห์ภาพวาด (Dosovitskiy et al., 2021, 1–22; Ye et al., 2018, 896–898) งานของ de Belen, Bednarz, Sowmya และ Del Favero (2020, 333–336) แสดงศักยภาพในการศึกษาพฤติกรรมเด็กออทิสติก ขณะที่ Liu et al., (2023, 11589–11592) พัฒนาระบบที่ช่วยให้ครูและผู้ปกครองเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกได้สะดวกขึ้น แนวทางวิจัยนี้สอดคล้องกับการใช้โครงสร้างเชิงลึกแบบผสมผสานระหว่าง convolutional neural networks และ transformer models เพื่อลดอคติจากผู้ประเมิน (Zhang et al., 2024) อย่างไรก็ตาม งานส่วนใหญ่ยังเน้นการวิเคราะห์พฤติกรรมเฉพาะกลุ่ม และขาดการประยุกต์ใช้กับการประเมินภาพวาดตามเกณฑ์มาตรฐานปฐมวัยในบริบทประเทศไทย แม้งานวิจัยล่าสุดเริ่มใช้ AI และการประมวลผลภาพเพื่อเพิ่มความสม่ำเสมอและลดอัตวิสัยในการประเมิน (Wang et al., 2025)

3. การเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) สำหรับการประเมินภาพวาด

งานวิจัยจำนวนมากยืนยันศักยภาพของ Deep Learning ในการจำแนกและวิเคราะห์ภาพวาดเด็ก โดย He et al. (2016, 770–778) พัฒนา ResNet ด้วยโครงสร้าง residual blocks เพื่อลดปัญหาประสิทธิภาพเมื่อโครงข่ายลึกขึ้น ขณะที่ Dosovitskiy et al. (2021, 1–22) เสนอ Vision Transformer (ViT) ที่ใช้ self-attention เพื่อวิเคราะห์บริบทของภาพทั้งภาพ และ Sandler et al. (2018, 4510–4515) พัฒนา MobileNetV2 ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงและน้ำหนักเบา เหมาะกับอุปกรณ์พกพา นอกจากนี้ Feng et al. (2024, 2–5) ใช้ Graph Convolutional Networks ทำนายพัฒนาการด้านการเคลื่อนไหว ส่วน Mishra et al. (2023, 48–52) ใช้ Deep Learning วิเคราะห์ลายมือเด็กจากคุณลักษณะของเส้นเพื่อประเมินกล้ามเนื้อมัดเล็กและคัดกรองความเสี่ยงผลงานเหล่านี้สะท้อนว่าโมเดลในกลุ่ม CNNs และ Transformers ช่วยเพิ่มความแม่นยำและความเป็นระบบในการประเมินพัฒนาการเด็ก อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดด้านการใช้กับชุดข้อมูลขนาดเล็กและลักษณะเฉพาะของภาพวาดเด็กปฐมวัย งานวิจัยนี้จึงมุ่งเลือกสถาปัตยกรรมที่สมดุลระหว่างความแม่นยำและความเหมาะสมต่อการใช้งานจริง

4. การพัฒนาระบบเว็บเบส (Web-based) และการประเมินประสิทธิภาพโมเดล

การประยุกต์ใช้แบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ในบริบทจริงต้องคำนึงถึงทั้งความแม่นยำทางสถิติและความเป็นไปได้ในการใช้งานผ่านระบบเว็บเบส โดย Chen, Xu, และ Zhang (2021, 3–6) พัฒนาระบบเว็บที่ใช้ Deep Learning ประเมินลายมือเด็กและสามารถใช้งานในสถานศึกษาได้ แม้มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรการประมวลผล ขณะที่ Reinhart et al. (2024, 4–8) ชี้ว่าความสำเร็จของการใช้ AI ในการติดตามพัฒนาการเด็กขึ้นอยู่กับความสะดวกในการเข้าถึงและความปลอดภัยของข้อมูล งานด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัยมุ่งเน้นเกณฑ์และเทคนิคการประเมินที่เหมาะสม งานด้าน AI และ Computer Vision เน้นเพิ่มความแม่นยำและลดอคติ งานด้าน Deep Learning แสดงศักยภาพในการจำแนกรูปแบบที่ซับซ้อน และงานระบบเว็บเบสมุ่งสู่การใช้งานจริงอย่างยั่งยืน ดังนั้น การบูรณาการเทคโนโลยีเหล่านี้กับคู่มือมาตรฐานครูปฐมวัยจึงสามารถยกระดับความแม่นยำ ความรวดเร็ว และความต่อเนื่องในการติดตามพัฒนาการเด็กได้ อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องว่างในการพัฒนาระบบ AI บนเว็บที่สอดคล้องกับบริบทการใช้งานจริงของครูปฐมวัยในประเทศไทยอย่างเป็นระบบ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า งานวิจัยที่ผ่านมาเน้นการประเมินพัฒนาการเด็กผ่านการเคลื่อนไหวหรือการเขียนเป็นหลัก และส่วนใหญ่ดำเนินการในบริบทต่างประเทศ ขณะที่การวิเคราะห์ภาพวาดเด็กปฐมวัยตามเกณฑ์มาตรฐานของครูไทยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ยังมีจำกัด อีกทั้งยังขาดการพัฒนาและทดสอบแบบจำลองที่สามารถนำไปใช้งานจริงผ่านระบบเว็บเบสเพื่อการติดตามพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้จึงมุ่งพัฒนาและตรวจสอบประสิทธิภาพของแบบจำลองดังกล่าวเพื่อลดช่องว่างดังกล่าว

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research) ที่มุ่งพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ (AI) สำหรับการประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยจากภาพวาด โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) และการประมวลผลภาพ (Image Processing) การวิจัยประกอบด้วยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผลงานภาพวาดเด็กและการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ เพื่อจำแนกระดับพัฒนาการ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในกลุ่มวิจัยนี้ได้แก่ เด็กปฐมวัยในระดับอนุบาล 1–3 อายุระหว่าง 3–6 ปี จากโรงเรียนในเขตจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้หลักสูตรการศึกษาปฐมวัยแห่งชาติ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 150 คน แบ่งเป็นอนุบาล 1 จำนวน 50 คน อนุบาล 2 จำนวน 50 คน และอนุบาล 3 จำนวน 50 คน เพื่อให้ครอบคลุมช่วงวัยและระดับพัฒนาการที่แตกต่างกัน โดยการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ได้คำนึงถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กปฐมวัยผ่านกระบวนการได้มาซึ่งข้อมูลร่วมกับการขอความอนุเคราะห์จากโรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บข้อมูลภาพวาดจากเด็กโดยครูอาสาสมัครวิจัยจะทำการจัดกิจกรรมให้เด็กวาดภาพตามเครื่องมือวิจัยออกแบบขึ้น โดยมิได้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของเด็กปฐมวัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างแต่อย่างใดในทุกๆกระบวนการ กล่าวได้ว่าผู้วิจัยมิได้มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างโดยตรงเพื่อสิทธิเด็กที่ควรได้รับการพัฒนาเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด (รายละเอียดตามเอกสารที่ ม ฟอ. 2108/019 และ ตัวอย่างภาพผลงานภาพวาดของเด็กจากครูที่เป็นอาสาสมัครวิจัย ดัง ภาพที่ 5: ตัวอย่างข้อมูลดิบ)

3. เครื่องมือวิจัย

3.1 แบบทดสอบการวาดภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน (จากคู่มือประเมินรูปภาพสำหรับครูปฐมวัยระดับอนุบาล 1–3) ซึ่งประกอบด้วยโจทย์ 5 ประเภท ได้แก่ การวาดเส้นตรง เส้นวงต่อเนื่อง วงกลม สี่เหลี่ยม และสามเหลี่ยม

3.2 อุปกรณ์บันทึกภาพ เช่น สแกนเนอร์และกล้องถ่ายภาพความละเอียดสูง

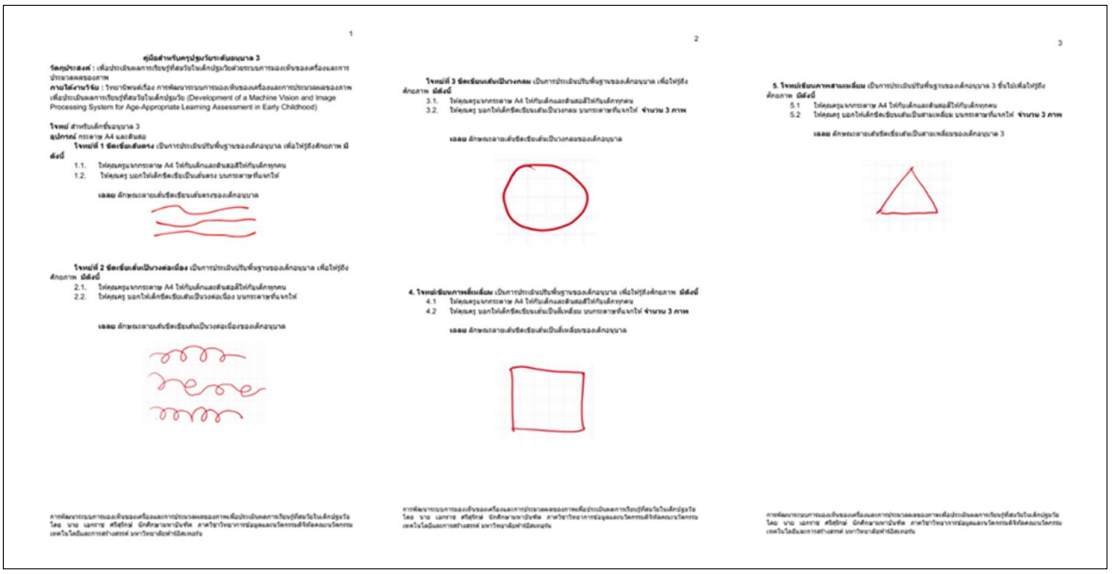
3.3 ระบบประมวลผลภาพและแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งพัฒนาโดยใช้สถาปัตยกรรม EfficientNetV2-S และ Vision Transformer สำหรับการจำแนกภาพ

3.4 โปรแกรมประเมินผลพัฒนาจำลองดำเนินการบนแพลตฟอร์ม Google Colaboratory T4 GPU ซึ่งสภาพแวดล้อมการประมวลผลแบบคลาวด์ที่รองรับการประมวลผลด้วยหน่วยประมวลผลกราฟิกโดยภาษา Python เวอร์ชัน 3.12.12 โดยใช้ ไลบรารี TensorFlow เวอร์ชัน 2.19.0 ผ่าน Keras API เป็นเครื่องมือการฝึกและวิเคราะห์เชิงสถิติ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำซ้ำผลการวิจัยได้และลดข้อจำกัดด้านทรัพยากรฮาร์ดแวร์ในสถานศึกษา

4. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

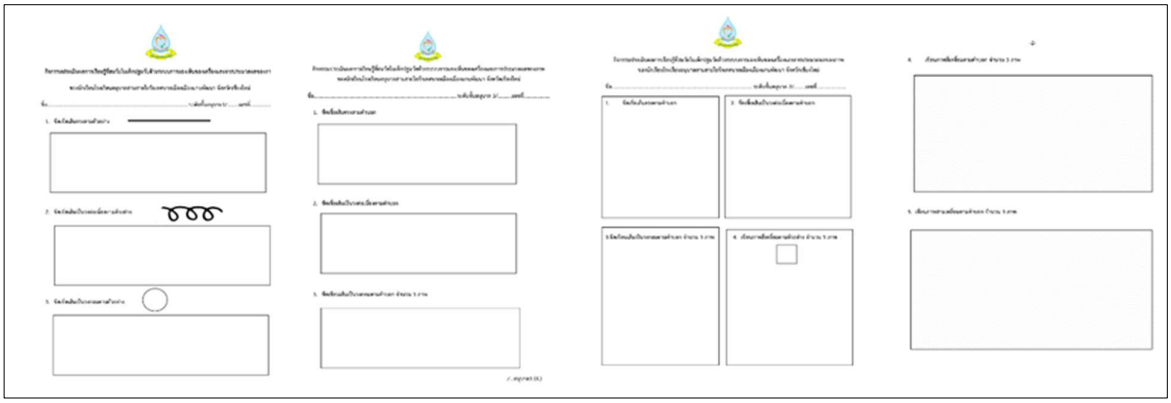
4.1 การเก็บข้อมูลภาพวาด เด็กในกลุ่มตัวอย่างจะได้รับโจทย์วาดภาพทั้ง 5 ประเภท ภายใต้เงื่อนไขมาตรฐาน ขนาดกระดาษ แบบทดสอบที่ใช้ และการให้โจทย์ได้ มีการศึกษาข้อมูลการประเมินร่วมกับคุณครู โรงเรียนอนุบาลสานสายใยรักเทศบาลเมืองเมืองแกนพัฒนา และ ผู้เชี่ยวชาญเด็กปฐมวัยโดยได้รับตัวอย่างภาพจากระดับชั้นอนุบาล 1-3 จำนวน 150 คน จากภาพ 5 ประเภทได้แก่ เส้นตรง เส้นวนต่อเนื่อง วงกลม สี่เหลี่ยม และ สามเหลี่ยม รวมภาพทั้งหมดทั้งสิ้นแล้ว 600 ภาพ

1.1.1 ออกแบบคู่มือสำหรับครูปฐมวัยระดับอนุบาล 1 – 3



ภาพที่ 1: คู่มือครูระดับอนุบาล 1-3

1.1.2 ออกแบบโจทย์ทดสอบตามพัฒนาการเด็กปฐมวัยระดับอนุบาล 1 - 3



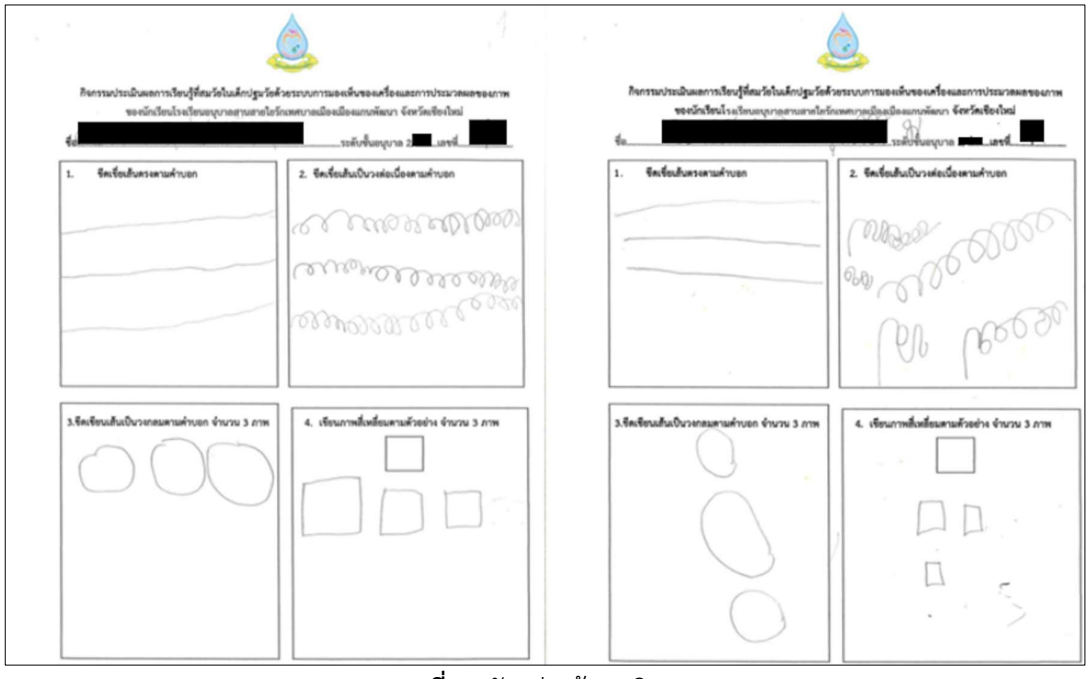
ภาพที่ 2: ชุดแบบทดสอบเพื่อเก็บข้อมูลภาพ

4.1 การบันทึกและเตรียมข้อมูล ผลงานภาพวาดจะถูกสแกนหรือถ่ายภาพด้วยความละเอียดไม่ต่ำกว่า 300 dpi ทั้งนี้ผู้อาสาวิจัยได้ทำการปิดชื่อจากข้อมูลดิบก่อนส่งให้ผู้วิจัยดังภาพที่ 3 จากนั้นนำเข้าสู่

กระบวนการเตรียมข้อมูล (Data Preparation) ได้แก่ การครอบตัด (Cropping) ปรับขนาด (Resizing) การปรับแสงและคอนทราสต์ (Normalization) และการเพิ่มข้อมูลเสริม (Data Augmentation) เช่น การหมุนและการกลับด้าน

4.2 การติดป้ายข้อมูล (Labeling) ผลงานแต่ละชิ้นจะถูกประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาปฐมวัยอย่างน้อย 3 คน เพื่อจัดประเภทระดับพัฒนาการเป็น 3 ประเภท ได้แก่ “เก่ง” “ปานกลาง” และ “อ่อน” โดยจะนำผลการจำแนกที่ได้มาใช้เป็นฉลากข้อมูล (Ground Truth) ซึ่งผลการจำแนกได้นำส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเด็กปฐมวัยประเมินว่ากลุ่มที่จำแนกมานั้นกลุ่มใดคือ “เก่ง” “ปานกลาง” และ“อ่อน” เพื่อนำ label ที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาใช้เป็น Classification ในการฝึก

4.3 การพัฒนาและฝึกแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ การวิจัยนี้แบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ชุดฝึก (Training set) 70% ชุดตรวจสอบ (Validation set) 15% และชุดทดสอบ (Test set) 15% โดยข้อมูลภาพจากระดับอนุบาล 1 จำนวน 150 แบ่งเป็น Training Set 105 ชุด Validation Set 22 ชุด Test set 23 ชุด ข้อมูลภาพจากระดับอนุบาล 2 จำนวน 200 แบ่งเป็น Training Set 140 ชุด Validation Set 30 ชุด Test set 30 ชุด ข้อมูลภาพจากระดับอนุบาล 3 จำนวน 250 แบ่งเป็น Training Set 175 ชุด Validation Set 37 ชุด Test set 38 ชุดจากนั้นฝึกแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ ด้วยสถาปัตยกรรม EfficientNetV2-S และ Vision Transformer (ViT) ซึ่งได้รับการพิสูจน์ประสิทธิภาพในงานด้านการประมวลผลภาพ (Image Processing) (He et al., 2016; Sandler et al., 2018; Dosovitskiy et al., 2021) โดยมีการปรับพารามิเตอร์ (Hyperparameter Tuning) เบื้องต้น ได้แก่ อัตราการเรียนรู้ (Learning Rate) กำหนดค่าเริ่มต้นที่ 0.0001 ขนาดกลุ่มข้อมูล (Batch Size) เท่ากับ 16 และจำนวนรอบการฝึก (Epochs) ถูกกำหนดไว้หลายช่วง ได้แก่ 10, 25, 50 และ 100 รอบ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้และความเสถียรของแบบจำลอง

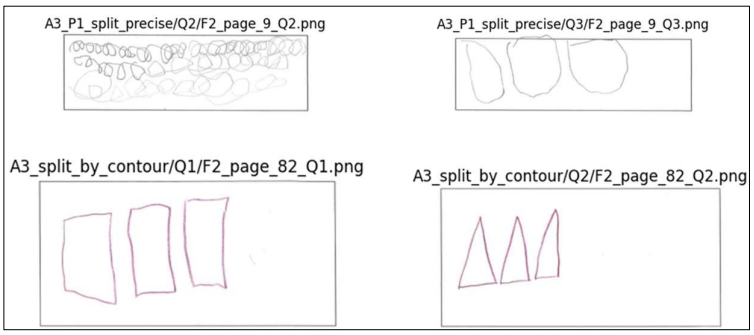


ภาพที่ 3: ตัวอย่างข้อมูลดิบ

ตัวอย่างข้อมูลดิบ แสดงตัวอย่างภาพวาดจริงของเด็กปฐมวัยที่ใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการวิจัย โดยเป็นแบบฟอร์มกิจกรรมวาดภาพตามโจทย์มาตรฐาน ซึ่งเด็กแต่ละคนต้องวาดภาพตามคำสั่งที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อสะท้อนพัฒนาการด้านกล้ามเนื้อมัดเล็ก การประสานงานระหว่างมือและตา และการรับรู้เชิงรูปทรง

ในภาพประกอบด้วยตัวอย่างผลงานของเด็กมากกว่าหนึ่งคน โดยแต่ละแผ่นแบ่งออกเป็นช่องกิจกรรมหลัก ได้แก่ การวาดเส้นตรง การวาดเส้นวนต่อเนื่อง การวาดรูปทรงวงกลม การวาดรูปทรงเรขาคณิต

ลักษณะของเส้น ความต่อเนื่อง ความสม่ำเสมอ และความถูกต้องของรูปทรงในแต่ละช่อง แสดงให้เห็นความแตกต่างของระดับพัฒนาการระหว่างเด็กแต่ละคนอย่างชัดเจน ภาพข้อมูลดิบเหล่านี้ถูกนำไปผ่านกระบวนการเตรียมข้อมูล การติดป้ายกำกับโดยผู้เชี่ยวชาญ และใช้เป็นข้อมูลสำหรับฝึกและประเมินแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ในการจำแนกพัฒนาการเด็กปฐมวัยในงานวิจัยนี้



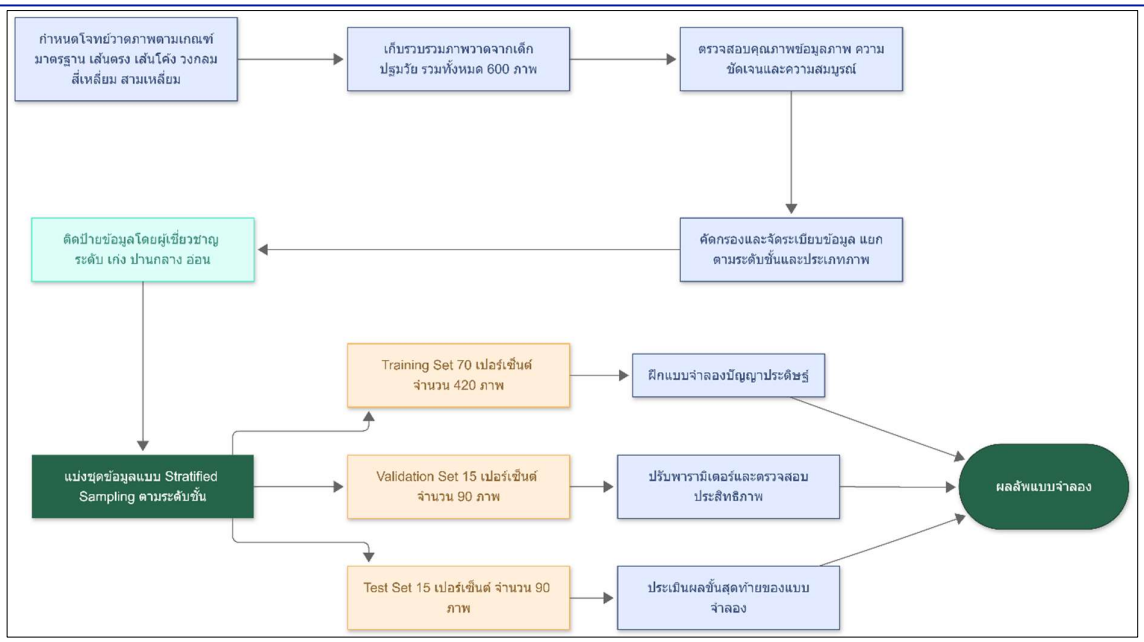
ภาพที่ 4: ตัวอย่างการเตรียมข้อมูล (Data Preparation)

ตัวอย่างการเตรียมข้อมูล (Data Preparation) แสดงกระบวนการแปลงข้อมูลดิบจากแบบฟอร์มภาพวาดของเด็กปฐมวัยให้พร้อมสำหรับการนำไปฝึกแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ โดยเริ่มจากการ ตัดแยกภาพออกเป็นกรอบย่อย (cropping / segmentation) ตามตำแหน่งของกิจกรรมในแต่ละแบบฟอร์ม

จากภาพจะเห็นว่าต้นฉบับถูกแบ่งออกเป็นส่วนย่อยตามโจทย์การวาดแต่ละประเภท เช่น เส้นตรง เส้นโค้งต่อเนื่อง วงกลม และรูปทรงเรขาคณิต โดยใช้กระบวนการตรวจจับขอบเขตของลายเส้น (contour-based segmentation) เพื่อแยกเฉพาะบริเวณที่มีผลงานของเด็กออกจากพื้นหลังและส่วนที่ไม่เกี่ยวข้อง

ภาพย่อยที่ได้จากการตัดแยกนี้ช่วยลดสัญญาณรบกวน (noise) จากองค์ประกอบอื่นในแบบฟอร์ม เช่น กรอบกระดาษหรือข้อความ และทำให้ข้อมูลที่ป้อนเข้าสู่แบบจำลองมีความสม่ำเสมอในเชิงโครงสร้าง กระบวนการดังกล่าวเป็นขั้นตอนสำคัญของการเตรียมข้อมูลก่อนการฝึก (pre-training data preparation) ซึ่งช่วยให้แบบจำลองสามารถเรียนรู้ลักษณะของเส้นและรูปทรงที่สะท้อนพัฒนาการเด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพและแม่นยำมากยิ่งขึ้น

ISSN: 3027-8414 (Online)
วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026



ภาพที่ 5: ขั้นตอนการจัดเก็บและแบ่งชุดข้อมูล

หลักการเลือกแบบจำลอง อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบจำลองในกลุ่มการจำแนกภาพด้วยการเรียนรู้เชิงลึก (Image Classification using Deep Learning) ได้แก่ EfficientNetV2-S และ Vision Transformer (ViT) เป็นแบบจำลองหลักในการพัฒนาและฝึกแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ในงานวิจัยนี้ ซึ่งมีศักยภาพด้านความแม่นยำและความเสถียรในการเรียนรู้เชิงลึก สามารถวิเคราะห์ภาพทั้งในระดับรายละเอียดของเส้นและโครงสร้างภาพโดยรวม อีกทั้งยังเหมาะสมต่อการประยุกต์ใช้ในบริบทจริงที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร เช่น ระบบเว็บเบสในสถานศึกษา นอกจากนี้ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังชี้ให้เห็นว่าโมเดลการเรียนรู้เชิงลึกสามารถสะท้อนระดับพัฒนาการของเด็กจากลักษณะของภาพวาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 การประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ในการจำแนกภาพวาดเด็กปฐมวัยแบบหลายคลาส (Multi-class Classification) ใช้ตัวชี้วัดหลัก ได้แก่ Accuracy, Precision, Recall และ F1-score ร่วมกับ Confusion Matrix เพื่อสะท้อนทั้งความถูกต้องโดยรวม ความแม่นยำของการทำนายรายคลาส ความครอบคลุมของการตรวจจับ และความสมดุลของผลลัพธ์ในกรณีข้อมูลไม่สมดุล

4.4.1 ค่า Accuracy ใช้วัด ความถูกต้องโดยรวมของแบบจำลอง จากข้อมูลชุดทดสอบ

$$Accuracy = \frac{\sum_{i=1}^{k} TP_i}{N} \qquad \text{---------- (1)}$$

โดยที่

i = ลำดับของคลาสพัฒนาการ ที่แบบจำลองจำแนก

TP_i = จำนวนตัวอย่างที่โมเดลทำนายถูกต้องในคลาสที่ i

k = จำนวนคลาสทั้งหมด

N = จำนวนตัวอย่างทั้งหมดในชุดทดสอบ

4.4.2 ค่า Precision ใช้วัดความแม่นยำของการทำนาย

$$Precision_i = \frac{TP_i}{TP_i + FP_i} \quad \text{---------- (2)}$$

โดยที่

TP_i = จำนวนตัวอย่างที่โมเดลทำนายเป็นคลาส iii และถูกต้องจริง (True Positive)

FP_i = จำนวนตัวอย่างที่โมเดลทำนายผิดว่าเป็นคลาส iii (False Positive)

ในการประเมินหลายคลาส (Multi-class Classification) คำนึกถึงวิธีวิจัยแล้วสามารถคำนวณ Precision ได้ด้วย Weighted Precision ซึ่งมีวิธีการคำนวณดังสมการ 3 ดังนี้

$$Weighted\ Precision = \frac{\sum_{i=1}^{k}(n_i \times Precision_i)}{\sum_{i=1}^{k} n_i} \quad \text{---------- (3)}$$

โดยที่

k = จำนวนคลาสทั้งหมด

n_i = จำนวนตัวอย่างในคลาสที่ i

$Precision_i$ = ค่า Precision ของคลาสที่ i

4.4.3 ค่า Recall ใช้วัด ความสามารถของโมเดลในการตรวจจับคลาสนั้นได้ครบถ้วน

$$Recall_i = \frac{TP_i}{TP_i + FN_i} \quad \text{---------- (4)}$$

โดยที่

TP_i = จำนวนตัวอย่างที่โมเดลทำนายเป็นคลาส i และถูกต้องจริง (True Positive)

FN_i = จำนวนตัวอย่างที่โมเดลทำนายผิดว่าเป็นคลาส i (False Positive)

ในการประเมินหลายคลาส (Multi-class Classification) คำนึกถึงวิธีวิจัยแล้วสามารถหาค่า Recall ได้ด้วย Weighted Recall ดังสมการ 5 ดังนี้

$$Weighted\ Recall = \frac{\sum_{i=1}^{k}(n_i \times Recall_i)}{\sum_{i=1}^{k} n_i} \quad \text{---------- (5)}$$

โดยที่

k = จำนวนคลาสทั้งหมด

$Recall_i$ = ค่าการเรียกคืน (Recall) ของคลาสที่ i

n_i = จำนวนตัวอย่างจริง (support) ในคลาสที่ i

$\sum_{i=1}^{k} n_i$ = จำนวนตัวอย่างทั้งหมดในชุดข้อมูล

เป็นการถ่วงน้ำหนักตามจำนวนข้อมูลของแต่ละคลาส n_i เพื่อสะท้อนผลลัพธ์ตามสัดส่วนของข้อมูลจริง

ดังนั้น Recall จึงช่วยสะท้อนว่า โมเดลสามารถตรวจจับตัวอย่างที่เป็น “เส้นตรง” “วงกลม” หรือ “สี่เหลี่ยม” ได้ครบถ้วนเพียงใดเมื่อเทียบกับข้อมูลจริงทั้งหมดในคลาสนั้น ๆ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินความครอบคลุมของโมเดลในการวิเคราะห์พัฒนาการเด็ก

4.4.4 ค่า F1-score เป็นตัวชี้วัดที่ ผสาน Precision และ Recall เพื่อสะท้อนความสมดุลของการทำนาย โดยเหมาะกับข้อมูลที่มีความไม่สมดุล

$$\text{F1-score}_i = \frac{2 \times \text{Precisio}_i \times \text{Recall}_i}{\text{Precision}_i + \text{Reca}_i} \quad \text{---------- (6)}$$

โดยที่

$Precision_i$ = ค่าความแม่นยำของคลาส i

$Recall_i$ = ค่าการตรวจจับของคลาส i

ในการจำแนกหลายคลาส (Multi-class Classification) สามารถคำนึกถึงวิธีวิจัยแล้วสามารถหาค่า Recall ได้ด้วย Weighted Recall

$$\text{Weighted F1} = \frac{\sum_{i=1}^{k}(n_i \times \text{F1-score}_i)}{\sum_{i=1}^{k} n_i} \quad \text{---------- (7)}$$

ในการจำแนกภาพวาดเด็กปฐมวัยซึ่งมีข้อมูลหลายคลาสและอาจมีจำนวนตัวอย่างไม่เท่ากัน การใช้ Accuracy ร่วมกับ Precision, Recall และ F1-score แบบถ่วงน้ำหนัก ช่วยให้การประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองมีความครอบคลุม ถูกต้อง และสะท้อนการใช้งานจริงได้อย่างเหมาะสม

4.4.5 Confusion Matrix เป็นเครื่องมือที่ใช้ประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองการจำแนก โดยแสดงผลการทำนายของโมเดลเปรียบเทียบกับค่าความจริง (Ground Truth) ในรูปแบบตาราง ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าโมเดลทำนายถูกต้องหรือผิดพลาดในแต่ละคลาสมากน้อยเพียงใด

ในการวิจัยนี้เป็นการจำแนกแบบหลายคลาส (Multi-class Classification) จำนวน 3 คลาส ได้แก่ เก่ง ปานกลาง และอ่อน ดังนั้น Confusion Matrix จะมีขนาดเป็น 3 x 3

ตารางที่ 1 โครงสร้าง ตาราง Confusion Matrix 3 คลาส

คลาสจริง \ คลาสที่ทำนาย	**เก่ง (Predicted: Advanced)**	**ปานกลาง (Predicted: Intermediate)**	**อ่อน (Predicted: Beginner)**
เก่ง (Actual: Advanced)	TP_1	FN_{12}	FN_{13}
ปานกลาง (Actual: Intermediate)	FP_{21}	TP_2	FN_{23}
อ่อน (Actual: Beginner)	FP_{31}	FP_{32}	TP_3

โดย

TP_1 (True Positive ของคลาส “เก่ง”) หมายถึง จำนวนตัวอย่างภาพวาดของเด็กปฐมวัยที่มีระดับพัฒนาการจริงอยู่ในกลุ่ม “เก่ง (Advanced)” และแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์สามารถทำนายได้ถูกต้องว่าเป็นกลุ่ม “เก่ง”

TP_2 (True Positive ของคลาส “ปานกลาง”) หมายถึง จำนวนตัวอย่างภาพวาดของเด็กปฐมวัยที่มีระดับพัฒนาการจริงอยู่ในกลุ่ม “ปานกลาง (Intermediate)” และแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์สามารถทำนายได้ถูกต้องว่าเป็นกลุ่ม “ปานกลาง”

TP_3 (True Positive ของคลาส “อ่อน”) หมายถึง จำนวนตัวอย่างภาพวาดของเด็กปฐมวัยที่มีระดับพัฒนาการจริงอยู่ในกลุ่ม “อ่อน (Beginner)” และแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์สามารถทำนายได้ถูกต้องว่าเป็นกลุ่ม “อ่อน”

แถว (Rows) แทนคลาสจริง (Actual Class)

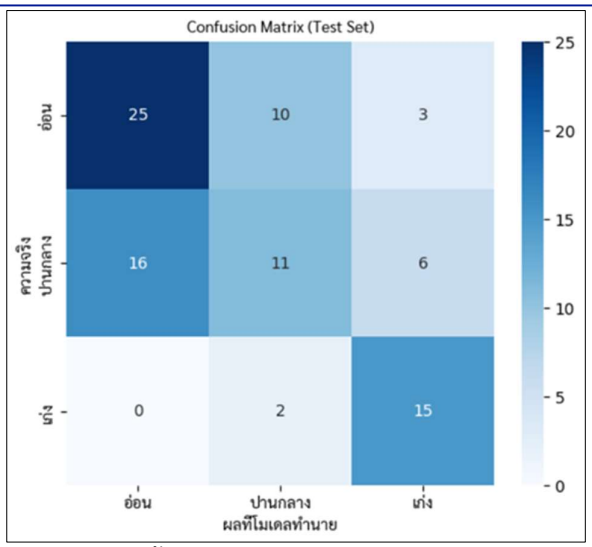
คอลัมน์ (Columns) แทนคลาสที่โมเดลทำนาย (Predicted Class)

ค่า TPi (True Positive) คือจำนวนภาพที่โมเดลทำนายถูกต้องในคลาสที่ i

ค่านอกแนวทแยงมุม (เช่น FN, FP) แสดงความคลาดเคลื่อนของการทำนายระหว่างคลาสต่าง ๆ

ค่าบนแนวทแยงมุมของตาราง (Diagonal) แสดงจำนวนตัวอย่างที่โมเดลทำนายถูกต้องในแต่ละคลาส ขณะที่ค่านอกแนวทแยงมุมแสดงความคลาดเคลื่อนของการทำนายระหว่างคลาสต่าง ๆ เช่น การทำนายคลาส “ปานกลาง” เป็น “เก่ง” หรือ “อ่อน”

Confusion Matrix นี้ใช้สำหรับการจำแนกภาพวาดเด็กปฐมวัยออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ เก่ง ปานกลาง และอ่อน และถูกนำมาใช้ร่วมกับตัวชี้วัด Accuracy, Precision, Recall และ F1-score เพื่อประเมินสมรรถนะของแบบจำลองอย่างครอบคลุม

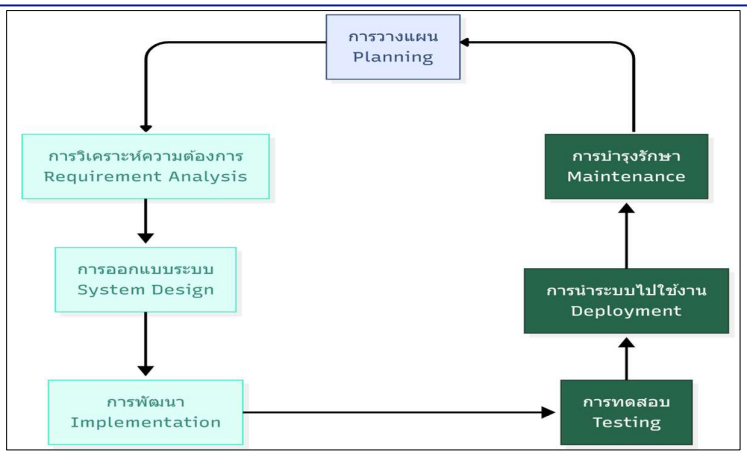


ภาพที่ 6: ขั้นตอนการประเมินประสิทธิภาพโมเดล

ขั้นตอนการประเมินประสิทธิภาพโมเดล แสดงผลลัพธ์การประเมินแบบจำลองด้วย Confusion Matrix บนชุดทดสอบ (Test Set) ซึ่งถูกสร้างขึ้นจากการรันแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ในสภาพแวดล้อมการพัฒนาเชิงการเรียนรู้ของเครื่อง

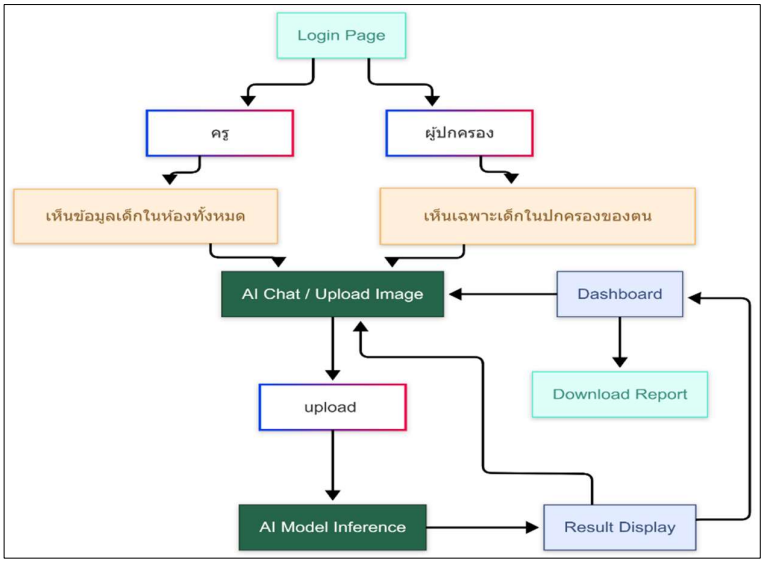
ในการวิจัยนี้ แบบจำลองถูกพัฒนาและฝึกด้วย ภาษา Python โดยใช้ไลบรารี TensorFlow (Keras API) สำหรับการสร้างและประเมินแบบจำลองการจำแนกหลายคลาส (3-class classification) และใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลของ Python เช่น NumPy และ Matplotlib/Seaborn เพื่อคำนวณตัวชี้วัดและแสดงผล Confusion Matrix เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของโมเดลอย่างเป็นระบบ

4.5 การออกแบบและพัฒนาระบบเว็บเบสการพัฒนาระบบในงานวิจัยนี้ดำเนินการในรูปแบบ เว็บเบสแอปพลิเคชันเพื่อเป็นเครื่องมือในการทดสอบการใช้งานแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์กับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ครูปฐมวัยและผู้ปกครอง โดยออกแบบระบบให้สามารถรองรับกระบวนการอัปโหลดภาพวาด การประมวลผลด้วยแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ และการแสดงผลการประเมินพัฒนาการเด็กในรูปแบบที่เข้าใจง่าย



ภาพที่ 7 : ภาพวงจรการพัฒนาระบบ

แนวคิด System Development Life Cycle (SDLC) ตามภาพวงจรเป็นกรอบการพัฒนาระบบแบบเป็นขั้นตอนและวนรอบ เริ่มจากการวางแผน (Planning) เพื่อกำหนดเป้าหมาย ขอบเขต และทรัพยากรของโครงการ จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการ (Requirement Analysis) เพื่อรวบรวมความต้องการจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและกำหนดฟังก์ชันที่จำเป็น นำไปสู่การออกแบบระบบ (System Design) ซึ่งครอบคลุมโครงสร้างระบบ การไหลของข้อมูล และการออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ ต่อด้วยการพัฒนา (Implementation) เพื่อสร้างระบบตามแบบที่กำหนดไว้ เมื่อพัฒนาระบบแล้วจะเข้าสู่ขั้นการทดสอบ (Testing) เพื่อประเมินความถูกต้อง ประสิทธิภาพ และความเสถียรก่อนนำระบบไปใช้งานจริงในขั้นการนำระบบไปใช้งาน (Deployment) และสุดท้ายคือการบำรุงรักษา (Maintenance) เพื่อปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง โดยขั้นตอนทั้งหมดเชื่อมโยงกันเป็นวงจรที่สามารถย้อนกลับไปวางแผนใหม่ได้ตามผลการใช้งานจริง ทำให้ระบบมีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 8 : UX Wireframe

4.5.1 วิเคราะห์การออกแบบ Use Case และ UX/UI ของระบบ การออกแบบระบบเริ่มจากการกำหนด Use Case เพื่อแสดงบทบาทและการทำงานของผู้ใช้งานแต่ละกลุ่ม ได้แก่ ครูปฐมวัย ผู้ปกครอง Use Case หลักของระบบประกอบด้วย การเข้าสู่ระบบ (Login) การอัปโหลดภาพวาดเด็ก การประมวลผลภาพด้วยแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ การแสดงผลระดับพัฒนาการ และการดูผลย้อนหลังเพื่อใช้ในการติดตามพัฒนาการเด็กอย่างต่อเนื่อง

ในด้าน User Experience (UX) และ User Interface (UI) ระบบถูกออกแบบให้มีโครงสร้างหน้าจอที่เรียบง่าย ลดความซับซ้อนของขั้นตอนการใช้งาน และเน้นการสื่อสารผลลัพธ์ด้วยข้อความและองค์ประกอบภาพที่เข้าใจได้ง่าย เพื่อให้เหมาะสมกับผู้ใช้งานที่มีพื้นฐานด้านเทคโนโลยีแตกต่างกัน ภาพที่ 9 และภาพที่ 10 แสดงขั้นตอนการพัฒนาและโครงสร้างการทำงานในระบบเว็บเบสที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการทดสอบกับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยระบบส่วนติดต่อผู้ใช้พัฒนาด้วย Laravel Web Framework (PHP) ทำงานร่วมกับ FastAPI (Python) สำหรับการเรียกใช้งานแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ผ่าน RESTful API ขณะที่กระบวนการประมวลผลภาพและการทำนายผลใช้แบบจำลองที่พัฒนาด้วย TensorFlow/Keras ทั้งระบบถูกออกแบบและจัดการโครงสร้างการทำงานด้วยแนวคิดในการออกแบบระบบประเมินอัตโนมัติซึ่งในงานวิจัยนี้พัฒนาสอดคล้องกับแนวทางของงานวิจัยล่าสุดที่ใช้โครงข่ายประสาทเทียมเชิงลึกในการวิเคราะห์งานวาดของเด็กเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความสม่ำเสมอและลดอคติจากผู้ประเมิน (Wang et al., 2025)

4.5.2 การทดสอบระบบและการประเมินผลการใช้งาน ภายหลังการพัฒนาต้นแบบระบบ เว็บเบสระบบถูกนำไปทดสอบการใช้งานกับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อประเมินความเหมาะสมของการออกแบบและการทำงานของระบบในภาพรวม การทดสอบครอบคลุมทั้งความถูกต้องของผลลัพธ์จากแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ ความสะดวกในการใช้งาน ความรวดเร็วในการประมวลผล และความเหมาะสมของระบบต่อการติดตามพัฒนาการเด็กปฐมวัย

ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบระบบถูกนำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อสะท้อนแนวโน้มการใช้งานและความคิดเห็นของผู้ใช้ และใช้ประกอบการอภิปรายผลการวิจัยในด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ผ่านระบบเว็บเบสในบริบทการศึกษาปฐมวัย

จริยธรรมการวิจัย การดำเนินการวิจัยนี้คำนึงถึงหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และการคุ้มครองสิทธิเด็กเป็นสำคัญ โดยประชากรในกลุ่มวิจัยประกอบด้วยเด็กปฐมวัยระดับชั้นอนุบาล 1–3 อายุระหว่าง 3–6 ปี จากโรงเรียนในเขตจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้หลักสูตรการศึกษาปฐมวัยแห่งชาติ กลุ่มตัวอย่างได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 150 คน แบ่งเป็นอนุบาล 1 จำนวน 50 คน อนุบาล 2 จำนวน 50 คน และอนุบาล 3 จำนวน 50 คน เพื่อให้ครอบคลุมช่วงวัยและระดับพัฒนาการที่แตกต่างกัน

การเก็บข้อมูลดำเนินการภายใต้ความยินยอมของผู้ปกครองและความร่วมมือจากสถานศึกษา โดยผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากโรงเรียนกลุ่มตัวอย่างในการจัดกิจกรรมวาดภาพตามเครื่องมือวิจัยที่ออกแบบ

ขึ้น ซึ่งดำเนินการโดยครูอาสาสมัครวิจัยภายในสถานศึกษา ทั้งนี้ ผู้วิจัยมิได้มีปฏิสัมพันธ์กับเด็กปฐมวัยโดยตรงในทุกขั้นตอนของการเก็บข้อมูล เพื่อคำนึงถึงสิทธิและความปลอดภัยของเด็กเป็นสำคัญ

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลภาพวาดของเด็กโดยไม่ปรากฏข้อมูลระบุตัวตน (Non-identifiable Data) และไม่มีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อ–นามสกุล หรือข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงกลับไปยังตัวเด็กหรือครอบครัวได้ การจัดเก็บและการใช้ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ทางการวิจัยเท่านั้น และปฏิบัติตามหลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล PDPA

รายละเอียดกระบวนการเก็บข้อมูลและตัวอย่างผลงานภาพวาดของเด็กที่ใช้เป็นข้อมูลดิบในการวิจัยแสดงไว้ในเอกสารประกอบการวิจัยและภาพที่ 5 ตัวอย่างข้อมูลดิบ

ผลการวิจัย (Results)

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพของระบบการมองเห็นของเครื่องและการประมวลผลภาพ เพื่อประเมินผลการเรียนรู้ที่สมวัยในเด็กปฐมวัยระดับอนุบาล 1–3 ผ่านการทดสอบแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ (AI) บนโจทย์การวาดเส้นและรูปทรงเรขาคณิตตามคู่มือประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยของกระทรวงศึกษาธิการ โดยผลการวิจัยสามารถแสดงตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนาแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์และทดสอบความแม่นยำของแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถจำแนกประเภทภาพวาดของเด็กอนุบาล 1-3 ตามโจทย์มาตรฐาน

1.1 ประเมินประสิทธิภาพแบบจำลอง

โมเดล EfficientNetV2-S ที่ปรับแต่งด้วยข้อมูลภาพวาดของเด็กทั้งสามระดับชั้น ได้รับการฝึกโดยใช้ชุดข้อมูลแบ่งเป็น Training set, Validation set และ Test set ผลการประเมินในขั้นทดสอบแสดงให้เห็นว่า โมเดลสามารถจำแนกภาพวาดออกเป็น 3 ประเภท “เก่ง”, “ปานกลาง” และ “อ่อน” ได้อย่างแม่นยำ โดยค่าความแม่นยำ (Accuracy) บนชุดทดสอบอยู่ที่ 61% และมีค่า Loss บนชุดทดสอบ (Validation Loss) อยู่ในช่วง 0.83–1.04 ตลอดกระบวนการฝึก

โดย

Accuracy ≥ 0.90 : ระดับความแม่นยำ สูงมาก (Very High Accuracy)

Accuracy ระหว่าง 0.80 – 0.89 : ระดับความแม่นยำ สูง (High Accuracy)

Accuracy ระหว่าง 0.70 – 0.79 : ระดับความแม่นยำ ปานกลางค่อนข้างสูง (Moderate Accuracy)

Accuracy ระหว่าง 0.60 – 0.69 : ระดับความแม่นยำ ปานกลาง (Moderate Accuracy)

Accuracy < 0.60 : ระดับความแม่นยำ ต่ำ (Low Accuracy)

จากผลการทดสอบแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ในงานวิจัยนี้ พบว่าแบบจำลอง EfficientNetV2-S ให้ค่าความแม่นยำบนชุดทดสอบ (Test Set Accuracy) เท่ากับ 0.61 ซึ่งจัดอยู่ในระดับ ความแม่นยำปานกลาง (Moderate Accuracy) ตามเกณฑ์ดังกล่าว

แม้ว่าค่าความแม่นยำโดยรวมของแบบจำลองจะอยู่ที่ร้อยละ 61 ซึ่งยังไม่อยู่ในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับงานด้านการจำแนกภาพทั่วไป อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในบริบทของการประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยจากภาพวาดซึ่งเป็นข้อมูลเชิงพฤติกรรมที่มีความแปรปรวนสูง ผลลัพธ์ดังกล่าวถือว่าอยู่ในระดับที่สามารถนำไปใช้เป็น เครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support Tool) ได้

เนื่องจากภาพวาดของเด็กปฐมวัยมีลักษณะไม่ตายตัว ขึ้นกับพัฒนาการรายบุคคล สภาพแวดล้อม และปัจจัยด้านอารมณ์ในขณะทำกิจกรรม การที่แบบจำลองสามารถจำแนกระดับพัฒนาการออกเป็น 3 ระดับ (เก่ง ปานกลาง และอ่อน) ได้ด้วยความแม่นยำระดับปานกลาง แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของระบบในการช่วยครูคัดกรองและติดตามพัฒนาการเด็กในภาพรวม ลดภาระการประเมินด้วยสายตามนุษย์ และใช้เป็นข้อมูลประกอบการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการต่อไป

นอกจากนี้ การแสดงกราฟ Training Accuracy, Validation Accuracy และ Loss ช่วยยืนยันว่าแบบจำลองมีพฤติกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกันระหว่างชุดฝึกและชุดตรวจสอบ โดยไม่พบแนวโน้มการเกิด overfitting อย่างรุนแรง ซึ่งสะท้อนถึงความเสถียรของแบบจำลองภายใต้ข้อจำกัดของจำนวนข้อมูลในงานวิจัยนี้

1.2 ค่าตัวชี้วัดประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์ Classification Report พบว่า Precision = 0.58, Recall = 0.61, และ F1-score = 0.59 ซึ่งสะท้อนถึงความสมดุลระดับปานกลางของโมเดลระหว่างการทำนายที่ถูกต้องและการลดข้อผิดพลาดประเภทต่าง ๆ

1.3 ผลการฝึกสอนแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์

ผลการฝึกสอนแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์สถาปัตยกรรม EfficientNetV2-S โดยกำหนดจำนวนรอบการฝึก (Epochs) หลายช่วง ได้แก่ 10, 25, 50 และ 100 Epochs แสดงให้เห็นว่า ค่าความแม่นยำของชุดฝึก (Training Accuracy) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามจำนวนรอบการฝึก และมีค่าสูงสุดที่ 87.0% ในช่วงการฝึกที่มีจำนวน Epochs สูง

ในขณะที่ ค่าความแม่นยำของชุดตรวจสอบ (Validation Accuracy) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงต้นของการฝึก และเริ่มมีความผันผวนเมื่อเพิ่มจำนวน Epochs โดยมีค่าสูงสุดที่ 55.68% ซึ่งสะท้อนว่าแบบจำลองสามารถเรียนรู้รูปแบบของข้อมูลได้ในระดับหนึ่ง แต่เมื่อเพิ่มจำนวนรอบการฝึกมากเกินไป ประสิทธิภาพบนชุดตรวจสอบไม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการฝึกในช่วง 10 Epochs แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการเรียนรู้ โดยค่า Training Accuracy เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ค่า Validation Accuracy ยังอยู่ในระดับต่ำ และค่า Loss ของชุดตรวจสอบยังคงสูง สะท้อนถึงลักษณะการเรียนรู้ที่ยังไม่เพียงพอ (underfitting) สำหรับการจำแนกข้อมูลภาพวาดที่มีความซับซ้อน

เมื่อเพิ่มจำนวนรอบการฝึกเป็น 25 Epochs พบว่า Training Accuracy และ Validation Accuracy มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน และค่า Validation Loss ลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองสามารถเรียนรู้รูปแบบของข้อมูลได้ดีขึ้น และเริ่มเข้าใกล้ประสิทธิภาพที่เหมาะสมต่อการใช้งานจริง

ผลการฝึกในช่วง 50 Epochs แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองมีพฤติกรรมการเรียนรู้ที่ มีเสถียรภาพมากขึ้น โดยค่า Training Accuracy เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ขณะที่ค่า Validation Accuracy เริ่มอิ่มตัวและมีความผันผวนน้อยลง ค่า Validation Loss อยู่ในระดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับช่วงการฝึกอื่น สะท้อนว่าแบบจำลองเข้าสู่จุดสมดุลของการเรียนรู้ (convergence)

เมื่อเพิ่มจำนวนรอบการฝึกเป็น 100 Epochs พบว่า Training Accuracy ยังคงเพิ่มขึ้น แต่ค่า Validation Accuracy ไม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และค่า Validation Loss มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย สะท้อนถึงการเริ่มเกิด overfitting ซึ่งบ่งชี้ว่าการเพิ่มจำนวนรอบการฝึกมากเกินไปไม่ได้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของแบบจำลองในชุดข้อมูลที่ไม่เคยเห็นมาก่อน

ตารางที่ 2 ผลการฝึกแบบจำลองที่จำนวนรอบ 10 Epochs

Epoch	Training Accuracy	Validation Accuracy	Training Loss	Validation Loss
8	0.52	0.50	1.18	1.15
9	0.54	0.52	1.12	1.09
10	0.56	0.53	1.06	1.04
25	0.64	0.60	0.88	0.87
50	0.71	0.62	0.77	0.83
100	0.77	0.60	0.70	0.88

จากการเปรียบเทียบผลการฝึกแบบจำลองในช่วงจำนวนรอบการฝึก 10, 25, 50 และ 100 Epochs พบว่า การฝึกที่จำนวน 50 Epochs ให้ผลการเรียนรู้ที่เหมาะสมที่สุด โดยมีความสมดุลระหว่างค่า Training Accuracy และ Validation Accuracy และมีค่า Validation Loss ต่ำและมีเสถียรภาพมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงอื่น ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเลือกใช้แบบจำลองที่ฝึกด้วยจำนวน 50 Epochs สำหรับการประเมินประสิทธิภาพและการนำไปประยุกต์ใช้งานต่อไป

1.4 ผลการประเมิน

1.4.1 ผลการประเมินแยกตามคลาสของแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์

1) กลุ่ม “อ่อน”: Precision = 0.58, Recall = 0.74, F1-score = 0.65, จำนวนข้อมูลทดสอบ 38 ตัวอย่าง

2) กลุ่ม “ปานกลาง”: Precision = 0.52, Recall = 0.33, F1-score = 0.41, จำนวนข้อมูลทดสอบ 33 ตัวอย่าง

3) กลุ่ม “เก่ง”: Precision = 0.68, Recall = 0.76, F1-score = 0.72, จำนวนข้อมูลทดสอบ 17 ตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ผลการประเมินแยกตามคลาส

กลุ่ม	Precision	Recall	F1-score	จำนวนข้อมูลทดสอบ
อ่อน	0.58	0.74	0.65	38
ปานกลาง	0.52	0.33	0.41	33
เก่ง	0.68	0.76	0.72	17

1.4.2 ผลการประเมินรวมของแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์

1) ค่า Accuracy ของโมเดลโดยรวม = **0.61**
2) ค่า Precision (Macro Average) = **0.59**, Weighted Average = **0.57**
3) ค่า Recall (Macro Average) = **0.61**, Weighted Average = **0.58**
4) ค่า F1-score (Macro Average) = **0.59**, Weighted Average = **0.57**
5) จำนวนข้อมูลทดสอบทั้งหมด = **88 ตัวอย่าง**

ตารางที่ 4 ผลการประเมินประสิทธิภาพโมเดล

Metric	Macro Average	Weighted Average	Accuracy
Precision	0.59	0.57	–
Recall	0.61	0.58	–
F1-score	0.59	0.57	–
Accuracy (รวมทุกคลาส)	–	–	0.61

1.4.3 ผลจาก Confusion Matrix

ผลการวิเคราะห์ Confusion Matrix แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองสามารถจำแนกกลุ่ม “อ่อน” และ “เก่ง” ได้ค่อนข้างชัดเจน ขณะที่กลุ่ม “ปานกลาง” มีความสับสนกับทั้งสองกลุ่มมากที่สุด ซึ่งสะท้อนถึงลักษณะพัฒนาการที่อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านและมีความใกล้เคียงกับกลุ่มอื่น ผลดังกล่าวสอดคล้องกับธรรมชาติของข้อมูลพัฒนาการเด็กปฐมวัยและไม่ถือเป็นความผิดพลาดของแบบจำลองโดยตรง

ตารางที่ 5 ผลจาก Confusion Matrix

Actual \ Predicted	อ่อน	ปานกลาง	เก่ง	รวม
อ่อน (38)	25	10	3	38
ปานกลาง (33)	16	11	6	33
เก่ง (17)	0	2	15	17

โดยสรุป แบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ที่พัฒนาขึ้นมีค่าตัวชี้วัด Precision, Recall และ F1-score อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเพียงพอสำหรับการประยุกต์ใช้ในระบบเว็บเบสเพื่อสนับสนุนครูและผู้เกี่ยวข้องในการติดตามพัฒนาการเด็กปฐมวัยในภาพรวม ลดภาระการประเมินด้วยสายตามนุษย์ และเพิ่มความเป็นระบบของกระบวนการประเมิน

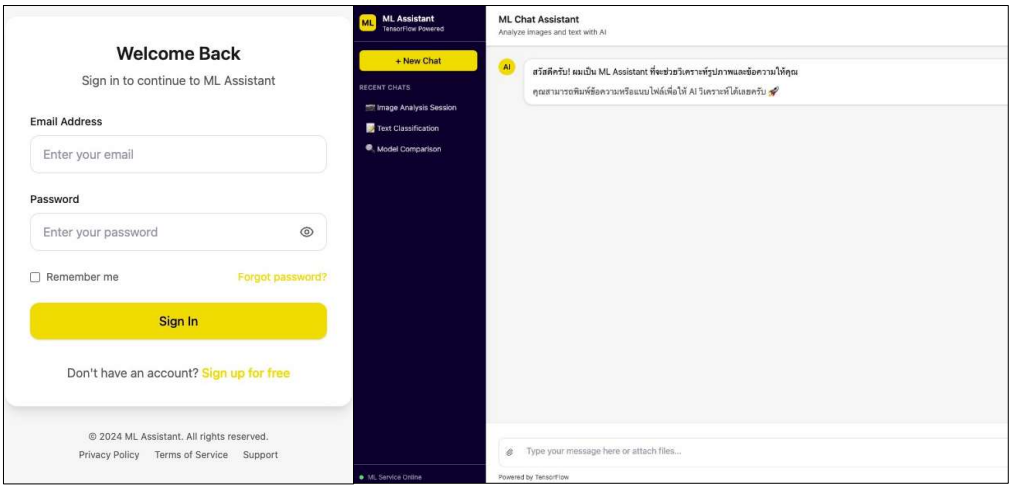
1.4.4 การตีความผลความแม่นยำในเชิงบริบทการใช้งานจริง

เมื่อพิจารณาผลลัพธ์ในบริบทของการประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยจากภาพวาด ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงพฤติกรรมที่มีความแปรปรวนสูง ค่าความแม่นยำระดับดังกล่าวถือว่าเพียงพอสำหรับการนำไปใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support Tool) เพื่อช่วยครูในการคัดกรองและติดตามพัฒนาการเด็กในภาพรวม โดยไม่มุ่งใช้แทนการประเมินของผู้เชี่ยวชาญโดยตรง

2. การประเมินความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ในระบบเว็บเบส

2.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

หลังจากได้ออกแบบและพัฒนาตัวต้นแบบระบบเว็บเบสตามโครงสร้างการทำงานดังแสดงในภาพที่ 8 และได้มาซึ่งเว็บเบสดังภาพที่ 9 แล้ว ผู้วิจัยได้นำระบบดังกล่าวไปใช้ในการทดลองกับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ครูประจำชั้นและผู้ปกครอง เพื่อประเมินความพึงพอใจในการใช้งานแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์และระบบสนับสนุนการประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัย โดยระบบถูกออกแบบให้รองรับบทบาทผู้ใช้งานที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ครูสามารถเข้าถึงข้อมูลเด็กทั้งหมดในห้องเรียน ขณะที่ผู้ปกครองสามารถเข้าดูเฉพาะข้อมูลของบุตรหลานของตนเอง ซึ่งช่วยสร้างความเหมาะสมด้านสิทธิการเข้าถึงและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล



ภาพที่ 9: ภาพตัวอย่าง ตัวต้นแบบเว็บเบสเพื่อใช้ในการทดลองในกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง(1)

กระบวนการใช้งานระบบเริ่มจากการ Login จากนั้นผู้ใช้สามารถอัปโหลดภาพผลงานเด็กผ่านโมดูล AI Chat / Upload Image ซึ่งเชื่อมต่อกับแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์เพื่อประมวลผลอัตโนมัติ ผลการประเมินจะแสดงในหน้า Result Display และสามารถสรุปเป็นรายงานดาวน์โหลดได้ผ่าน Dashboard ระบบ

นี้ถูกใช้ประเมินประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้ใช้ในด้านความสะดวก ความชัดเจน ความรวดเร็ว และประโยชน์ต่อการติดตามพัฒนาการเด็ก

ผลจากการประเมินความพึงพอใจผู้ใช้งานสะท้อนให้เห็นว่าการนำแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์มาบูรณาการเข้ากับระบบเว็บเบสช่วยลดภาระการประเมินของครู เพิ่มความเข้าใจของผู้ปกครองต่อพัฒนาการของเด็ก และสนับสนุนการนำผลการประเมินไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการเด็กได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการนำระบบต้นแบบดังกล่าวไปประยุกต์ใช้จริงในบริบทสถานศึกษาปฐมวัยต่อไปในอนาคต

2.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบเว็บเบสดำเนินการผ่านแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ครอบคลุมประเด็นด้านความแม่นยำ ความสะดวกในการใช้งาน ความรวดเร็ว และความเหมาะสมของระบบต่อการติดตามพัฒนาการเด็ก ผลการประเมินสรุปได้ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 6 ผลจากการประเมินความพึงพอใจผู้ใช้งานแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์

ประเด็นประเมิน	รายละเอียด	ค่าเฉลี่ยคะแนน (1–5)	การตีความ
ความแม่นยำของโมเดล AI	ผู้ใช้เห็นว่าระบบสามารถจำแนกผลงานเด็กได้ถูกต้องและน่าเชื่อถือ	4.65	คะแนนสูง สะท้อนว่า AI พร้อมต่อยอด
ความสะดวกในการใช้งาน	ระบบใช้ง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะกับครูและผู้ปกครอง	4.45	แสดงว่าควรขยายสู่ Web-based เพื่อเข้าถึงได้กว้างขึ้น
ความรวดเร็วในการประมวลผล	การประเมินใช้เวลาไม่นาน สามารถแสดงผลแบบทันที	4.50	ชี้ว่าความเร็วของ AI เหมาะกับการใช้งานจริงผ่านเว็บ
ความเหมาะสมต่อการประเมินเด็ก	ระบบให้ผลที่ช่วยครูติดตามพัฒนาการเด็กได้	4.75	คะแนนสูง ยืนยันประโยชน์ต่อการศึกษา
ความต้องการใช้งานต่อในรูปแบบเว็ป (Web-based)	ผู้ใช้เห็นว่าควรทำให้เข้าถึงได้ผ่านอินเทอร์เน็ต	4.85	ชี้ชัดว่า มีความจำเป็นต้องพัฒนาเป็น Web-based

2.3 ข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ครูปฐมวัย เห็นว่าระบบ AI ช่วยลดภาระงานในการประเมินผลงานเด็กได้อย่างมีนัยสำคัญ ทำให้สามารถจัดสรรเวลาไปออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีความกังวลเกี่ยวกับความแม่นยำในการจำแนกกลุ่ม “ปานกลาง” และ “อ่อน” ซึ่งมีลักษณะพัฒนาการใกล้เคียงกัน

ผู้ปกครอง มองว่าระบบเว็บเบสช่วยเพิ่มความสะดวกในการติดตามพัฒนาการบุตรหลานจากที่บ้าน และช่วยเพิ่มความโปร่งใสของกระบวนการประเมิน ลดความกังวลเกี่ยวกับความไม่สม่ำเสมอจากการประเมินด้วยดุลยพินิจของบุคคล

ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็ก ให้ข้อเสนอแนะว่าระบบควรถูกใช้เป็นเครื่องมือเสริม ไม่ใช่เครื่องมือทดแทนการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจากพัฒนาการเด็กมีหลายมิติที่ไม่สามารถสะท้อนผ่านภาพวาดเพียงอย่างเดียว และเสนอให้บูรณาการกรอบแนวคิดด้าน 3R8C และ EF ในการพัฒนาระบบในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลอง EfficientNetV2-S สามารถจำแนกภาพวาดเด็กอนุบาล 1–3 เป็นกลุ่ม “เก่ง”, “ปานกลาง” และ “อ่อน” ได้ด้วยความแม่นยำรวมร้อยละ 61 จัดอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาความแปรปรวนและความทับซ้อนของลักษณะภาพ ค่า Loss ช่วง 0.83–1.04 สะท้อนว่าสามารถเรียนรู้โครงสร้างภาพได้ระดับหนึ่ง แต่ยังจำแนกระหว่างกลุ่ม “อ่อน” กับ “ปานกลาง” ได้ยาก สอดคล้องกับผล Confusion Matrix และแนวคิดของ Piaget ที่ชี้ว่าพัฒนาการในวัยใกล้เคียงกันมักแตกต่างเพียงเล็กน้อย ขณะที่กลุ่ม “เก่ง” มีลักษณะเด่นชัดจึงจำแนกได้แม่นยำกว่า ในขณะที่ความต่างระหว่าง Training และ Validation Accuracy บ่งชี้ความเสี่ยงของ overfitting จึงควรเพิ่มความหลากหลายข้อมูลและใช้ Data Augmentation เพื่อเสริมความสามารถในการทั่วไป ทั้งนี้ ผลลัพธ์สนับสนุนว่า AI ควรเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจ ไม่ใช่ทดแทนผู้เชี่ยวชาญโดยสมบูรณ์

ในด้านการประยุกต์ใช้ ระบบเว็บเบสที่ผสานแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์สามารถประเมินผลได้ภายในไม่กี่วินาทีต่อภาพ ช่วยลดภาระครูและเพิ่มความสม่ำเสมอในการประเมิน ผลการประเมินความพึงพอใจและการสัมภาษณ์พบว่าครูและผู้ปกครองเห็นคุณค่าในฐานะเครื่องมือสนับสนุนการติดตามพัฒนาการอย่างโปร่งใส ขณะที่ผู้เชี่ยวชาญย้ำว่าควรใช้เป็นเครื่องมือเสริม ไม่ใช่ทดแทนการประเมินของมนุษย์ โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป ได้แก่ การบูรณาการกรอบ 3R8C และ EF เพื่อสะท้อนพัฒนาการในมิติที่กว้างและลึกยิ่งขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานจริงในสถานศึกษาปฐมวัย

สรุป (Conclusion)

การพัฒนาแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์เพื่อประเมินภาพวาดเด็กปฐมวัย แม้จะยังมีข้อจำกัดด้านความแม่นยำและปัญหา Overfitting ในบางคลาส แต่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการประเมินและสนับสนุนการติดตามพัฒนาการของเด็กได้อย่างต่อเนื่อง เหมาะสำหรับการประยุกต์ใช้ในระบบ**เว็บเบส**เพื่อลดภาระงานของครู เพิ่มความรวดเร็วและความสม่ำเสมอของการให้คะแนน การเพิ่มจำนวนข้อมูลชุดฝึกและการใช้เทคนิค Data Augmentation มีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับความแม่นยำและการทั่วไปของโมเดล ขณะเดียวกันผลการสัมภาษณ์และการเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่นยังยืนยันคุณค่าของระบบในเชิงปฏิบัติและเสนอแนวทางการพัฒนาในอนาคตที่ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อรองรับการใช้งานจริงในโรงเรียนและศูนย์พัฒนาเด็กปฐมวัยในบริบทของการศึกษาไทย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัย ระบบประเมินภาพวาดด้วยปัญญาประดิษฐ์สามารถประยุกต์ใช้ในสถานศึกษาเป็นเครื่องมือเสริมครู ช่วยลดภาระงาน เพิ่มความสม่ำเสมอของผลลัพธ์ และสนับสนุนการติดตามพัฒนาการรายบุคคล หน่วยงานการศึกษาควรพัฒนาฐานข้อมูลและกำหนดมาตรฐานด้านการจัดเก็บและคุ้มครองข้อมูล เพื่อให้การใช้เทคโนโลยีมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ควบคู่กับการอบรมครูและบูรณาการระบบกับแพลตฟอร์มการศึกษาเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในอนาคตควรเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของข้อมูลจากหลายบริบท เพื่อเสริมความสามารถในการทั่วไปของแบบจำลอง รวมถึงการผสมผสานการประเมินจากหลายมิติ เช่น พฤติกรรม การใช้ภาษา และทักษะ EF เพื่อสะท้อนพัฒนาการเด็กอย่างรอบด้าน นอกจากนี้ ควรศึกษาการนำระบบไปใช้งานในสถานการณ์จริงและพัฒนากลไก Explainable AI เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและความเชื่อมั่นของครูและผู้ปกครองในการใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์เพื่อการศึกษา

เอกสารอ้างอิง (References)

de Belen, R. A. J., Bednarz, T., Sowmya, A., & Del Favero, D. (2020). Computer vision in autism spectrum disorder research. *Translational Psychiatry*, *10*(1), 333. https://doi.org/10.1038/s41398-020-01015-w

Chen, L., Xu, Y., & Zhang, H. (2021). Web-based deep learning system for automated childhood handwriting assessment: Accuracy evaluation and feasibility study. *Computers in Human Behavior*, 120, 106734. https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106734

Dosovitskiy, A., Beyer, L., Kolesnikov, A., Weissenborn, D., Zhai, X., Unterthiner, T., Dehghani, M., Minderer, M., Heigold, G., Gelly, S., Uszkoreit, J., & Houlsby, N. (2021). *An image is worth 16×16 words: Transformers for image recognition at scale.* In Proceedings of the International Conference on Learning Representations (ICLR). https://doi.org/10.48550/arXiv.2010.11929

Feng, X., Li, Y., & Zhou, W. (2024). Comprehensive assessment and early prediction of gross motor performance in toddlers with graph convolutional networks–based deep learning. *JMIR Formative Research*, *8,* e51996. https://doi.org/10.2196/51996

He, K., Zhang, X., Ren, S., & Sun, J. (2016).*Deep residual learning for image recognition*. In Proceedings of the IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR) (pp. 770–778). https://doi.org/10.1109/CVPR.2016.90

Liu, H., Wang, S., & Zhang, Y. (2023). AI-assisted research on intelligent evaluation system for preschool education. *Education and Information Technologies*, *28*, 11589–11605. https://doi.org/10.1007/s10639-023-11875-6

Nguyen, T., & Chen, L. (2023). The key artificial intelligence technologies in early childhood education: Opportunities and challenges. *Artificial Intelligence Review, 56*, 12871–12899. https://doi.org/10.1007/s10462-023-10637-7

Puckett, M. B., & Black, J. K. (2020). *The young child: Development from prebirth through age eight* (7th ed.). Pearson Education.

Reinhart, L., Bischops, A. C., Kerth, J.-L., Hagemeister, M., Heinrichs, B., Eickhoff, S. B., Dukart, J., Konrad, K., Mayatepek, E., & Meissner, T. (2024). Artificial intelligence in child development monitoring: A systematic review on usage, outcomes and acceptance. *Intelligence-Based Medicine*, *9*, 100134. https://doi.org/10.1016/j.ibmed.2024.100134

Sandler, M., Howard, A., Zhu, M., Zhmoginov, A., & Chen, L.-C. (2018). *MobileNetV2: Inverted residuals and linear bottlenecks*. In Proceedings of the IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR) (pp. 4510–4520). https://doi.org/10.1109/CVPR.2018.00474

Shen, S., Zhou, Y., & Li, J. (2023). Multiview child motor development dataset for AI-driven analysis. *GigaScience, 12*(1), giad039. https://doi.org/10.1093/gigascience/giad039

Skinner, B. F. (1953). Science and human behavior. Free Press.

Trilling, B., & Fadel, C. (2009). 21st century skills: Learning for life in our times. Jossey-Bass.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.

Wang, S., Liu, W., Wang, J., Yi, Y., & Xu, J. (2025*). DrawAA-Net: An AI-supported evaluation tool for children's drawings. In Proceedings of the International Conference on Artificial Intelligence in Education* (AIED 2025) (pp. 309–322). Lecture Notes in Computer Science (LNAI, Vol. 15877). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-98414-3_22

Ye, J., Wang, C., & Wu, Y. (2018). Computer vision analysis captures atypical attention in toddlers with autism spectrum disorder. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, 57*(11), 896–904. https://doi.org/10.1016/j.jaac.2018.07.879

Zhang, Y., Wang, M., He, J., Li, N., Zhou, Y., & Huang, H. (2024).

AestheNet: Revolutionizing aesthetic perception diagnosis in education with hybrid deep nets. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, *17*, 2063–2075. https://doi.org/10.1109/TLT.2024.3405966

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

การใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษา สาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

The Use of Digital Learning Packages to Enhance Digital Technology Skills of Students in the Primary Education Program, Lampang Rajabhat University.

สมิต ค่อยประเสริฐ*

Smith Koiprasoet*

สาขาวิชาพลศึกษาและสุขศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

119, ถนนลำปาง-แม่ทะ ตำบลชมพู อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง, 52100 ประเทศไทย

Physical Education and Health Education Faculty of Education Lampang Rajabhat University,

119, Lampang-Matha Road, Chomphu Sub-district, Mueang Lampang District, Lampang Province, 50300 Thailand

***รับบทความ**: 17 เมษายน 2568 **ปรับปรุงบทความ**: 16 พฤศจิกายน 2568 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ก่อนและหลังการเรียนด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา ชั้นปีที่ 2 หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 56 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างชัดเจน โดยมีร้อยละการพัฒนาเท่ากับ 96.62 แสดงให้เห็นว่าชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลสามารถส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการใช้ชุดการเรียนรู้ อยู่ในระดับดีมาก (μ = 4.55, σ = 0.51) สะท้อนให้เห็นชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพทั้งในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษา

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: tak_smith@hotmail.com

คำสำคัญ

ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล, ทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล, ประถมศึกษา

***Received**: April 16, 2025* ***Revised**: November 16, 2025* ***Accepted**: April 22, 2026*

Abstract

This research aimed to: (1) compare the learning achievement of students enrolled in the Elementary Education Program at Lampang Rajabhat University before and after their engagement with a digital learning package developed to enhance digital technology skills, and (2) this study examined the students' satisfaction with the use of digital learning package designed to enhance digital technology skills. The population consisted of 56 second-year students in the Elementary Education Program enrolled in the first semester of the 2023 academic year. The research instruments comprised instructional lesson plans, a digital learning package, a learning achievement test, and a student satisfaction questionnaire. Data analysis was conducted using the mean, percentage, and standard deviation. The results revealed that: (1) the post-learning mean score was clearly higher than the pre-learning mean score, with a percentage improvement of 96.62. This indicates that the digital learning package effectively enhanced the students' learning achievement. (2) The satisfaction assessment indicated that students' satisfaction with the digital learning package was at a very high level. (μ = 4.55, σ = 0.51) These findings reflect that the developed digital learning package demonstrated effectiveness in enhancing students' academic performance as well as enriching their learning experience.

Keywords

Digital Learning Package, Digital Technology Skills, Elementary Education

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันโลกกำลังก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและส่งผลต่อการดำรงชีวิต การทำงาน และการเรียนรู้ในทุกมิติ เทคโนโลยีดิจิทัลได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม และระบบการศึกษา ประเทศไทยจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนา

ทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล เพื่อให้ประชากรวัยเรียนสามารถปรับตัวและดำรงชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพในโลกยุคใหม่ (กนกพร มาอ้วน, 2564, 0–23

รัฐบาลไทยได้กำหนดนโยบายพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ รวมถึงส่งเสริมให้สถานศึกษาจัดการเรียนรู้โดยบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสอนและขยายโอกาสทางการศึกษา (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553, 1–38) แนวคิดนี้สอดคล้องกับ อรพิม สุขคง (2563, 1–16) ที่กล่าวว่าเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ในยุคสังคมดิจิทัล ผู้เรียนจำเป็นต้องมีความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient: DQ) ซึ่งประกอบด้วยความสามารถในการใช้เทคโนโลยีอย่างปลอดภัย มีจริยธรรม และใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักศึกษาครูที่ต้องใช้เทคโนโลยีเพื่อออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ สร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการสอน สื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และจัดการเรียนรู้ในรูปแบบดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ หากนักศึกษาครูมีพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ไม่เพียงพอ ย่อมส่งผลต่อคุณภาพของการจัดการเรียนรู้และต่อศักยภาพในการพัฒนาเด็กระดับประถมศึกษาในอนาคต โดย Smith (2021) และ UNESCO (2023) ได้ชี้ให้เห็นว่าทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากช่วยเสริมทักษะการคิดขั้นสูง การแก้ปัญหา การสื่อสาร และการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทั้งยังเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการทำงานในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้เรียนที่มีทักษะเหล่านี้จะสามารถปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ดี มีศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรม และสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้และการทำงานได้อย่างมีประสิทธิผล

ทั้งนี้ นักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้ที่จะทำหน้าที่จัดการเรียนการสอนในระดับประถมศึกษา ซึ่งต้องใช้สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีอย่างหลากหลายในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ แต่จากผลการประเมินรายวิชาในปีการศึกษา 2566 พบว่า กลุ่มนักศึกษาดังกล่าวยังมีทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานอย่างมีนัยสำคัญ ขาดทักษะการสร้างสื่อดิจิทัล ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ และเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยผ่านเกณฑ์เพียงร้อยละ 49.25 จากเกณฑ์ร้อยละ 80 ทำให้จำเป็นต้องมีการพัฒนาเครื่องมือหรือสื่อการเรียนรู้ในลักษณะของชุดการเรียนรู้ดิจิทัลที่ช่วยเสริมสร้างทักษะดังกล่าวอย่างเป็นระบบและตรงตามความต้องการของผู้เรียนในบริบทจริง

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการพัฒนา ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่นักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โดยคาดว่าชุดการเรียนรู้ดังกล่าวจะช่วยให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสมในอนาคต

การวิจัยเรื่อง “การใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง” จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของนักศึกษาครูในศตวรรษที่ 21 และเป็นแนวทางหนึ่งในการเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรทางการศึกษาให้พร้อมรับกับสังคมดิจิทัลในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน ด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลสูงกว่าก่อนเรียน
2. นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลอยู่ในระดับมากขึ้นไป

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21

การจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีสมรรถนะและทักษะที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตและทำงานในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Skills) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ สร้างสรรค์องค์ความรู้และพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ที่ยั่งยืน (สมฤดี สุขสมงาม และมณฑา จำปาเหลือง, 2566. 978-994) ในบริบทของประเทศไทย การพัฒนาทักษะดิจิทัลของผู้เรียนถือเป็นเป้าหมายหลักของการปฏิรูปการศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ มีจิตสำนึกทางดิจิทัล และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสม

2. แนวคิดเกี่ยวกับชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล (Digital Learning Package)

ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลเป็นนวัตกรรมการเรียนรู้ที่ผสมผสาน เนื้อหา กิจกรรม และเทคโนโลยี เข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองทุกที่ทุกเวลา โดยมีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความแตกต่างระหว่างบุคคล ชุดการเรียนรู้ลักษณะนี้มักจัดทำในรูปแบบของสื่อมัลติมีเดีย เช่น เว็บไซต์ ระบบจัดการเรียนรู้ (Learning Management System: LMS) วิดีโอการสอน อินโฟกราฟิกหรือสื่อโต้ตอบ (interactive) และเกมการศึกษา (Gamification) ซึ่งช่วยกระตุ้นความสนใจและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน (ณัฐกานต์ ชาติไทย, 2563, 30) ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลที่มีคุณภาพควรออกแบบตามหลักการเรียนรู้

ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม (Active Learning) มีการปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา และสามารถประเมินผลการเรียนรู้ของตนเองได้ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีความหมายและต่อเนื่อง

3. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Learning)

การเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลและสื่อการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยอาศัยเครื่องมือดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ระบบ Learning Management System (LMS) และสื่อโต้ตอบ (interactive) ซึ่งเอื้อต่อการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นและการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Collins & Halverson, 2018, 72) การเรียนรู้ลักษณะนี้ยังส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร และการทำงานร่วมกัน ซึ่งเป็นสมรรถนะสำคัญของพลเมืองดิจิทัลในยุคปัจจุบัน

4. แนวคิดเรื่องทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Skills)

ทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลหมายถึง ความสามารถในการใช้ เข้าใจ และประเมินเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีวิจารณญาณ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานหรือแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ (Redecker, 2017, 115) ตามกรอบแนวคิด Digital Competence Framework for Educators (DigCompEdu) ทักษะดิจิทัลของครูแบ่งออกเป็น 6 ด้านหลัก ได้แก่

1) การมีส่วนร่วมทางดิจิทัล (Professional Engagement)
2) การสร้างและแบ่งปันทรัพยากรดิจิทัล (Digital Resources)
3) การสอนและการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี (Teaching and Learning)
4) การประเมินผลด้วยเทคโนโลยี (Assessment)
5) การส่งเสริมศักยภาพของผู้เรียน (Empowering Learners)
6) การพัฒนาทักษะดิจิทัลของผู้เรียน (Facilitating Learners' Digital Competence)

สำหรับนักศึกษาครู ทักษะเหล่านี้มีความสำคัญต่อการจัดการเรียนรู้ในอนาคต เพราะเป็นพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสอนและการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผู้เรียนในยุคดิจิทัล

5. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล

5.1 ทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Directed Learning Theory)

Knowles (1975) อธิบายว่า ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อสามารถกำหนดเป้าหมาย วิธีการ และจังหวะการเรียนรู้ของตนเองได้ ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลจึงตอบสนองแนวคิดนี้ได้อย่างเหมาะสม เพราะเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเรียนรู้ตามความสนใจและความพร้อมของตน

5.2 ทฤษฎีการเรียนรู้แบบสร้างองค์ความรู้ (Constructivism Theory)

Piaget และ Vygotsky เห็นว่าผู้เรียนสร้างความรู้จากประสบการณ์ของตนเอง และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นจะส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลที่เน้นกิจกรรม การสืบค้น และการใช้เทคโนโลยี จึงส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีความหมายและยั่งยืน (Vygotsky, 1978)

5.3 ทฤษฎีการออกแบบการเรียนการสอน (Instructional Design Theory: ADDIE Model)

Branch (2009) ได้เสนอกรอบการออกแบบการเรียนรู้ที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 Analysis (การวิเคราะห์)

ขั้นที่ 2 Design (การออกแบบ)

ขั้นที่ 3 Development (การพัฒนา)

ขั้นที่ 4 Implementation (การนำไปใช้)

ขั้นที่ 5 Evaluation (การประเมินผล)

โมเดลนี้ช่วยให้การสร้างชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลมีโครงสร้างชัดเจนและประเมินได้ทั้งกระบวนการและผลลัพธ์

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิตยา นาคอินทร์ (2566) วิจัยการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบไฮบริดตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุกด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อส่งเสริมความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับนักศึกษาครู ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ

Kurtz & Peled (2018) ศึกษาผลของการใช้ e-Learning ต่อทักษะดิจิทัลของนักศึกษาครู พบว่า ผู้เรียนมีพัฒนาการในด้านการออกแบบสื่อ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ และการทำงานร่วมกันผ่านเทคโนโลยี

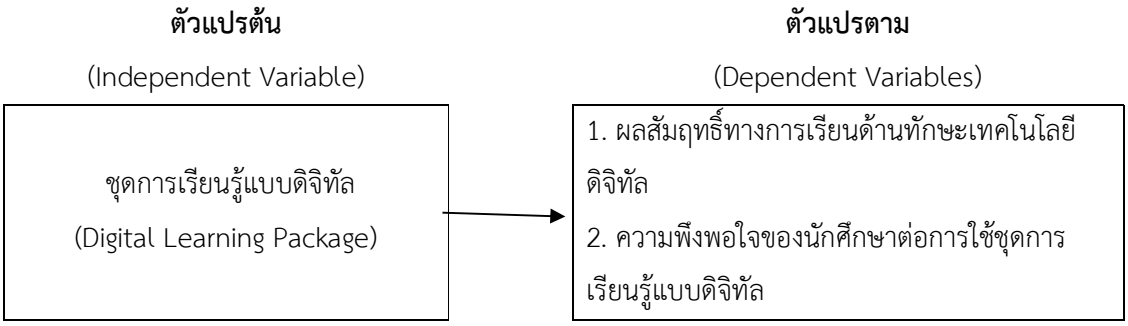
Ng (2019) รายงานว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลแบบมีส่วนร่วม (Participatory Digital Learning) สามารถส่งเสริมทักษะการคิดขั้นสูงและการเรียนรู้ด้วยตนเองในกลุ่มนักศึกษาครูได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7. สรุปแนวคิดและกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลและสื่อโต้ตอบ (interactive media) ช่วยส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kurtz & Peled, 2018; Ng, 2019) โดยกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี ทั้งทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Knowles) และทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ (Piaget, Vygotsky) สนับสนุนการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม สืบค้น และสะท้อนความรู้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ โมเดลการออกแบบเชิงระบบช่วยให้การพัฒนาชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลมีความเป็นระบบและสามารถประเมินผลได้อย่างเป็นรูปธรรม งานวิจัยก่อนหน้ายังชี้ว่าองค์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จของสื่อดิจิทัล ได้แก่ ความน่าสนใจของเนื้อหา ความสะดวกในการใช้งาน การมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา และการประเมินผลที่สะท้อนพัฒนาการของผู้เรียน (Redecker, 2017; DQ Institute, 2019) ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงออกแบบและพัฒนาชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลโดยยึดหลัก Active Learning, สื่อโต้ตอบ และกระบวนการออกแบบเชิงระบบ เพื่อทดสอบประสิทธิผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลและความพึงพอใจของนักศึกษาครูในบริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยนำแนวคิดดังกล่าวมาจัดทำเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองแบบกลุ่มเดียววัดก่อนและหลัง (One-Group Pretest–Posttest Design) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล (Digital Learning Package) ที่นำมาใช้ประกอบการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียนด้วยชุดการเรียนรู้นี้ การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้มุ่งพัฒนาชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลใหม่ แต่เป็นการ นำชุดการเรียนรู้ที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการสอนในรายวิชา มาทดลองใช้กับนักศึกษา และประเมินผลที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน โดยประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน และความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการใช้ชุดการเรียนรู้ดังกล่าว ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา ชั้นปีที่ 2 หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 56 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรทั้งหมดจำนวน 56 คน ที่ผู้วิจัยเลือกโดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากนักศึกษากลุ่มนี้ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลและตรงตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด

(หมายเลขรับรองจริยธรรมการวิจัย : IRBCMRU 2023/329.05.10)

ตัวแปรในการวิจัย

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล (Digital Learning Package)
2. ตัวแปรตาม ได้แก่
   2.1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล
   2.2 ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่

1.1 ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล (Digital Learning Package) พัฒนาขึ้นเพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วยเนื้อหาแบบมัลติมีเดีย กิจกรรมแบบโต้ตอบ (Interactive Activities) แบบฝึกหัดออนไลน์ และแบบทดสอบย่อย เพื่อให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง (Self-paced Learning) ผ่านระบบออนไลน์

1.2 แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล จำนวน 5 แผน (ไม่รวมเวลาทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน) โดยออกแบบตามหลักสูตรครุศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาเน้นการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) และการใช้สื่อดิจิทัลในการจัดการเรียนรู้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

2.1 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (Pre-test และ Post-test) เป็นแบบทดสอบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ ครอบคลุมทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลตามกรอบเนื้อหาของชุดการเรียนรู้ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านที่เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีการศึกษาและการวัดผลทางการศึกษา เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ได้ค่า 0.67 ถึง 1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ (≥ 0.67) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้วิธี KR-20 ได้ค่า ≥ .80

2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษา แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลในการเรียนรายวิชาการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มี 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเนื้อหาและสาระการเรียนรู้ 2) ด้านรูปแบบและการนำเสนอ 3) ด้านประโยชน์ที่ได้รับ 4) การเข้าถึงและการใช้งาน และ 5) ความพึงพอใจโดยรวม และตรวจสอบค่า IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่า 0.90 และได้ค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ≥ .80

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ชุดการเรียนรู้ดิจิทัล มีขั้นตอนดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชุดการเรียนรู้ดิจิทัล

1.2 วิเคราะห์วัตถุประสงค์รายวิชาและเนื้อหารายวิชาเพื่อกำหนดเนื้อหาที่จะใช้

1.3 กำหนดโครงสร้าง เนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ และองค์ประกอบของชุดดิจิทัล

1.4 ดำเนินการสร้างชุดการเรียนรู้ดิจิทัลที่มีองค์ประกอบครบถ้วนสมบูรณ์

1.5 ตรวจสอบ Content Validity และ Construct Validity โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ใช้แบบประเมิน 5 ระดับ ผลการประเมินพบว่า μ = 4.45 (ระดับมากที่สุด)

1.6 ปรับปรุงแก้ไขชุดการเรียนรู้ดิจิทัลตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองใช้

2. แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีลำดับขั้นตอนการสร้างดังนี้

2.1 ศึกษาหลักสูตรและโครงสร้างรายวิชา

2.2 ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎี Active Learning ทฤษฎี Constructivism การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และหลักการออกแบบการเรียนรู้ตามโมเดล ADDIE

2.3 วิเคราะห์ผู้เรียนเกี่ยวกับระดับความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้เครื่องมือดิจิทัล และความพร้อมในการเรียนรู้

2.4 กำหนดโครงสร้างแผนการเรียนรู้

2.5 ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้มุ่งเน้น Active Learning

2.6 สร้างสื่อและทรัพยากรดิจิทัล (วิดีโอ ใบงานออนไลน์ อินโฟกราฟิก แบบทดสอบออนไลน์ สื่ออินเทอร์แอกทีฟ)

2.6 การตรวจสอบคุณภาพของแผนการจัดการเรียนรู้ (IOC/ความเหมาะสม) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) รายข้อด้วยสูตรของ Rovinelli & Hambleton (1977) โดยค่า IOC ที่ยอมรับได้ไม่น้อยกว่า 0.67

2.7 ตรวจสอบความเหมาะสมของแผน (ด้านเนื้อหาและวิธีสอน) ใช้แบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (มากที่สุด–มาก–ปานกลาง–น้อย–น้อยที่สุด) คำนวณค่าเฉลี่ยความเหมาะสมโดยรวมเท่ากับ 4.52 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.48 ซึ่ง อยู่ในระดับ “มากที่สุด” ตามเกณฑ์การแปลผล (4.21–5.00 = มากที่สุด)

2.8 แผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 5 แผน (ไม่รวมเวลาทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน) มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ทั้งในด้านเนื้อหา กิจกรรม และการประเมินผล และได้รับข้อเสนอแนะเล็กน้อยในเชิงปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอและความชัดเจนของกิจกรรมบางขั้นตอน ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปปรับแก้เรียบร้อยก่อนนำไปทดลองใช้จริง

3. แบบสอบถามความพึงพอใจ มีลำดับขั้นตอนดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี ตำรา สิ่งพิมพ์ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจตามวิธีการของ Likert (1961, 323)

3.3 สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด สอบถามความพึงพอใจ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเนื้อหาและ

สาระการเรียนรู้ 2) ด้านรูปแบบและการนำเสนอของชุดการเรียนรู้ 3) ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ในการเรียนรู้ 4) ด้านการเข้าถึงและการใช้งาน และ 5) ด้านความพึงพอใจโดยรวม

3.4 ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเหมาะสมสอดคล้องระหว่างข้อคาถาม วัตถุประสงค์ ความถูกต้องเชิงโครงสร้าง ความถูกต้องเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมด้านภาษาและด้านอื่น ๆ ที่ควรปรับปรุงแก้ไข พบว่ามีค่า IOC เท่ากับ 0.90 แสดงว่าเป็นแบบสอบถามที่นาไปใช้ได้

3.5 ปรับปรุงก่อนใช้จริง และหาค่าความเชื่อมั่นด้วย Cronbach's Alpha ≥ .80

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำการปฐมนิเทศชี้แจงข้อควรปฏิบัติในการเรียนด้วยชุดการเรียนรู้ดิจิทัล
2. ทำแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test)
3. ดำเนินการจัดการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้ 7 แผน (รวมเวลาทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน) โดยใช้เวลา 7 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 ชั่วโมง รวมทั้งหมด 14 ชั่วโมง ระหว่างวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2566
4. ทำแบบทดสอบหลังเรียน (Post-test)
5. ผู้เรียนทำแบบประเมินความพึงพอใจแล้ววิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและสรุปผลการทดลอง
6. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

สมมติฐานที่ 1 นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลสูงกว่าก่อนเรียน วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อน–หลังเรียนด้วยโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย และร้อยละการพัฒนา

สมมติฐานที่ 2 นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลอยู่ในระดับมากขึ้นไป โดยวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) และการแปลผลตามเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ ดังนี้

4.21 – 5.00 = มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.41 – 4.20 = มีความพึงพอใจมาก

2.61 – 3.40 = มีความพึงพอใจปานกลาง

1.81–2.60 = มีความพึงพอใจน้อย

1.00–1.80 = มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย (Results)

ตอนที่ 1 ผลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล

ผู้วิจัยได้ทำการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ แล้วนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (μ)

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) และร้อยละการพัฒนา เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด โดยแสดงผลดังตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ตัวแปรการพัฒนา	คะแนนรวม		ผลต่าง	ร้อยละการพัฒนา	แปลผล
	ก่อนเรียน	หลังเรียน			
รวม	797	1567	770	231	เพิ่มขึ้น
ค่าเฉลี่ย (μ)	14.23	27.98	13.75	4.13	เพิ่มขึ้น
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)	8.23	1.57	8.80	2.64	เพิ่มขึ้น
ร้อยละ	47.44	93.27	96.62	13.75	เพิ่มขึ้น

จากตารางที่ 1 พบว่า คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังเรียนด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลมีค่าเฉลี่ย (μ = 27.98) สูงกว่าก่อนเรียน (μ = 14.23) อย่างเด่นชัด โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 13.75 คะแนน และคิดเป็นร้อยละการพัฒนาเพิ่มขึ้น 96.62 สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษามีความก้าวหน้าในการเรียนรู้หลังได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล ทั้งในด้านคะแนนรวม ค่าเฉลี่ย และร้อยละ โดยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นทุกตัวบ่งชี้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลของชุดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นอย่างชัดเจน โดยการที่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่เพิ่มขึ้นหลังการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลอาจเชื่อมโยงกับบริบทของผู้เรียนที่เป็นนักศึกษาสาขาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ซึ่งส่วนใหญ่มีพื้นฐานด้านเทคโนโลยีในระดับปานกลาง และมีความคุ้นเคยกับการใช้สื่อดิจิทัลทั่วไปแต่ยังต้องการสื่อการสอนที่มีโครงสร้างชัดเจนและมีตัวอย่างประกอบที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจอย่างเป็นลำดับขั้น ชุดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นประกอบด้วยสื่อดิจิทัลที่ออกแบบให้เข้าใจง่าย เน้นภาพกราฟิก และการอธิบายที่กระชับ ทำให้สอดคล้องกับลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษากลุ่มนี้ อีกทั้งการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่าน ระบบบริหารจัดการการเรียนรู้ (Learning Management System : LMS) ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ในการเผยแพร่เนื้อหา มอบหมายงาน ทำแบบทดสอบ และให้ข้อเสนอแนะรายบุคคล ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงบทเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา ลดข้อจำกัดด้านเวลา พร้อมทั้งสามารถทบทวนเนื้อหาได้ซ้ำตามจังหวะของตนเอง ส่งผลต่อการทำความเข้าใจเนื้อหาเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติได้ชัดเจนขึ้น จึงทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ตัวแปรพัฒนา	N	ก่อนเรียน (μ)	(σ)ก่อนเรียน	หลังเรียน (μ)	(σ) หลังเรียน	ผลต่างเฉลี่ย	ร้อยละการพัฒนา
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน	56	14.23	8.23	27.98	1.57	13.75	96.62

จากตารางที่ 2 พบว่า คะแนนหลังเรียน มีค่าเฉลี่ย (μ = 27.98) สูงกว่าค่าเฉลี่ยก่อนเรียน (μ = 14.23) อย่างต่อเนื่องในทุกตัวบ่งชี้ โดยมีผลต่างเฉลี่ย 13.75 คะแนนคิดเป็นร้อยละ 96.62 สะท้อนให้เห็นว่าผู้เรียนมีความก้าวหน้าในการเรียนรู้หลังได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลอย่างชัดเจน ทั้ง

ในด้านค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละการพัฒนา ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น

ในส่วนของความพึงพอใจ พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจในระดับดีมาก ซึ่งสามารถอธิบายได้จากลักษณะของนักศึกษาสาขาการประถมศึกษาที่มักให้ความสำคัญกับสื่อที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถเรียนรู้ได้จากตัวอย่างหรือสื่อภาพ สื่อดิจิทัลที่ผสานการใช้ AI เพื่อสร้างเนื้อหาที่กระชับ รวมถึงการนำเสนอผ่าน LMS ซึ่งมีฟังก์ชันช่วยให้ผู้เรียนเข้าถึงบทเรียน วิดีโอ แบบฝึกหัด และแบบทดสอบได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกว่าสามารถเรียนรู้ได้อย่างเป็นขั้นตอนและจัดการเวลาเรียนของตนเองได้ดีขึ้น ทำให้ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก นอกจากนี้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลยังประกอบด้วยการใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันสนับสนุน การเรียนรู้ ทั้งเครื่องมือสร้างบทเรียนออนไลน์และระบบสื่อสารทางการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้ตามลักษณะของกิจกรรม การนำเสนอเนื้อหา การสาธิตขั้นตอน หรือการมอบหมายกิจกรรมแบบโต้ตอบ ทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและเรียนรู้ตามจังหวะของตนเอง ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงขึ้นอย่างเด่นชัดและผู้เรียนมีความพึงพอใจในระดับดีมาก

ผลการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสอดคล้องกับงานวิจัยหลายฉบับที่ระบุว่าการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลหรือสื่อออนไลน์ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาได้ดีขึ้น เพราะสามารถเรียนรู้ตามจังหวะของตนเอง ทบทวนซ้ำได้ และมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา งานวิจัยด้านสื่อดิจิทัลและ LMS ที่พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงสนับสนุนว่าชุดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นในครั้งนี้มีผลต่อการพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้เรียนอย่างแท้จริง

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จำนวน 56 คน หลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล เพื่อประเมินทัศนคติและความคิดเห็นของผู้เรียนต่อรูปแบบการเรียนรู้ดังกล่าว โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นตามมาตราส่วนลิเคิร์ต 5 ระดับ ได้แก่ 4.51–5.00 = ดีมาก 3.51–4.50 = มาก 2.51–3.50 = ปานกลาง 1.51–2.50 = น้อย และ 1.00–1.50 = น้อยที่สุด ใช้สำหรับแปลผลความพึงพอใจในตารางต่อไปแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล

รายการประเมิน	μ	σ	ระดับความพึงพอใจ
1. ความพึงพอใจด้านเนื้อหาและสาระการเรียนรู้	4.52	0.52	ดีมาก
2. ความพึงพอใจด้านรูปแบบและการนำเสนอ	4.47	0.55	มาก
3. ความพึงพอใจด้านประโยชน์ที่ได้รับ	4.61	0.48	ดีมาก
4. ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงและการใช้งาน	4.58	0.50	ดีมาก
5. ความพึงพอใจด้านการจัดการเรียนรู้โดยรวม	4.55	0.49	ดีมาก
รวม	**4.55**	**0.51**	**ดีมาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลอยู่ในระดับดีมาก (μ = 4.55, σ = 0.51) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจมีมากลำดับที่ 1 คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ (μ = 4.61, σ = 0.48) รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงและการใช้งาน (μ = 4.58, σ = 0.50) ซึ่งอยู่ในระดับดีมากเช่นกัน สะท้อนให้เห็นว่าผู้เรียนรู้สึกว่าชุดการเรียนรู้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงและใช้งานได้สะดวก สำหรับด้านเนื้อหาและสาระการเรียนรู้ (μ = 4.52, σ = 0.52) ด้านรูปแบบและการนำเสนอ (μ = 4.47, σ = 0.55) และด้านความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยรวม (μ = 4.55, σ = 0.49) อยู่ในระดับดีมาก การแปลผลระดับความพึงพอใจในงานวิจัยนี้เป็นไปตามเกณฑ์การตีความค่าเฉลี่ยที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ (4.51–5.00 = ดีมาก 3.51–4.50 = มาก 2.51–3.50 = ปานกลาง 1.51–2.50 = น้อย และ 1.00–1.50 = น้อยที่สุด)

แนวโน้มความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมากถึงดีมากสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการใช้สื่อดิจิทัล ซึ่งพบว่าผู้เรียนมักให้คะแนนสูงในด้านความสะดวก ความเข้าใจง่ายของเนื้อหา และความสามารถในการเข้าถึงบทเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา ผลการวิจัยนี้จึงแสดงถึงคุณภาพของชุดการเรียนรู้ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพแสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหา การนำเสนอ และประสบการณ์การเรียนรู้โดยรวมในทางที่ดี ผู้เรียนส่วนหนึ่งมีความพึงพอใจต่อชุดการเรียนรู้ เนื่องจาก LMS ช่วยให้เข้าถึงบทเรียนและแบบทดสอบได้ง่าย ขณะที่สื่อที่สร้างด้วย AI มีความชัดเจน สรุปเนื้อหาได้ดี ทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่าสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากความคิดเห็นปลายเปิด พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ระบุว่าชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลมีรูปแบบการนำเสนอที่เข้าใจง่าย เนื้อหากระชับ และสามารถเข้าถึงได้สะดวกผ่าน LMS ผู้เรียนบางส่วนชื่นชอบกิจกรรมแบบโต้ตอบที่ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเทคโนโลยีดิจิทัลได้ชัดเจนขึ้น และมีข้อเสนอแนะ เช่น การเพิ่มตัวอย่างประกอบการสอน และการเพิ่มสื่อวิดีโอในบางหัวข้อ ข้อมูลเชิงคุณภาพนี้ช่วยสนับสนุนผลเชิงปริมาณว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อชุดการเรียนรู้อยู่ในระดับมากและมองว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์ต่อการเรียนรู้จริง

ผลการวิจัยในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลสามารถนำไปใช้เป็นสื่อประกอบในรายวิชาที่เน้นทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลได้เป็นอย่างดี และสามารถต่อยอดในการพัฒนาหลักสูตรหรือรายวิชาที่ต้องการส่งเสริมทักษะดิจิทัลของนักศึกษา การเพิ่ม AI และ LMS ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนยังเป็นแนวทางที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งเป็นทักษะสำคัญของพลเมืองดิจิทัลในปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

จากการดำเนินการวิจัย เรื่อง การใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ซึ่งมุ่งศึกษาผลก่อนและหลังเรียนและความพึงพอใจของผู้เรียน โดยไม่ได้มุ่งเน้นการพัฒนาองค์ประกอบหรือกระบวนการสร้างชุดการเรียนรู้เชิงระบบ การอภิปรายผลสามารถนำเสนอได้ดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยหลังเรียน (μ = 27.98) สูงกว่าก่อนเรียน (μ = 14.23) โดยมีผลต่างเฉลี่ย 13.75 คะแนน คิดเป็นร้อยละการพัฒนา 96.62 สะท้อนว่าชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลช่วยให้ผู้เรียนมีความเข้าใจเนื้อหาดีขึ้นอย่างชัดเจน นักศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ส่วนใหญ่เป็นผู้เรียนในยุคดิจิทัล (Digital Native) คุ้นเคยกับการใช้สื่อออนไลน์และเทคโนโลยีพื้นฐานทำให้สามารถเรียนรู้จากชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Prensky, 2001) นอกจากนี้แล้วชุดการเรียนรู้ที่เน้นกิจกรรมปฏิบัติและการโต้ตอบช่วยให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ที่มีความหมาย (Meaningful Learning) ตามแนวคิด Constructivism (Jonassen, 1999) ลักษณะดังกล่าวช่วยให้ผู้เรียนเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับประสบการณ์เดิมได้ง่ายจึงทำให้ผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้นชัดเจน สำหรับในส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ลดลงโดยพบว่ามีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานก่อนเรียนเท่ากับ 8.23 ลดลงจากหลังเรียนเท่ากับ 1.57 สะท้อนความสม่ำเสมอของผลลัพธ์ เนื่องจากความสม่ำเสมอหลังการเรียนอาจเกิดจากโครงสร้างสื่อที่ชัดเจน มีขั้นตอนการเรียนรู้เป็นลำดับ ซึ่งเป็นลักษณะที่เหมาะกับผู้เรียนสาขาประถมศึกษาที่เน้นการเรียนรู้เป็นกระบวนการ (Process-based learning) และสื่อดิจิทัลทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนตามจังหวะของตนเอง (Self-paced learning) ตามแนวคิดเทคโนโลยีการเรียนรู้ดิจิทัล (Weller, 2020) ส่งผลให้ความแตกต่างระหว่างผู้เรียนลดลง นอกจากนี้แล้วร้อยละการพัฒนาเพิ่มขึ้นสูง 96.62 แสดงถึงศักยภาพของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ เนื่องจากผู้เรียนมีแรงจูงใจมากขึ้นเมื่อได้ใช้สื่อดิจิทัลที่มีรูปแบบน่าสนใจ ถือเป็นตัวกระตุ้นภายใน (Intrinsic Motivation) ตามแนวคิด Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2000) และนักศึกษาสาขาประถมศึกษามีความจำเป็นต้องพัฒนาทักษะเทคโนโลยีเพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดการเรียนรู้ในอนาคตจึงให้ความสนใจและตั้งใจเรียนมากกว่าปกติ ผลสัมฤทธิ์ที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับงานของ กมลวรรณ บุญสาย (2564) ที่พบว่าผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์สูงขึ้นเมื่อใช้สื่อดิจิทัลแบบปฏิบัติจริง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Siraj-Blatchford et al. (2010) ที่รายงานว่าเทคโนโลยีดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้เชิงความหมาย

อย่างไรก็ตามความแตกต่างในระดับอัตราการพัฒนาที่สูงถึงร้อยละ 96.62 มากกว่างานวิจัยทั่วไป ที่เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลในห้องเรียนประถมศึกษา พบว่า อัตราการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น โดยความแตกต่างดังกล่าวอาจมาจากกลุ่มตัวอย่างของงานนี้เป็นนักศึกษาครูที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีสูงกว่า ชุดการเรียนรู้ที่ใช้มีความสอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียนมากกว่า และเนื้อหาวิชามีลักษณะเชิงปฏิบัติที่ตอบโจทย์การเรียนรู้ด้วยสื่อดิจิทัล

2. ความพึงพอใจของผู้เรียนอยู่ในระดับดีมาก โดยผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับดีมาก (μ = 4.55) โดยเฉพาะด้านสื่อดิจิทัลที่มีความน่าสนใจและใช้งานง่าย (μ = 4.61) สอดคล้องกับกรอบสมรรถนะดิจิทัล DigCompEdu ของ Redecker (2017) ที่ระบุว่าสื่อการสอนดิจิทัลควรมีความยืดหยุ่นและส่งเสริมปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน ซึ่งความพึงพอใจสูงมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสอดคล้องตามแนวคิด Technology Acceptance Model (Davis, 1989) ซึ่งชี้ว่า เมื่อผู้เรียนรับรู้ว่าเทคโนโลยีใช้งานง่ายและเป็นประโยชน์ ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษาประถมศึกษามีลักษณะการเรียนรู้แบบชอบทดลอง ลงมือ

ทำ และเรียนรู้จากสื่อที่มีความหลากหลาย การใช้สื่อดิจิทัลที่โต้ตอบและใช้งานง่ายจึงช่วยเพิ่มแรงจูงใจอย่างมากและด้านสื่อดิจิทัลมีความน่าสนใจและใช้งานได้สะดวกซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ก็จะเพิ่มการมีส่วนร่วมและคุณภาพการเรียนรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวรรณ บุญสาย (2564, 120) ที่พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจสูงเมื่อได้รับการจัดการเรียนรู้ผ่านเครื่องมือดิจิทัลที่สามารถปฏิบัติได้จริง และมีความชัดเจนในเนื้อหา เช่นเดียวกับงานของ Siraj-Blatchford et al (2010, 55) ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีความหมายและเป็นมิตรกับผู้เรียน ในขณะเดียวกันข้อที่มีคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสามารถในการส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง (μ = 3.43) ซึ่งสะท้อนว่ายังมีความจำเป็นในการปรับปรุงรูปแบบการเรียนรู้ให้เปิดโอกาสให้นักศึกษาสร้างสรรค์องค์ความรู้มากขึ้น อาจใช้แนวทาง Constructivist Learning Theory มาเสริมในอนาคต

อย่างไรก็ตามองค์ประกอบด้านการส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง (μ = 3.43) เป็นด้านที่ผู้เรียนพึงพอใจต่ำที่สุด ซึ่งแตกต่างจากงานของบางนักวิจัยที่ พบว่า สื่อดิจิทัลช่วยส่งเสริมการสร้างความรู้ได้ดี ความแตกต่างอาจเกิดจากชุดการเรียนรู้ที่ใช้มีลักษณะเน้นเนื้อหาและขั้นตอนมากกว่าการให้ผู้เรียนสร้างสรรค์ ระยะเวลาในการเรียนรู้สั้นเกินไปที่จะเกิดการสร้างองค์ความรู้ลึกซึ้ง และผู้เรียนยังอยู่ระหว่างพัฒนาทักษะเทคโนโลยีพื้นฐาน จึงยังไม่พร้อมสำหรับงานสร้างสรรค์ระดับสูง

ผลการวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อสถาบันการศึกษาในด้านการพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน โดยข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบรายวิชาที่มุ่งพัฒนาทักษะดิจิทัลในหลักสูตรครุศาสตร์ เพื่อให้สอดคล้องกับสมรรถนะสำคัญของครูในศตวรรษที่ 21 นอกจากนี้ รูปแบบของสื่อและชุดการเรียนรู้ดิจิทัลที่ใช้ในการศึกษานี้ยังสามารถประยุกต์เป็นต้นแบบในการเลือก ออกแบบ และจัดสรรสื่อดิจิทัลสำหรับการเรียนการสอนในสาขาประถมศึกษา ช่วยให้สถาบันมีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ

ในด้านผู้สอนระดับอุดมศึกษา ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ารูปแบบการใช้ชุดการเรียนรู้ดิจิทัลสามารถนำไปปรับใช้กับรายวิชาอื่นที่ต้องการพัฒนาทักษะและเจตคติด้านเทคโนโลยีของผู้เรียนได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังช่วยให้ผู้สอนสามารถวางแผนการจัดกิจกรรมแบบ Self-paced Learning ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งตอบสนองต่อผู้เรียนรุ่นใหม่ที่ต้องการความยืดหยุ่นและการเรียนรู้ตามศักยภาพของตนเอง

สำหรับนักศึกษาครูหรือผู้เรียน การวิจัยนี้ช่วยเสริมสร้างความพร้อมด้านเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการจัดการเรียนรู้ระดับประถมศึกษาในอนาคต โดยผู้เรียนได้รับประสบการณ์จริงเกี่ยวกับการบูรณาการสื่อดิจิทัลในกระบวนการสอน อันเป็นตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมในการพัฒนาทักษะวิชาชีพ นอกจากนี้ ผลการเรียนรู้และประสบการณ์จากชุดการเรียนรู้ยังมีส่วนช่วยเสริมสร้างเจตคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเป็นครูมืออาชีพในอนาคต

ผลการวิจัยทั้งหมดแสดงให้เห็นได้ว่า ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลนั้นตอบสนองต่อบริบทผู้เรียนสาขาประถมศึกษาโดยตรง ซึ่งนักศึกษากลุ่มนี้จำเป็นต้องพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมการสอนระดับประถมศึกษาในอนาคต การได้เรียนผ่านชุดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลโดยตรง

ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความพร้อมทางวิชาชีพ (Professional Readiness) ส่งผลให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีและมีความพึงพอใจสูง ซึ่งสะท้อนความเหมาะสมของสื่อกับบริบทผู้เรียนตามหลัก Pedagogical Fit (Laurillard, 2012)

สรุป (Conclusion)

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผู้เรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ นิตยา นาคอินทร์ (2566) ที่ทำวิจัยการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบไฮบริดตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุกด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อส่งเสริมความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับนักศึกษาครู ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่า นักศึกษามีระดับความพึงพอใจด้าน “ความน่าสนใจของสื่อ” สูง ซึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างของรูปแบบสื่อดิจิทัลที่ใช้โดยงานวิจัยนี้ใช้สื่อที่มีความโต้ตอบ (Interactive) มากกว่า ทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมสูงขึ้น

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับ Kurtz & Peled (2018) ซึ่งชี้ว่า e-Learning ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะดิจิทัลของนักศึกษาครู อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้พบผลสัมฤทธิ์หลังเรียนที่สูงกว่าเล็กน้อย อาจเกิดจากบริบทของผู้เรียนที่มีพื้นฐานทักษะดิจิทัลแตกต่างกัน รวมถึงเนื้อหาของชุดการเรียนรู้ที่มีการเชื่อมโยงกับสถานการณ์จริงมากขึ้น เช่น การฝึกใช้แอปและเครื่องมือที่จำเป็นต่อการจัดการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล

เมื่อเปรียบเทียบกับงานของ Ng (2019) ที่พบว่า การเรียนรู้ดิจิทัลที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนเพิ่มทักษะการคิดขั้นสูง ผลการศึกษานี้สอดคล้องอย่างมาก โดยเฉพาะด้านกิจกรรมภายในชุดการเรียนรู้ที่เน้นการทดลองใช้ (Hands-on) และการแก้ปัญหา จึงช่วยยืนยันว่า ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมความสามารถด้านเทคโนโลยีของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา สรุปผลการวิจัยได้ว่า

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

จากการวิเคราะห์คะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาจำนวน 56 คน พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลสูงกว่าก่อนเรียนอย่างชัดเจน (ก่อนเรียน μ = 14.23, หลังเรียน μ = 27.98) มีผลต่างคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 13.75 คะแนน คิดเป็นร้อยละการพัฒนา 45.83 ตัวบ่งชี้ทุกด้าน ได้แก่ คะแนนรวม ค่าเฉลี่ย และร้อยละ การพัฒนามีทิศทางเพิ่มขึ้นทั้งหมด แสดงให้เห็นว่า ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลมีประสิทธิผลต่อการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา

2. ความพึงพอใจของนักศึกษา

จากการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษา 56 คน พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (μ = 4.55, σ = 0.51) โดยเฉพาะด้านความน่าสนใจและความสะดวกในการใช้งานของสื่อดิจิทัล (μ = 4.61) และชุดการเรียนรู้ช่วยพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล (μ = 4.58) ทั้งทุกรายการอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า นักศึกษามีความพึงพอใจสูงต่อการใช้ชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลทั้งในด้านเนื้อหา กิจกรรม สื่อดิจิทัล และผลต่อการพัฒนาทักษะดิจิทัล

จากความคิดเห็นของนักศึกษา จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นปลายเปิดในแบบสอบถามความพึงพอใจ พบประเด็นสำคัญที่ช่วยเสริมข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่

1. นักศึกษาระบุว่า ชุดการเรียนรู้ช่วยให้เรียนรู้ได้ด้วยตนเองและเข้าใจเนื้อหาเร็วขึ้น

2. ผู้เรียนชื่นชมที่มีกิจกรรมและแบบฝึกหัดที่เชื่อมโยงกับการปฏิบัติจริง

3. นักศึกษาหลายคนกล่าวว่าสื่อมีความน่าสนใจ ทันสมัย และใช้งานง่าย ทำให้มีแรงจูงใจในการเรียนมากขึ้น

4. บางรายเสนอให้เพิ่มแบบฝึกเสริมและวิดีโอสาธิตเพิ่มเติม ซึ่งเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้พัฒนาสื่อในอนาคตได้

ประโยชน์เชิงปฏิบัติ

1. ต่อสถาบันการศึกษา ผลการวิจัยเป็นข้อมูลสนับสนุนในการพัฒนาหลักสูตรหรือรายวิชาที่มุ่งเสริมทักษะดิจิทัลของนักศึกษาครู โดยสามารถนำชุดการเรียนรู้ไปประยุกต์ใช้หรือพัฒนาเป็นต้นแบบสำหรับรายวิชาอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียง

2. ต่อครูผู้สอน ช่วยเป็นแนวทางในการออกแบบสื่อและชุดการเรียนรู้ดิจิทัล โดยเฉพาะการเลือกเครื่องมือ การออกแบบกิจกรรม และการประเมินผลด้วยระบบดิจิทัล ทำให้ครูสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทโรงเรียนของตน

3. ต่อผู้เรียน ชุดการเรียนรู้ช่วยพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นสมรรถนะสำคัญของครูยุคใหม่ตามกรอบ DigCompEdu (Digital Competence Framework for Educators)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัล

1.1 ศึกษารายวิชาที่นำเสนอว่ามีความเหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลหรือไม่ และวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อพัฒนาบทเรียนให้เร้าความสนใจและเข้าใจง่าย

1.2 ชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนกิจกรรมให้ผู้เรียนเข้าใจชัดเจน

1.3 เพิ่มสื่อนวัตกรรมประกอบการสอนหรือแหล่งเรียนรู้ดิจิทัล เช่น เว็บไซต์วิดีโอการสอน (YouTube, Khan Academy) แหล่งเรียนรู้ครูยุคดิจิทัล (TeacherToolkit) และคลังสื่อดิจิทัลเพื่อครู (LearningApps, Canva)

1.4 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Google Classroom, Microsoft Teams ให้เหมาะสมกับวัยของผู้เรียน

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 ผู้สอนสามารถนำชุดการเรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาอื่น ๆ หรือระดับชั้นอื่น โดยปรับเนื้อหาและออกแบบให้เหมาะสมกับวัยของผู้เรียนและบริบทของรายวิชา

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 พัฒนาชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลสำหรับระดับชั้นอื่นและรายวิชาอื่น เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

3.2 สร้างสื่อนวัตกรรมหลากหลายมากขึ้น เช่น วิดีโอ สื่อสังคมออนไลน์ หรือเทคโนโลยี AR/VR เพื่อกระตุ้นความสนใจและพัฒนาทักษะดิจิทัล

3.3 นำเทคโนโลยีดิจิทัลแห่งยุคใหม่ เช่น Digital Native Tools, AR Toolkit มาปรับใช้ในกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนวางแผน แลกเปลี่ยนความคิด และพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างเป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง (References)

กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553*. พริกหวานกราฟฟิค.

กมลวรรณ บุญสาย. (2564). *ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรมด้านคิดสร้างสรรค์ในรายวิชาโครงการของนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ* [รายงานการวิจัยในชั้นเรียน]. วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ.

กนกพร มาอ้วน. (2564). การบริหารการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานอย่างมืออาชีพในศตวรรษที่ 21. ใน *การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14* (หน้า 23). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ณัฐกานต์ ชาติไทย. (2563). *การพัฒนาชุดการเรียนรู้แบบดิจิทัลเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นิตยา นาคอินทร์. (2566). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบไฮบริดตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุกด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อส่งเสริมความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับนักศึกษาวิชาชีพครูระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ. (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สมฤดี สุขสมงาม และมณฑา จำปาเหลือง. (2566). การพัฒนาครูด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการเรียนรู้ของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*. 8(1), 978-994. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/265710/177626

อรพิม สุขคง, เกษตรชัย และหีม, & วันชัย ธรรมสัจการ. (2563). ช่องว่างทางดิจิทัลผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยรายบุคคล. *วารสารศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 8(2), 1–16. https://doi.org/10.14456/gjl.2021.22

Branch, R. M. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach*. Springer.

Collins, A., & Halverson, R. (2018). *Rethinking education in the age of technology: The digital revolution and schooling in America*. Teachers College Press.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. สืบค้นจาก https://doi.org/10.2307/249008 https://doi.org/10.2307/249008 (หรือเข้าถึงที่ JSTOR: https://www.jstor.org/stable/249008)

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry, 11*(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

Jonassen, D. H. (1999). *Constructivist learning environments: Case studies in instructional design*. Educational Technology Publications.

Knowles, M. S. (1975). *Self-directed learning: A guide for learners and teachers*. Follett Publishing Company.

Kurtz, G., & Peled, Y. (2018). Digital learning in teacher education: Promoting digital skills and enhancing learning outcomes. *Journal of Educational Computing Research, 56*(4), 570–589. http://www.informingscience.org/Publications/3479

Laurillard, D. (2012). *Teaching as a design science: Building pedagogical patterns for learning and technology*. Routledge.

Likert, R. (1961). New Pattern of Management. New York: McGraw-Hill.

Ng, W. (2019). *Empowering learners through digital literacy: Enhancing higher-order thinking skills in digital learning environments*. Routledge.

Piaget, J. (1952). *The origins of intelligence in children*. W. W. Norton & Co.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon, 9*(5), 1–6. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cddoc.uc.cl/wp-content/uploads/2020/03/Digital_Natives_Digital_Inmigrants.pdf

Redecker, C. (2017). *European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu*. Publications Office of the European Union.

Redecker, C., & Punie, Y. (2017). *European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu*. Publications Office of the European Union.

Romiszowski, R. J., & Hambleton, R.K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*. 2, 49-60.

Siraj-Blatchford, I. (2010, 149-165). A focus on pedagogy: Case studies of effective practice. In K. Sylva, E. Melhuish, P. Sammons, I. Siraj-Blatchford, & B. Taggart (Eds.), *Early*

childhood matters: Evidence from the Effective Pre-school and Primary Education (EPPE) project

Smith, J. (2021). *Digital literacy and student competencies in the 21st century*. Oxford University Press.

UNESCO. (2023). *Guidelines on digital skills development for higher education*. UNESCO Publishing.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.

Weller, M. (2020). *25 years of EdTech*. Athabasca University Press.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

Design and Development of a Local Wisdom and Community Sage Website to Promote Tourism in On Tai Subdistrict, San Kamphaeng District, Chiang Mai.

อุทัยวรรณ ศรีวิชัย[1*], เชษฐ์ ใจเพชร[2] , อติพร ขยัน[1]

Uthaiwan Sriwichai[1*], Chast Jaipheat[2] , Atiporn Khayan[1]

[1]คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290 ประเทศไทย

[1]Faculty of Information and Communication, Maejo University

63 Moo 4, Nong Han, San Sai District, Chiang Mai, 50290, Thailand

[2]คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290 ประเทศไทย

[2]School of Tourism Development, Maejo University

63 Moo 4, Nong Han, San Sai District, Chiang Mai, 50290, Thailand

***รับบทความ**: 14 กรกฎาคม 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 3 มีนาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษา สำรวจ และรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนในพื้นที่ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และ (2) พัฒนาเว็บไซต์ฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว ดำเนินการวิจัยโดยใช้การศึกษาจากเอกสารควบคู่กับการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามผ่านการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจากผู้รู้และปราชญ์ชาวบ้านจำนวน 13 ราย ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และออกแบบโครงสร้างสารสนเทศตามแนวคิดการออกแบบที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User-Centered Design) และพัฒนาเว็บไซต์ด้วยระบบจัดการเนื้อหา WordPress ร่วมกับ phpMyAdmin ภายใต้โดเมนเนม http://rspg.tourism.mju.ac.th/ ซึ่งนำเสนอสื่อมัลติมีเดียประกอบเนื้อหาอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยพบว่า

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: sriwicha@mju.ac.th

(1) สามารถรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น 6 เรื่อง ปราชญ์ชุมชน 13 ราย และประเพณีพื้นบ้าน 8 เรื่อง ในรูปแบบบทความที่ผ่านการตรวจสอบประสิทธิภาพด้านการปรับแต่งเพื่อการค้นหา (SEO) และ (2) ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์จากผู้เชี่ยวชาญพบว่า คุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมากที่สุด, คุณภาพด้านการออกแบบและพัฒนาระบบอยู่ในระดับดี และคุณภาพด้านการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX/UI) อยู่ในระดับดี ขณะที่ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.463) สรุปได้ว่า เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นเป็นนวัตกรรมดิจิทัลที่มีศักยภาพในการเป็นคลังความรู้ท้องถิ่นช่วยสืบสาน อัตลักษณ์ชุมชนและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ

การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ฐานข้อมูล ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชุมชน ตำบลออนใต้ เวิร์ดเพรส

***Received**: July 14, 2025* ***Revised**: March 3, 2026* ***Accepted**: April 22, 2026*

Abstract

This research aims to (1) investigate, survey, and collect data on local wisdom and community scholars in On Tai Sub-district, San Kamphaeng District, Chiang Mai Province, and (2) develop a database website for local wisdom and community scholars to promote tourism in the area. The methodology integrated documentary research with fieldwork, utilizing semi-structured interviews with 13 purposively selected local experts and community scholars. The collected data were analyzed to design the information architecture based on the User-Centered Design (UCD) approach. The website was developed using WordPress as a Content Management System (CMS) and phpMyAdmin, hosted at http://rspg.tourism.mju.ac.th/, featuring systematic multimedia content integration. The findings revealed that (1) data on 6 local wisdom categories, 13 community scholars, and 8 local traditions were successfully compiled and published as Search Engine Optimization (SEO)-ready articles. (2) Expert evaluation results indicated that content quality was at the highest level, system design and development were at a good level, and User Experience/User Interface (UX/UI) design was at a moderate level. Meanwhile, overall user satisfaction was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.463). In conclusion, the developed website serves as a significant digital innovation and local knowledge repository, contributing to the preservation of community identity and supporting sustainable cultural tourism in the digital age.

Keywords

Design and Development Website, Database, Local Wisdom, Community Sages, On Tai Subdistrict, WordPress

บทนำ (Introduction)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นถือเป็นทุนทางสังคมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ ความเชื่อ และจารีตประเพณีที่สอดประสานกันจนกลายเป็นรากฐานการดำรงชีวิต ในยุคปัจจุบันการอนุรักษ์ภูมิปัญญามิใช่เพียงการยึดติดกับอดีต แต่เป็นการปรับตัวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้สังคมไทยก้าวหน้าอย่างมีดุลยภาพ ท่ามกลางความท้าทายและความเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัลยุคปกติใหม่ซึ่งบีบให้ทุกชุมชนต้องเร่งสร้างนวัตกรรมเพื่อรักษาอัตลักษณ์ของตนเองเอาไว้ (พรณัชชา วุฒิวิริยะ, 2567, 600-612) เพื่อให้เกิดการพัฒนาคนและการศึกษาที่เท่าทันอนาคต การเรียนรู้จึงต้องตั้งอยู่บนฐานรากทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ผสมผสานระหว่าง "ทุนเดิม" ที่มีคุณภาพกับ "นวัตกรรมใหม่" ที่เหมาะสมกับบริบทสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อดึงศักยภาพของพื้นที่ออกมาใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (นงคราญ ไชยเมือง และคณะ, 2564, 221 - 230) หลักการนี้สะท้อนได้จากพระราชดำรัสของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ที่ทรงชี้ให้เห็นว่าลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมนั้นถูกกำหนดโดยสภาพภูมิศาสตร์ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจึงทำให้เกิดวิถีชีวิตและภูมิปัญญาที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น ซึ่งหากมีการบริหารจัดการศักยภาพทางการผลิตและต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ดีจะนำไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนได้

ชุมชนออนใต้ เป็นชุมชนตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนได้เป็นอย่างดี และในฐานะหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) จากสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยประสานในการจัดกิจกรรมการพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรม ภายใต้โครงการสร้างสรรค์อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม โดยตำบลออนใต้ (ชุมชนออนใต้) นั้น เป็นตำบลหนึ่งในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ถือเป็นเมืองเก่าที่มีตำนานเล่าขานมาอย่างยาวนาน ในลักษณะ “ร้อยเรื่องเล่า” และเป็นชุมชนที่ยังรักษาวิถีชีวิตพื้นบ้านแบบดั้งเดิม โดยใช้แนวคิดวิถีชีวิตแบบ “บ้านจุ้ม เมืองเย็น” (บ้านที่อุดมสมบูรณ์ เมืองที่สงบร่มเย็น) และด้วยคำว่าประวัติยาวนาน เนื่องจากในชุมชนมีการค้นพบศิลาจารึกในวัดเชียงแสน เป็นหลักฐานที่บอกว่าชาวบ้านที่นี่ อพยพมาจากพันนาพูเลา แขวงเมืองเชียงแสน (ปัจจุบันอยู่ในจังหวัดเชียงราย) มาตั้งอยู่ริมน้ำแม่ออน ก่อตั้งหมู่บ้านที่ผลิตเครื่องถ้วยชามเครื่องถ้วยศิลาดล และตำบลออนใต้มีความโดดเด่นในเรื่องของประเพณี ศิลปวัฒนธรรมไทย อีกทั้งภูมิปัญญาในด้านต่าง ๆ และในชุมชนแห่งนี้ยังได้รับพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้นหาที่สุดมิได้จากในหลวงรัชกาลที่ 9 เสด็จพระราชดำเนินมาเยี่ยมเยือนในพื้นที่จำนวน 9 ครั้ง (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2562)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลออนใต้มีเอกลักษณะประจำท้องถิ่นมีทั้งจารีตประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านต่าง ๆ รวมไปถึงสถานที่และบุคคลสำคัญของตำบลออนใต้ ซึ่งควรค่าแก่การรักษา สืบสาน จึงได้จัดทำการรวบรวมข้อมูลจากปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับจารีตประเพณี ของตำบลออนใต้ อย่างไรก็ตาม เมื่อบริบทของโลกเข้าสู่ยุคดิจิทัล การสื่อสารและการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นจำเป็นต้องได้รับการยกระดับผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนตำบลออนใต้ จะเป็นนวัตกรรมสำคัญในการอนุรักษ์และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย สอดรับกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและคนรุ่นใหม่ ทั้งยังเป็นการสร้างระบบคลังความรู้ดิจิทัลที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนออนใต้ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระดับคุณภาพสืบไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษา สำรวจ และรวมรวบข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและข้อมูลปราชญ์ชุมชน ในพื้นที่ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนในพื้นที่ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเว็บไซต์

ในมิติด้านการสื่อสาร เว็บไซต์คือช่องทางสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลจากชุมชนสู่ผู้รับสารผ่านอินเทอร์เน็ต โดยอาศัยโครงสร้างสารสนเทศ 2 รูปแบบหลัก คือ **แบบลำดับชั้น (Hierarchical Structure)** ที่จัดระเบียบจากหมวดหมู่ใหญ่สู่หมวดหมู่ย่อยซึ่งเหมาะสมกับฐานข้อมูลภูมิปัญญาในงานวิจัยนี้ และ **แบบใยแมงมุม (Web Structure)** ที่เน้นการเชื่อมโยงเนื้อหาเชิงสัมพันธ์ ปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาสู่ "แพลตฟอร์มประสบการณ์ดิจิทัล" ที่ยึดผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (UCD) เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์และการเล่าเรื่องดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ได้เป็น เว็บไซต์ให้ข้อมูล คลังความรู้ดิจิทัลที่จัดเก็บในรูปแบบฐานข้อมูลสืบค้นได้ (กุลรภัท เทียมทิพร และสุทธิกร แก้วทอง, 2566, 69 - 81) และเว็บไซต์เชิงธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเว็บไซต์ด้วย WordPress

WordPress เป็นระบบจัดการเนื้อหา (CMS) รูปแบบโอเพนซอร์สที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการออกแบบเชิงระบบผ่านการเชื่อมโยงส่วนประกอบหลัก อาทิ ธีม ปลั๊กอิน และส่วนเสริมต่าง ๆ โดยกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์มุ่งเน้นการออกแบบที่ยึดผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User-Centered Design: UCD) เพื่อสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีที่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่ง่าย ประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูล และความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นสำคัญ

การบูรณาการ WordPress ร่วมกับ phpMyAdmin ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือบริหารจัดการข้อมูลแบบไดนามิกที่ช่วยให้การจัดเก็บและเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลออนใต้มีประสิทธิภาพ ระบบดังกล่าวยังเอื้อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการและปรับปรุงฐานข้อมูลได้ด้วยตนเอง อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนในการสร้างพื้นที่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านนวัตกรรมดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีนิยามที่หลากหลายตามบริบทของพื้นที่และมิติทางสังคม โดย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา (2551) ระบุว่าเป็นกระบวนทัศน์ (Paradigm) ที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างมนุษย์และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเพื่อความอยู่รอด ซึ่งเกิดจากกระบวนการสร้างองค์ความรู้ผ่านประสบการณ์และการปฏิบัติจริงในท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดของ ศศิธร ธรรมโสภิต (2553) ที่อธิบายว่าภูมิปัญญาคือทักษะและความเฉลียวฉลาดเฉพาะบุคคลที่ผ่านการเลือกสรร ปรุงแต่ง และสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ทั้งนี้ ภูมิปัญญาทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงลึกและเชิงกว้างในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและยุคสมัย โดยมี "ปราชญ์ชาวบ้าน" เป็นผู้ธำรงรักษาสรรพวิชาความรู้เหล่านี้ไว้เพื่อจรรโลงสังคมให้ดำรงอยู่อย่างสงบสุข

ลักษณะและประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีหลายประเภทหลายสาขา ขึ้นอยู่กับพื้นที่อาศัยและสภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติและความต้องการเพื่อความอยู่รอดของคนในชุมชน มีการสืบทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นมาเรื่อย ๆ เพื่อการดำรงชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้จำแนกประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2544) ได้กำหนดภูมิปัญญาไทยด้านต่าง ๆ ไว้ 9 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านเกษตรกรรม 2. ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม 3. ด้านการแพทย์แผนไทย 4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 5. ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน 6. ด้านศิลปกรรม 7. ด้านภาษาและวรรณกรรม 8. ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี และ 9. ด้านโภชนาการ

แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการอธิบายกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้งานต่อการยอมรับสารสนเทศและนวัตกรรมใหม่ โดยมีรากฐานมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) หัวใจสำคัญของแบบจำลองนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระหลัก 2 ประการ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อมั่นว่าเทคโนโลยีนั้นจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งสะท้อนถึงระดับความพยายามที่น้อยในการเรียนรู้และปฏิบัติงาน ปัจจัยทั้งสองประการนี้มีอิทธิพลโดยตรงต่อทัศนคติและความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการใช้งานจริงในที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุพร มีทรัพย์ทอง, วิลัยพร ยาขามป้อม และอัญชลี โกกะนุช (2568, 214–225) ศึกษาการพัฒนาสื่อดิจิทัลบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาเวียงใหญ่ จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างต้นแบบสื่อและประเมินผลการเผยแพร่ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่าพัฒนาสื่อผ่าน Facebook, TikTok และ YouTube โดยใช้การเล่าเรื่องเชื่อมโยงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และประเพณีผีตาโขนผ่านคลิปวิดีโอ 3 คลิป ส่งผลให้การเข้าถึงและการมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน และสะท้อนความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

อดุลย์ ทองแกม, วิชาญ แสนปาง, ปณิฎฐา พรรณวิเชียร, สำเริง นนศิริ, กิตติกรณ์ หนองหารพิทักษ์ และ วศิน หาสอดส่อง (2568, 184–195) พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจท้องถิ่น กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้มีความเห็นต่อแพลตฟอร์มในระดับมาก โดยฟังก์ชันที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ ระบบแนะนำสถานที่ด้วย AI ระบบ AR และระบบจองบริการนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.20) ขณะที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการข้อมูลอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.30)

วิรัช กาฬภักดี, เยาวเรศ กาฬภักดี, จักรพันธ์ จันทร์เขียว และมัจรี สุพรรณ (2568, 55–69) ศึกษาการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อจัดการศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์ โดยมุ่งพัฒนาระบบและประเมินประสิทธิภาพการใช้งาน ระบบนำเสนอข้อมูลผ่านภาพถ่าย 2 มิติ วิดีโอ ไฟล์ PDF พร้อมพิกัด เส้นทาง และแผนที่ออนไลน์ ผลการประเมินประสิทธิภาพการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด

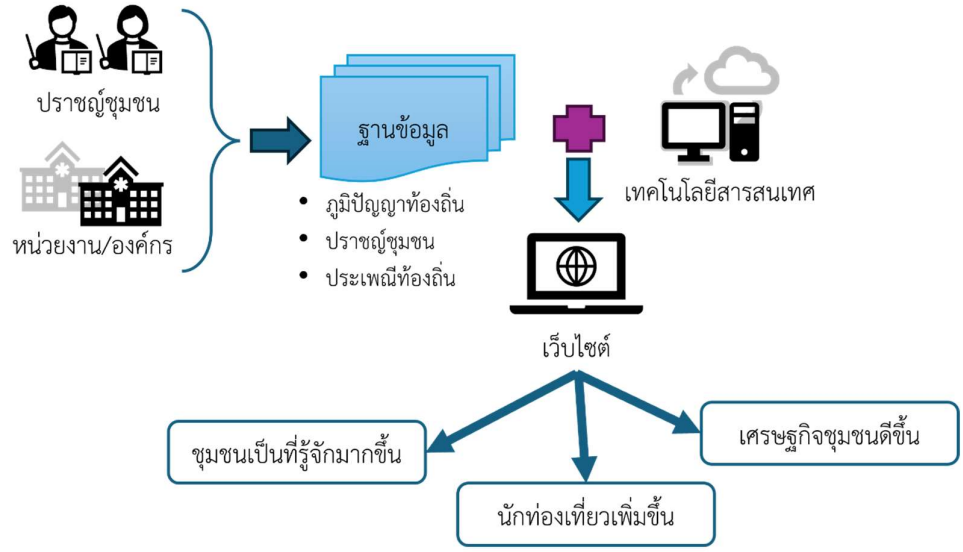
วรัญญา มะโนวรรณ์, อาหลง แซ่ลี และ อัญชลี ทิพย์โยธิน (2567,17–35) ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์โคมล้านนาบ้านป่าบงเหนือ จังหวัดเชียงราย ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป WordPress เพื่อสร้างช่องทางจัดจำหน่ายและสื่อสารกับลูกค้า ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่าลูกค้าพึงพอใจต่อเว็บไซต์และประสิทธิภาพการทำงานของระบบในระดับมาก ทั้งนี้สรุปว่าเว็บไซต์ที่พัฒนาด้วย WordPress เหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มจักสานบ้านป่าบงเหนือ

สุมาลี คิดสูงเนิน และคณะ (2566, 30–48) พัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดี่ด่านเกวียน” จังหวัดนครราชสีมา เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน โดยออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ด้วย WordPress ร่วมกับ phpMyAdmin สำหรับบริหารจัดการฐานข้อมูล พร้อมประเมินประสิทธิภาพระบบและความพึงพอใจผู้ใช้งาน ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

เจนจิรา หวังหลี และคณะ (2563, 84–93) พัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพเว็บไซต์และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เว็บไซต์พัฒนาด้วย WordPress รองรับ 2 ภาษา แสดงรายละเอียดแหล่งท่องเที่ยวพร้อมระบบนำทาง ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก และผู้ใช้งานมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบสารสนเทศและแอปพลิเคชันยุคใหม่ จากการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานการเกษตรแบบยั่งยืนของ รัศเมศวร์ ตันวีนุกูลและคณะ (2567) ชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถและประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism) โดยเฉพาะการใช้ระบบบริหารจัดการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center: TIC) เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีระดับความพึงพอใจต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ซึ่งสะท้อนถึงการยอมรับนวัตกรรมที่สอดคล้องกับวิถีเกษตรกรรมยั่งยืน นอกจากนี้ งานวิจัยยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีควบคู่ไปกับการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดด้านงบประมาณและนโยบาย ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนและตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานในยุคดิจิทัลได้อย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ ในการดำเนินการวิจัยกำหนด ผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้านและผู้ที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 13 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลที่คัดเลือกแบบเจาะจง จากการเป็นบุคคลที่รู้จักและเป็นผู้ใช้ภูมิปัญญา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi- Structured Interview) ซึ่งเป็นคำถามในลักษณะปลายเปิด ที่มีโครงคำถามในการสัมภาษณ์มาจากวัตถุประสงค์การวิจัย และแบบจดบันทึกการสังเกตขณะเก็บข้อมูลในชุมชน

3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการต่าง ๆ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เอง ด้วยวิธีการจดบันทึกและขออนุญาตบันทึกเสียงสัมภาษณ์ สังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมภายในชุมชน รวมถึงลักษณะของการดำเนินชีวิตประจำวัน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์

4. การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้โดเมนเนม http://rspg.tourism.mju.ac.th/

5. การประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่านดังนี้

1) ด้านการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.สุระพล ริยะนา วิทยาลัยพลังงานทดแทน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศ มีประสบการณ์การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารด้านงานคลัง มหาวิทยาลัยแม่โจ้

2) ด้านการออกแบบและประสบการณ์ผู้ใช้ (UX/UI) โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิริยะ กาญจนคงคา คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

3) ด้านเนื้อหา โดยอาจารย์ ดร.วลัยลดา ถาวรมงคลกิจ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม และด้านการท่องเที่ยว มีประสบการณ์การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการบริหารอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ อาจารย์ ดร.เกศินี วีรศิลป์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ ผู้เชี่ยวชาญด้านสังคม ภูมิปัญญา และวิถีชุมชน มีประสบการณ์การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และการพัฒนาชุมชนตามวิถี

6. ส่งมอบงานให้กับเทศบาลตำบลออนใต้และประเมินความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน ดำเนินการกับกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 8 ราย ได้แก่ ผู้ดูแลเว็บไซต์ 1 ราย และบุคลากรเทศบาลตำบลออนใต้ 7 ราย ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ (มากที่สุด–น้อยที่สุด) เกณฑ์แปลผลแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ คือ 4.21–5.00 (มากที่สุด), 3.41–4.20 (มาก), 2.61–3.40 (ปานกลาง), 1.81–2.60 (น้อย) และ 1.00–1.80 (น้อยที่สุด)

ผลการวิจัย (Results)

1. ในการดำเนินการวิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์ปราชญ์ชุมชน จำนวน 13 ราย ประกอบด้วย ด้านบุคคล/ปราชญ์ชุมชน ได้แก่ ด้านประเพณีวัฒนธรรมล้านนา, ด้านสมุนไพร, ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน, ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม และด้านเกษตรอินทรีย์

2. ข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น ทีมผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น ในตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 6 เรื่อง ได้แก่

2.1. เครื่องปั้นดินเผาสันกำแพง (ลายปลาคู่)

2.2. กลุ่มทอผ้าฝ้าย บ้านปงห้วยลาน

2.3. เครื่องจักสานหวาย

2.4. เครื่องสานจากใบลาน

2.5. การทำขนมพื้นบ้าน (ขนมขี้แมว)

2.6. เครื่องราง (ตาแหลว)

3. ข้อมูลปราชญ์ชุมชน อ้างอิงจากหนังสือ “ปั๊กกะตืนศาสนพิธีฮีตฮอยป่าเวณีภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลออนใต้ (กองการศึกษา เทศบาลตำบลออนใต้, 2568) และ ปราชญ์ผู้ให้ข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 13 ราย และ ข้อมูลประเพณีพื้นบ้าน จำนวน 8 เรื่อง

4. จากข้อมูลที่ได้ นำมากำหนดโครงสร้างข้อมูล ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โครงสร้างข้อมูล

5. ศึกษารวบรวมเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาพิจารณาเครื่องมือสำหรับพัฒนาเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่

ในการพัฒนาเว็บไซต์ มีวิธีการที่นิยมใช้งาน 3 แนวทางหลัก ที่นิยมใช้ ได้แก่:

1) การพัฒนาเว็บไซต์ด้วย WordPress (CMS)

2) การพัฒนาเว็บไซต์แบบ เขียนโค้ดเอง (Custom Coding)

3) การใช้ Website Builder (เช่น Wix, Squarespace)

เมื่อทำการเปรียบเทียบการพัฒนาเว็บไซต์ด้วยวิธีการต่าง ๆ ตามเกณฑ์การเปรียบเทียบ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบการพัฒนาเว็บไซต์ด้วยวิธีการต่าง ๆ

เกณฑ์เปรียบเทียบ	WordPress	เขียนโค้ดเอง	Website Builder
ความยืดหยุ่นในการออกแบบ	สูง	สูงมาก	ปานกลาง
ความง่ายต่อการใช้งานสำหรับผู้เริ่มต้น	ปานกลาง	ยาก	ง่าย
ความเร็วในการพัฒนา	เร็ว	ช้า	เร็วมาก
การดูแลรักษา (Maintenance)	ต้องอัพเดตเอง	ดูแลเองทั้งหมด	ระบบดูแลให้อัตโนมัติ
ความสามารถในการปรับแต่ง SEO	ดี	ดีมาก	ปานกลาง
ความสามารถในการขยายระบบ	สูง	สูงมาก	จำกัด
การควบคุมความปลอดภัย	ปานกลาง	สูง	สูง

จากข้อมูลเปรียบเทียบเครื่องมือ/วิธีการที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ ดังตารางที่ 1 กับปัจจัยในการพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่" ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

- **วัตถุประสงค์ในการพัฒนาเว็บไซต์** ต้องการนำเสนอข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวที่มีเนื้อหาด้วยสื่อหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และชุมชนหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบสามารถอัพเดตข้อมูลได้ด้วยตนเองในอนาคต
- **ความสามารถของผู้ดูแลเว็บไซต์** ผู้รับผิดชอบดูแลเว็บไซต์หลังจากส่งมอบผลงาน เป็นเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นที่ไม่ได้มีความเชี่ยวชาญด้านการเขียนโปรแกรมมากนัก
- **ความยืดหยุ่นและการพัฒนาในอนาคต ในอนาคตทางชุมชนหรือส่วนท้องถิ่น** มีการเพิ่มฟีเจอร์ เช่น ปฏิทินกิจกรรม, แบบฟอร์มติดต่อ, ข้อมูลสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ฯลฯ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาเว็บไซต์และข้อดีข้อจำกัดของแต่ละแนวทาง ทีมวิจัยสรุปว่า WordPress เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมที่สุด เนื่องจากมีระบบจัดการเนื้อหาที่ใช้งานง่าย ไม่จำเป็นต้องมีทักษะด้านการเขียนโปรแกรม และสามารถบริหารจัดการบทความ เมนู และหน้าต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รองรับการนำเสนอเนื้อหาหลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพ วิดีโอ และแผนที่ อีกทั้งสามารถขยายขีดความสามารถในอนาคตผ่านการติดตั้งปลั๊กอินเพิ่มเติม เช่น แกลเลอรี ปฏิทิน SEO และหลายภาษา โดยชุมชนสามารถดำเนินการได้เอง นอกจากนี้ยังมีธีมและปลั๊กอินที่เหมาะสมกับเว็บไซต์ด้านชุมชน วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

6. การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนฯ ภายใต้โดเมนเนม http://rspg.tourism.mju.ac.th/

6.1. การเลือกธีมและกำหนดอัตลักษณ์ของเว็บไซต์

ภายหลังการติดตั้งระบบ WordPress และฐานข้อมูลผ่าน phpMyAdmin ทีมวิจัยได้คัดเลือกธีมที่เหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยพิจารณาความสามารถในการแสดงบทความ รูปภาพ และวิดีโออย่างชัดเจน รองรับการแสดงผลแบบ Responsive Design ทั้งบนคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์พกพา มีหน้าแรกที่ดึงดูดความสนใจ พร้อมระบบค้นหาข้อมูลภายในเว็บไซต์ ทั้งนี้ได้เลือกใช้ธีม HybridMag ซึ่งเป็นธีมรูปแบบ Magazine/News Style ที่จัดหมวดหมู่เนื้อหาได้อย่างเป็นระบบ

มีความยืดหยุ่น โหลดรวดเร็ว และสามารถจัดวางส่วนแสดงผล เช่น ข่าวยอดนิยม ข่าวล่าสุด หรือเนื้อหาตามหมวดหมู่ได้หลากหลาย อีกทั้งโครงสร้าง HTML รองรับการทำงานร่วมกับ Google และปลั๊กอิน SEO จึงเหมาะสมต่อการพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

การกำหนดอัตลักษณ์เว็บไซต์

การกำหนดอัตลักษณ์เว็บไซต์ (Website Identity) เป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ น่าเชื่อถือ และจดจำได้ง่ายในสายตาผู้เข้าชม โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลเชิงวัฒนธรรมชุมชน หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งต้องอาศัยการสร้างภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับคุณค่าและบริบทของพื้นที่ โดยใช้โลโก้หน่วยงานผู้ให้ทุนสนับสนุนการดำเนินงาน เป็นโลโก้และไอคอนของเว็บไซต์ โดยมีการกำหนดรายละเอียดส่วนชื่อเว็บไซต์และคำโปรยเป็น “ฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน” “ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่” เพื่อแสดงให้ทราบถึงข้อมูลที่ต้องการนำเสนอในเว็บไซต์



ภาพที่ 3 แสดงการกำหนดอัตลักษณ์เว็บไซต์

6.2. การติดตั้งปลั๊กอิน (Plugin) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของเว็บไซต์

นอกจากรูปแบบของธีม HybridMag ที่เหมาะสมกับการนำเสนอข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชมแล้ว ยังมีการติดตั้งปลั๊กอินที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดการเนื้อหามาพร้อมกันด้วย ได้แก่ 1) According Slider Gallery เป็นปลั๊กอินสำหรับแสดงภาพหรือเนื้อหาแบบ Slider ที่ขยายเมื่อคลิก/โฮเวอร์ ช่วยเน้นแกลเลอรีและประเด็นสำคัญให้น่าสนใจ เหมาะกับการนำเสนอข้อมูลภูมิปัญญาและปราชญ์ชุมชน 2) Post Views Counter เป็นปลั๊กอินสำหรับนับจำนวนการเข้าชมแต่ละโพสต์หรือหน้าเพจ ช่วยวิเคราะห์ความนิยมของเนื้อหาและวางแผนพัฒนาเว็บไซต์ในอนาคต และ 3) Timeline Event History เป็นลั๊กอินสำหรับแสดงข้อมูลตามลำดับเวลา (Timeline) อย่างเป็นระบบ เหมาะกับการนำเสนอประวัติองค์กร โครงการ หรือชีวประวัติให้เข้าใจง่าย

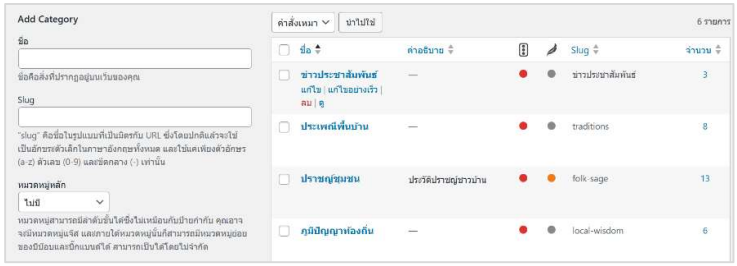
ทีมวิจัยได้ติดตั้งปลั๊กอิน Yoast SEO เพิ่มเติมจากปลั๊กอินของธีม HybridMag เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำ SEO บน WordPress โดยปลั๊กอินนี้ช่วยวิเคราะห์และปรับปรุงเนื้อหา รวมถึงโครงสร้างเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของเครื่องมือค้นหา เช่น Google อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เว็บไซต์มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

6.3. การกำหนดบัญชีรายชื่อผู้ใช้ (User)

ทีมวิจัยได้ดำเนินการบริหารจัดการบัญชีผู้ใช้งานโดยคำนึงถึงความยั่งยืนและความต่อเนื่องในการดำเนินงานในอนาคต ทั้งนี้ได้กำหนดสิทธิ์การเข้าถึงในระดับ “ผู้ดูแลระบบ” ให้แก่เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนสังกัดเทศบาลตำบลออนใต้ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการ ปรับปรุง และพัฒนาเนื้อหาเว็บไซต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นอิสระต่อไป

6.4. การกำหนดหมวดหมู่เรื่องที่จะนำเสนอ

ในการดำเนินการวิจัย ได้มีการวางแผนจัดหมวดหมู่ข้อมูลให้สอดคล้องกับโครงสร้างองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน โดยกำหนดหมวดหลัก 3 หมวด ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีพื้นบ้าน และปราชญ์ชุมชน ดังแสดงในภาพที่ 4 ทั้งนี้หลังส่งมอบงาน ทางเทศบาลตำบลออนใต้ได้กำหนดหมวดหมู่ “ข่าวประชาสัมพันธ์” เพิ่มเติมเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารของทางเทศบาลออนใต้อีกด้วย



ภาพที่ 4 แสดงการกำหนดหมวดหมู่ข้อมูล

6.5. การออกแบบ Wireframe ของแต่ละเว็บเพจ

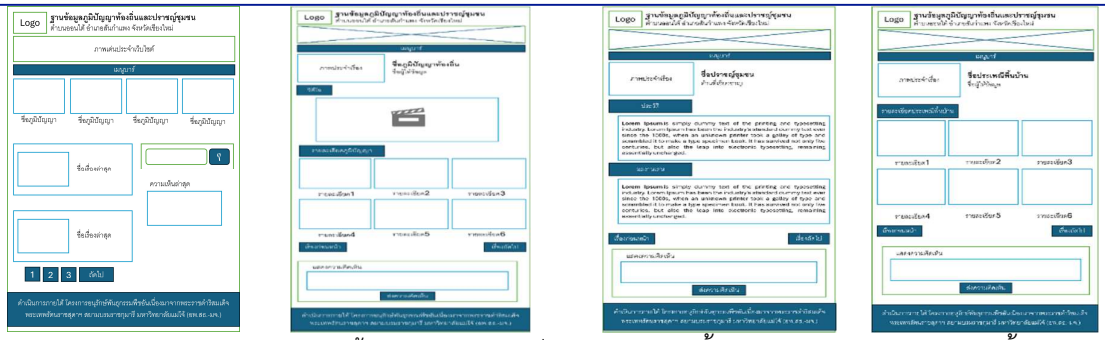
ทีมผู้วิจัยได้ออกแบบ Medium-fidelity Wireframes สำหรับแต่ละหน้าเว็บ เพื่อกำหนดโครงสร้างการนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นความครบถ้วนของเนื้อหาและลำดับการแสดงผลที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้

6.5.1 หน้าแรก นำเสนออัตลักษณ์เว็บไซต์ แถบเมนูเชื่อมโยงหมวดหมู่ ภาพปก เนื้อหาภูมิปัญญา 4 เรื่อง เรื่องล่าสุด 2 เรื่อง ระบบค้นหา และส่วนแสดงความคิดเห็นล่าสุด

6.5.2 หน้าเนื้อหาภูมิปัญญาท้องถิ่น แสดงชื่อภูมิปัญญา วิดีโอรายละเอียด ภาพขั้นตอนการจัดทำ และพื้นที่สำหรับแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งาน

6.5.3 หน้าเนื้อหาปราชญ์ชุมชน ประกอบด้วยชื่อปราชญ์ ภาพประกอบ ประวัติ ผลงานเด่น และส่วนแสดงความคิดเห็นจากผู้เข้าชมเว็บไซต์

6.5.4 หน้าเนื้อหาประเพณีพื้นบ้าน นำเสนอชื่อประเพณี ภาพประกอบ รายละเอียดกิจกรรม และพื้นที่สำหรับการมีส่วนร่วมผ่านการแสดงความคิดเห็น

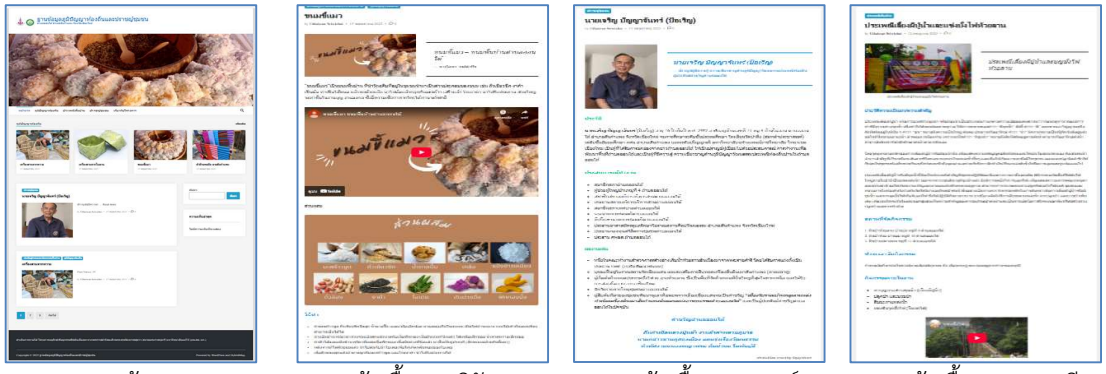


(ก) หน้าแรก (ข) หน้าเนื้อหาภูมิปัญญาท้องถิ่น (ค) หน้าเนื้อหาปราชญ์ชุมชน (ง) หน้าเนื้อหาประเพณีพื้นบ้าน

ภาพที่ 5 แสดง Medium-fidelity Wireframes

การออกแบบเว็บเพจ

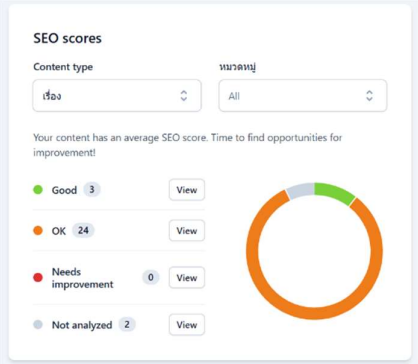
WordPress มีเครื่องมือจัดการการสร้างเนื้อหา ที่ผู้ใช้สามารถสร้างเว็บเพจได้โดยไม่ต้องมีความรู้เรื่องการเขียนโปรแกรม (Coding) ทั้งนี้สามารถแสดงตัวอย่างเว็บเพจเนื้อหาแต่ละหมวดหมู่ ดังนี้



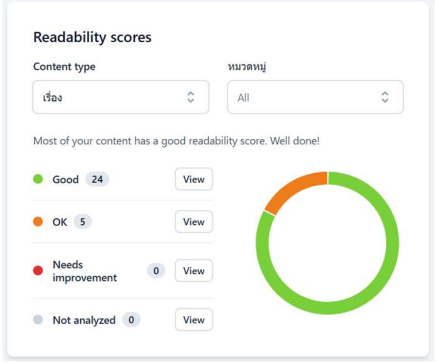
(ก) หน้าแรก (ข) หน้าเนื้อหาภูมิปัญญาท้องถิ่น (ค) หน้าเนื้อหาปราชญ์ชุมชน (ง) หน้าเนื้อหาประเพณีพื้นบ้าน

ภาพที่ 6 ผลลัพธ์การออกแบบเว็บเพจ

6.6 การสร้างสรรค์สื่อในรูปแบบภาพนิ่ง,วิดีโอ และเผยแพร่ข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น 6 เรื่อง, ปราชญ์ชุมชน 13 ราย และ ประเพณีพื้นบ้าน 8 เรื่อง รวมทั้งสิ้น 27 เรื่อง ดำเนินวิเคราะห์และปรับปรุงเนื้อหา ให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของเครื่องมือค้นหา (SEO) ได้ผลการวิเคราะห์ดังภาพที่ 7



(ก) ผลการประเมิน SEO



(ข) ผลการประเมินความสามารถในการอ่าน

ภาพที่ 7 ผลการวิเคราะห์ SEO และ Readability ของเนื้อหาด้วย ปลั๊กอิน Yoast SEO

6.7 คณะผู้วิจัย ดำเนินการเพิ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลออนใต้ เป็น “ผู้ดูแลระบบ” และถ่ายทอดองค์ความรู้พร้อมส่งมอบเว็บไซต์ให้กับเทศบาลตำบลออนใต้ ในการนี้ทางผู้ดูแลระบบของเทศบาลตำบลออนใต้ได้มีการเพิ่มข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

7. **การประเมินคุณภาพต่อเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน** เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่าน ใน 3 ด้าน ผลการประเมินเป็นดังนี้

1) **ผลการประเมินคุณภาพด้านการออกแบบและพัฒนาระบบ**พบว่า **ภาพรวมอยู่ในระดับดี** โดยด้านความง่ายในการใช้งาน ความเร็วในการตอบสนอง และความถูกต้องของการเชื่อมโยงข้อมูลอยู่ในระดับมาก สะท้อนถึงประสิทธิภาพและความเสถียรของระบบ ขณะที่การรองรับการแสดงผลบนอุปกรณ์หลากหลายได้รับการประเมินใน**ระดับมากที่สุด** ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่าการใช้ WordPress มีความเหมาะสมและเอื้อต่อการบริหารจัดการข้อมูลโดยชุมชน อย่างไรก็ตาม ควรทดสอบการแสดงผลให้ครบทุกอุปกรณ์เพื่อป้องกันปัญหาการซ้อนทับของข้อมูลบางส่วน โดยแสดงรายละเอียดระดับคุณภาพเว็บไซต์ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับคุณภาพเว็บไซต์ด้านการออกแบบและพัฒนาระบบ

รายการการประเมิน	ระดับคุณภาพ
1) ระบบการใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน	มาก
2) ความเร็วในการตอบสนองของระบบ	มาก
3) ความถูกต้องในการเชื่อมโยงข้อมูลภายในระบบ	มาก
4) การแสดงผลบนหลากหลายอุปกรณ์	มากที่สุด

2) **ผลการประเมินคุณภาพด้านการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX/UI)** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยด้านการจัดวางหน้าเว็บไซต์ ความชัดเจนของภาพประกอบ และความเหมาะสมของข้อความอยู่ในระดับมาก สะท้อนถึงความเข้าใจง่ายและการใช้งานที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ความเหมาะสมของภาพกราฟิกและความเป็นเอกภาพของรูปแบบหน้าจออยู่ในระดับปานกลาง แสดงถึงโอกาสในการพัฒนา

องค์ประกอบด้านทัศนศิลป์ให้มีความสอดคล้องและโดดเด่นยิ่งขึ้น โดยแสดงรายละเอียดระดับคุณภาพเว็บไซต์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับคุณภาพเว็บไซต์ด้านการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX/UI)

รายการการประเมิน	ระดับคุณภาพ
1) รูปแบบการจัดวางหน้าเว็บไซต์มีความเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก
2) ความเหมาะสมในการแสดงภาพกราฟิก	ปานกลาง
3) ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้	มาก
4) ความเหมาะสมในการใช้ข้อความเพื่ออธิบายหรือสื่อความหมาย	มาก
5) ความเป็นมาตรฐานเดียวกันในการออกแบบหน้าจอภาพ	ปานกลาง

ผู้ทรงคุณวุฒิให้ข้อเสนอแนะ ควรกำหนดระบบโทนสีและสีอัตลักษณ์ให้ชัดเจน เพิ่มลำดับชั้นตัวอักษร (Hierarchy) และปรับระยะห่างบรรทัดเพื่อความสบายตา ตลอดจนพัฒนาโครงสร้างภาพ ด้วย Grid System เพิ่มพื้นที่ว่าง ใช้สีเน้น และออกแบบปุ่ม/เมนูให้มีลักษณะโต้ตอบชัดเจน รวมถึงปรับปรุงการแสดงผลบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อเสริมภาพลักษณ์ความทันสมัย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและการจัดการข้อมูลอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดยแสดงรายละเอียดระดับคุณภาพเว็บไซต์ ดังตารางที่ 4 ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นระบบในการจัดหมวดหมู่ ความครบถ้วน และความสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชุมชน และประเพณีพื้นบ้าน แสดงให้เห็นว่าฐานข้อมูลมีความถูกต้อง ด้านการอนุรักษ์และการเผยแพร่เชิงวิชาการ แต่หากต้องการใช้เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรเพิ่มข้อมูลอื่น ๆ เช่น แผนที่, ช่องทางติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

ตารางที่ 4 ระดับคุณภาพเว็บไซต์ด้านเนื้อหา

รายการการประเมิน	ระดับคุณภาพ
1) ความเหมาะสมของการจัดหมวดหมู่ข้อมูล	มากที่สุด
2) ความครบถ้วน สมบูรณ์ของรายละเอียดข้อมูล "ภูมิปัญญาท้องถิ่น"	มากที่สุด
3) ความครบถ้วน สมบูรณ์ของรายละเอียดข้อมูล "ปราชญ์ชุมชน"	มากที่สุด
4) ความครบถ้วน สมบูรณ์ของรายละเอียดข้อมูล "ประเพณีพื้นบ้าน"	มากที่สุด

8. **การประเมินความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน** เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 8 ราย ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเว็บไซต์ 1 ราย และ บุคลากรของเทศบาลตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ในฐานะผู้ใช้งานฐานข้อมูล จำนวน 7 ราย สรุปผลการประเมินได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์

รายการการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล			
1) ข้อมูลมีความชัดเจน ถูกต้อง สมบูรณ์	4.75	0.463	มากที่สุด
2) ข้อมูลมีความสอดคล้องและตรงกับความต้องการ	4.75	0.463	มากที่สุด
3) ปริมาณเนื้อหามีความเหมาะสมกับหน้าเว็บเพจในแต่ละหน้า	4.50	0.535	มากที่สุด
4) ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความรู้ นำไปใช้ประโยชน์ได้	5.00	0.000	มากที่สุด
ด้านการใช้งาน			
1) ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้า โฮมเพจ	4.38	0.518	มากที่สุด
2) การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้ งาน	4.63	0.744	มากที่สุด
3) ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและ สวยงาม	4.50	0.756	มากที่สุด
4) ความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่าง ๆ	4.50	0.535	มากที่สุด
5) ภาพกับเนื้อหามีความสอดคล้องกัน และสามารถสื่อ ความหมายได	4.50	0.535	มากที่สุด
6) การแสดงผลข้อมูลปรับตามขนาดอุปกรณ์	4.75	0.463	มากที่สุด
รวมค่าเฉลี่ย	**4.75**	**0.463**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 5 ผลการประเมินความพึงพอใจ พบว่า โดยภาพรวมผู้ประเมินมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.75, S.D. = 0.463) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้รับการประเมินในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยเฉพาะประเด็นข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$= 5.00, S.D. = 0.000) สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของเนื้อหาที่มีความถูกต้อง ชัดเจน และตรงตามความต้องการของผู้ใช้

ในด้านการใช้งาน พบว่าทุกรายการได้รับการประเมินในระดับมากที่สุดเช่นกัน โดยประเด็นการแสดงผลข้อมูลที่สามารถปรับตามขนาดอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยสูง ($\bar{x}$= 4.75, S.D. = 0.463) รองลงมาคือการจัดวางรูปแบบเว็บไซต์ที่ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน ($\bar{x}$= 4.63, S.D. = 0.744) ทั้งนี้ แม้ประเด็นความสวยงามและความทันสมัยของหน้าโฮมเพจจะมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในกลุ่ม ($\bar{x}$= 4.38, S.D. = 0.518) แต่ยังคงอยู่ในระดับมากที่สุด

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า เว็บไซต์มีคุณภาพทั้งในด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบการใช้งาน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการและการเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

จากการวิจัยพบว่าการออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีระบบจัดการเนื้อหา (Content

Management System: CMS) ด้วยโปรแกรม WordPress ร่วมกับฐานข้อมูล phpMyAdmin เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาเว็บไซต์ฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับชุมชน เนื่องมาจาก WordPress มีระบบจัดการเนื้อหาที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้และมีปลั๊กอิน/ธีมจำนวนมากที่ช่วยเพิ่มฟังก์ชันการทำงานที่ช่วยยกระดับการนำเสนอเนื้อหาให้กระชับ น่าสนใจ และเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้ใช้ยุคดิจิทัล อีกทั้งระบบนิเวศปลั๊กอินของ WordPress ที่มีความยืดหยุ่นสูง ทำให้สามารถเพิ่มฟังก์ชัน SEO และการวิเคราะห์การเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย และระบบดังกล่าวมีคุณลักษณะเด่นด้านความง่ายในการบริหารจัดการเนื้อหาซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินคุณภาพด้านการออกแบบและพัฒนาระบบจากผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในระดับดี และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานในด้านการจัดวางรูปแบบเว็บไซต์ที่เอื้อต่อการอ่านและการใช้งานในระดับมากที่สุด ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีดังกล่าวยังช่วยให้เนื้อหาภูมิปัญญาทั้ง 27 เรื่อง สามารถรองรับการสืบค้นผ่านกลไกการปรับแต่งเพื่อการค้นหา (SEO) ได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ชุมชนสามารถเปลี่ยนบทบาทจากผู้รักษาความรู้แบบดั้งเดิมสู่การเป็นผู้บริหารจัดการคลังความรู้ดิจิทัลได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

ความสำเร็จของงานวิจัยนี้ยังมีปัจจัยสำคัญมาจากการลงพื้นที่ภาคสนามเชิงลึกเพื่อรวบรวมข้อมูลจากปราชญ์ชาวบ้านและผู้เชี่ยวชาญในท้องถิ่นจำนวน 13 ราย ซึ่งช่วยให้ฐานข้อมูลภูมิปัญญา 6 ด้าน และประเพณีพื้นบ้าน 8 เรื่อง มีความถูกต้องและสะท้อนเอกลักษณ์ "บ้านจุ้ม เมืองเย็น" ของตำบลออนใต้อย่างชัดเจน กระบวนการจัดทำสื่อมัลติมีเดียประกอบเนื้อหา ทั้งในรูปแบบวิดีโอและภาพพรรณนาขั้นตอนการผลิตภูมิปัญญา เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้คุณภาพเนื้อหาได้รับการประเมินในระดับมากที่สุด และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้งานในด้านความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ($\bar{X}$= 5.00) การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่อยู่ในตัวปราชญ์ชุมชนมาแปรรูปให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (Digitalization) จึงไม่เพียงแต่เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมแต่ยังเป็นการสร้างนวัตกรรมทางสังคมที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมในเชิงการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การวิจัยยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมและการบริหารจัดการโดยชุมชน โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้และส่งมอบสิทธิ์การเป็นผู้ดูแลระบบให้แก่เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลออนใต้ ถือเป็นกลไกสำคัญในการประเมินการใช้งานจริงในบริบทการทำงานภาคสนาม ซึ่งเจ้าหน้าที่สามารถดำเนินการเพิ่มและปรับปรุงข้อมูลได้อย่างต่อเนื่องหลังจากสิ้นสุดกระบวนการวิจัย แม้ผลการประเมินด้านการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX/UI) ในบางมิติยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่การประเมินความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้งานที่อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.75) เป็นเครื่องยืนยันว่าเว็บไซต์นี้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้และเป็นต้นแบบของการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุป (Conclusion)

การวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จในการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกับทุนทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนตำบลออนใต้ โดยผู้วิจัยสามารถสำรวจและ

จัดเก็บข้อมูลภูมิปัญญา ประเพณี และประวัติปราชญ์ท้องถิ่นรวม 27 เรื่อง ผ่านกระบวนการออกแบบที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและพัฒนาด้วยระบบจัดการเนื้อหา WordPress ที่รองรับการแสดงผลบนอุปกรณ์ที่หลากหลาย ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญและการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานยืนยันว่าเว็บไซต์ดังกล่าวมีประสิทธิภาพในการใช้งาน มีคุณภาพเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ และเป็นมิตรต่อผู้ใช้ ซึ่งพร้อมที่จะเป็นคลังความรู้ท้องถิ่นที่ทันสมัยและยั่งยืน องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้คือ โมเดลการพัฒนา "นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อชุมชน" ที่พิสูจน์ให้เห็นว่าความร่วมมือระหว่างนักวิจัย ชุมชน และหน่วยงานท้องถิ่นสามารถสร้างเครื่องมือสื่อสารอัตลักษณ์ที่ชุมชนบริหารจัดการได้เองโดยไม่ต้องพึ่งพาทักษะด้านการเขียนโปรแกรมขั้นสูง ผลการดำเนินงานไม่เพียงแต่เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับการศึกษาตลอดชีวิต แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปให้นำแนวคิดการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (TAM) มาใช้ในการศึกษาเชิงพฤติกรรม เพื่อประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานระบบในระยะยาวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านการสื่อสารการตลาดและส่งเสริมอัตลักษณ์ดิจิทัล เทศบาลตำบลออนใต้และหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ ควรบูรณาการเว็บไซต์ฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้เข้ากับแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลเพื่อเป็นสื่อกลางหลักในการเผยแพร่อัตลักษณ์วัฒนธรรมและตำนาน "ร้อยเรื่องเล่า" ของชุมชนออนใต้ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้าสู่พื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม

2. ด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตและคลังความรู้ชุมชน สถาบันการศึกษาในพื้นที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการจัดการเรียนรู้ ควรประยุกต์ใช้เว็บไซต์ในฐานะคลังความรู้ดิจิทัล (Digital Archive) เพื่อเป็นนวัตกรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับนักเรียน เยาวชน และประชาชนทั่วไป ในการสืบสานมรดกทางภูมิปัญญาจากปราชญ์ชาวบ้านและประเพณีท้องถิ่นให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

3. ด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการบริหารจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐควรใช้ฐานข้อมูลปราชญ์ชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้ เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ ในการสนับสนุนการตัดสินใจและการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของตำบลออนใต้อย่างมีระบบ

4. ด้านการขยายขีดความสามารถสู่ระดับสากลและเศรษฐกิจฐานราก หน่วยงานผู้ดูแลระบบควรดำเนินการต่อยอดประสิทธิภาพของเว็บไซต์ด้วยการเพิ่มฟังก์ชันรองรับระบบหลายภาษาและการจัดทำข้อมูลสารสนเทศสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงรุก เช่น แผนที่พิกัดเส้นทางและช่องทางติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อยกระดับประสบการณ์การเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวต่างชาติและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้แก่เศรษฐกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง โดยใช้แนวคิดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ที่มีผลต่อเจตคติและพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งนักท่องเที่ยวเยาวชนและผู้สูงอายุ

2. ควรมีการต่อยอดฟังก์ชันการใช้งานของเว็บไซต์ให้มีความเป็นพลวัตมากขึ้น เช่น การพัฒนาระบบแชทบอทเพื่อตอบโต้ข้อมูลเบื้องต้นแบบเรียลไทม์ หรือการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาช่วยในการแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้ใช้ให้มีความน่าสนใจและทันสมัยสอดคล้องกับพฤติกรรมในยุคดิจิทัล

3. ควรศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงเว็บไซต์ฐานข้อมูลเข้ากับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลและส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันเนื้อหา ซึ่งจะช่วยสร้างการมีส่วนร่วมและขยายฐานการรับรู้อัตลักษณ์ของชุมชนออนใต้ในวงกว้าง

4. ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบเชิงรูปธรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการใช้งานเว็บไซต์ในระยะยาว ทั้งในมิติของการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ที่กระจายสู่เศรษฐกิจฐานราก และความยั่งยืนในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมโดยคนในชุมชน เพื่อใช้เป็นโมเดลต้นแบบในการพัฒนาพื้นที่หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี (อพ.สธ.) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่สนับสนุนทุนดำเนินการวิจัย เรื่อง การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และขอขอบคุณเทศบาลตำบลออนใต้ ปราชญ์ชาวบ้านทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการดำเนินงานวิจัย

เอกสารอ้างอิง (References)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2562). *ไทย เที่ยว เท่..พันนาพูเลา ร้อยเรื่องเล่า เมืองเก่าออนใต้.* https://www.ontai.go.th/wp-content/uploads/2018/08/Book-CIV9_ออนใต้-จ.เชียงใหม่.pdf.

กองการศึกษา เทศบาลตำบลออนใต้ (2568). ปั๊กกะตืนศาสนพิธีฮีตฮอยป๋าเวณีภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลออนใต้.เทศบาลตำบลออนใต้. https://www.ontai.go.th/wpcontent/uploads/สมุดเล่มเล็กข้อมูลประเพณีวัฒนธรรมตำบลออนใต้.pdf.

กุลชลี จงเจริญ, สฤษดิพงษ์ ลิมปิษเฐียร, ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ, วัฒนา มัคคสมัน, จรีลักษณ์ รัตนาพันธ์ และศศิธร บัวทอง. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, *14(2), 46 – 58. https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/474/1/44235.pdf.*

กุลรภัส เทียมทิพร และสุทธิกร แก้วทอง. (2566). การพัฒนาระบบสารสนเทศประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, 13*(1), 69-81. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU/article/download/259082/175819.

เจนจิรา หวังหลี, ชาคริต โคจรนา, ธรรมาภรณ์ ยวนใจและธนกฤต รัตนสิมานนท์. การพัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดตรัง. *วารสารเกษตรศาสตร์และเทคโนโลยี*| ปีที่1 ฉบับที่1 มกราคม - เมษายน 2563, 84-93. https://li01.tci-thaijo.org/index.php/atj/article/view/239798.

จารุพร มีทรัพย์ทอง, วิลัยพร ยาขามป้อม และอัญชลี โกกะนุช. (2568). การพัฒนาสื่อดิจิทัลบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาเวียงใหญ่ จังหวัดเลย.*วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 27*(2). 214 – 225. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/290162.

จิระนาถ รัตนสุวรรณ, ณัฐนันท์ โพธิ์พานิช, และ วศิน สุวรรณรัตน์. (2564). การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชุมชนออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด,* 14(3), 15-28. https://business.payap.ac.th/pdf/case/2564/case_2.pdf.

พรณัชชา วุฒิวิริยะ. (2565*).* การศึกษาแนวโน้มผลกระทบและความท้าทายต่อการท่องเที่ยวไทยในโลกดิจิทัลยุคปกติใหม่. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูม, 4*(3), 600-612. *https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/download/261846/175990/1017472.*

รัศเมศวร์ ตันวีนุกูล,บุญฤทธิ์ นกครุฑ,ชาญณรงค์ หนูอินทร์,และสุวิทย์ สมสุภาพรุ่งยศ. (2567). การยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานการเกษตรแบบยั่งยืน. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ. 6(1), 45-58.* https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/269968/182511.

วรัญญา มะโนวรรณ์, อาหลง แซ่ลี และ อัญชลี ทิพย์โยธิน (2567). การพัฒนาเว็บไซต์โคมล้านนาบ้านป่าบงเหนือ จังหวัดเชียงราย . วารสารวิชาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 2(1), 17–35. สืบค้น จาก https://li04.tci-thaijo.org/index.php/scidru/article/view/1922

วิรัช กาฬภักดี, เยาวเรศ กาฬภักดี, จักรพันธ์ จันทร์เขียว และมัจรี สุพรรณ. (2568). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อจัดการศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 5*(2), 55 – 69. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JSET/article/view/259456.

ศศิธร ธรรมโสภิต. (2553). *บทบาทผู้บริหารสถานศึกษาในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมามาใช้ในการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนประถมศึกษา สำนักงานเขตคลองสาน สังกัด กรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์.) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed_Adm/Sasithorn_T.pdf.

สุมาลี คัดสูงเนิน, ชัยภัทร สุพันพิม, รัตติยาพร พันธ์ภักดี, สโรชา ไชยสงค์, ศศิกานต์ ไพลกลาง และนงลักษ์ อันทะเดช. (2566). เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดี่ด่านเกวียน” สำหรับการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการเพื่อการพัฒนานวัตกรรมเชิงพื้นที่,* 4(2), 30-48. https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/jsid/article/view/251792.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2544). *ประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่น.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการศึกษาแห่งชาติ.

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). หลักสูตรท้องถิ่นกับการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ.

อดุลย์ ทองแกม, วิชาญ แสนปาง, ปณิฎฐา พรรณวิเชียร, สำเริง นนศิริ, กิตติกรณ์ หนองหารพิทักษ์ และ วศิน หาสอดส่อง. (2568). การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจท้องถิ่น:กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท แหล่งมรดกโลก จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล. 11*(2), 184 – 195. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/scaj/article/download/281368/186256/1203391.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

การสังเคราะห์แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศและต่างประเทศ

Synthesizing Approaches of Universities to Thai Language Teaching for Foreigners in Thailand and Abroad

ณฐญธร อินทรกำแหง , วรารัชต์ มหามนตรี , สุวรรณี ทองรอด*

Natayathon Intarakumhang , Wararat Mahamontri , Suwannee Thongrot*

[1]คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

เลขที่ 99 หมู่ 9 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก 65000 ประเทศไทย

[1]Faculty of Humanities, Naresuan University

99 Moo 9, Tha Pho, Mueang Phitsanulok District, Phitsanulok, 65000, Thailand

***รับบทความ**: 24 กรกฎาคม 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 26 กุมภาพันธ์ 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศและต่างประเทศ และ (2) สังเคราะห์แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ โดยศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษา 6 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ University of London Australian National University และ National University of Singapore การวิจัยใช้วิธีการสังเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์เนื้อหาจากแนวทางการจัดการเรียนการสอน 3 ลักษณะ ได้แก่ แผนการเรียนระยะสั้น แผนการเรียนระยะยาว และรายวิชาเฉพาะด้าน ผลการวิจัยพบว่า สถาบันทั้งในประเทศและต่างประเทศมีเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม มีความแตกต่างตามบริบท โดยสถาบันในประเทศไทยเน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประสบการณ์จริง ขณะที่สถาบันในต่างประเทศเน้นการพัฒนาทักษะภาษาไทยควบคู่กับการคิดวิเคราะห์ในบริบทวิชาการและนานาชาติ นอกจากนี้ ผลการสังเคราะห์นำไปสู่แนวทางสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ (1) โครงสร้างหลักสูตรที่ยืดหยุ่น (2) การบูรณาการทักษะ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: suwanneet@nu.ac.th

การสื่อสารกับการคิดวิเคราะห์ (3) การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน (4) การจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และ (5) การส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมและนานาชาติ ซึ่งสามารถใช้เป็นกรอบในการพัฒนาหลักสูตรและยกระดับมาตรฐานการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยในระดับสากล

คำสำคัญ

การจัดการเรียนการสอน ภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ สถาบันอุดมศึกษาในประเทศและต่างประเทศ

Received: *July 24, 2025* ***Revised:*** *February 26, 2026* ***Accepted:*** *April 22, 2026*

Abstract

This study aimed to: (1) analyze and compare pedagogical approaches for teaching Thai as a foreign language in higher education institutions both within Thailand and abroad, and (2) synthesizing pedagogical approaches for teaching Thai as a foreign language in higher education institutions both within Thailand and abroad. The research focused on six purposively selected institutions: Chulalongkorn University, Mahidol University, Chiang Mai University, the University of London, Australian National University, and the National University of Singapore. A qualitative synthesis was conducted through content analysis of three instructional frameworks: short-term programs, long-term programs, and specialized courses. The results revealed a shared objective among all institutions to systematically develop learners' four language skills—listening, speaking, reading, and writing—with an emphasis on communicative competence. However, pedagogical differences were observed across institutional contexts. Domestic institutions emphasize cultural activities and experiential learning, whereas international institutions focus on language proficiency alongside critical thinking skills in academic and global contexts. Furthermore, the synthesis identified five core approaches for effective instruction: (1) flexible curriculum structures, (2) the integration of communicative and analytical skills, (3) blended learning methodologies, (4) the incorporation of cultural engagement, and (5) the promotion of intercultural and international learning environments. These findings provide a comprehensive framework for curriculum development, aimed at elevating the quality and international standards of Thai language education for foreign learners.

Keywords

Teaching Approaches, Thai as a Foreign Language, Higher Education Institutions in Thailand and abroad

บทนำ (Introduction)

ภาษาไทยเป็นภาษาหนึ่งที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจเรียนรู้ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ การเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติจึงมีความสำคัญมากขึ้นปัจจุบัน หลายมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้เริ่มเปิดหลักสูตรการเรียนภาษาไทยเพื่อให้ความรู้แก่ผู้เรียนชาวต่างชาติ ดังที่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศเรศ ดลเพ็ญ ได้กล่าวถึงกระแสนิยมภาษาไทยของชาวต่างชาติว่า ก่อนหน้านี้ชาวต่างชาติอาจมาเรียนภาษาไทยเพื่อทำธุรกิจหรือใช้ทำงาน แต่ปัจจุบันการเลือกเรียนภาษาไทยมาจากหลายเหตุผล โดยเฉพาะความชื่นชอบในความเป็นไทยจากสื่อต่าง ๆ เช่น ละคร ซีรีส์ที่เผยแพร่ทั้งวัฒนธรรม ภาษา และสถานที่ท่องเที่ยวในไทย จนทำให้เขาอยากเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจผู้คนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นภาษาไทยจึงเป็นซอฟต์เพาเวอร์อีกลักษณะหนึ่งและจะยังเป็นที่รู้จักมากขึ้นในอนาคต (ผานิต ฆาตนาค, 2567) อีกทั้ง นายศุภชัย ใจสมุทร ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) กล่าวถึงสถานการณ์นักศึกษาต่างชาติไว้ว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในฐานะศูนย์กลางการศึกษานานาชาติของภูมิภาคอาเซียน และเป็นที่ยอมรับของนักศึกษาจีนเป็นอย่างมาก โดยในปัจจุบันมีนักศึกษาจีนกว่า 40,000 คนกำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไทย ซึ่งไม่เพียงแต่สะท้อนถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพของการศึกษาระดับอุดมศึกษาของไทย แต่ยังเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนากำลังคนและสร้างความร่วมมือที่แข็งแกร่งระหว่างสองประเทศอีกด้วย (ธนิดา วิมลเศรษฐ, 2568)

การจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติในมหาวิทยาลัยและสถาบันศึกษาแต่ละแห่งล้วนมีแนวทางและรูปแบบที่น่าสนใจและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งแนวทางการสอนไม่เพียงแต่คำนึงถึงเนื้อหาการสอนในห้องเรียนเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่ชาวต่างชาติจะได้เรียนรู้และรับประสบการณ์ต่าง ๆ ไปอีกด้วย รวมถึงสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เปิดกว้างและกระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการฝึกฝนทักษะภาษาไทยในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้หากผู้สอนเลือกใช้วิธีจัดการเรียนการสอนอย่างเหมาะสม มีความน่าสนใจ และสามารถกระตุ้นผู้เรียนได้ย่อมทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยบรรยากาศที่ดี โดย รุ่งฤดี แผลงศร (2565, 99) ได้เสนอแนวทางการสอนไว้อีกว่า “ผู้สอนควรบูรณาการข้อดีของวิธีสอนภาษาต่างประเทศแต่ละวิธีมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียนและผู้สอน ย่อมทำให้การเรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศบรรลุจุดมุ่งหมายของการเรียนการสอนทุกฝ่าย”

คณะผู้วิจัยได้สำรวจแนวทางการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และพบว่าแต่ละมหาวิทยาลัยมีแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่น่าสนใจและมีจุดเด่นที่แตกต่างกันในบริบทที่หลากหลาย อีกทั้งยังไม่พบงานวิจัยที่มุ่งศึกษาและเปรียบเทียบแนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับ

ชาวต่างชาติระหว่างสถาบันอุดมศึกษาในประเทศและต่างประเทศอย่างเป็นระบบ การศึกษาดังกล่าวจึงมีความสำคัญในการหาแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับบริบทใหม่ และสามารถยกระดับการจัดการเรียนการสอนสู่มาตรฐานสากล ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการสังเคราะห์แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของสถาบันอุดมศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมจำนวน 6 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วยสถาบันอุดมศึกษาในประเทศ 3 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสถาบันอุดมศึกษาในต่างประเทศ 3 แห่ง ได้แก่ University of London, Australian National University และ National University of Singapore ซึ่งล้วนเป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ มีชื่อเสียงด้านการจัดการเรียนการสอนและมีประสบการณ์ในการเปิดสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติมาอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 30 ปี ผลการวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญในการกำหนดแนวทางการพัฒนาหลักสูตรภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของศูนย์การสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ตลอดจนเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาเอกสารประกอบการสอนให้สอดคล้องกับหลักสูตรที่มีความทันสมัย มีเนื้อหาครอบคลุม และสามารถรองรับการจัดการเรียนการสอนในบริบทระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศและต่างประเทศ
2. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศและต่างประเทศ

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

ในการสังเคราะห์แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศและต่างประเทศ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การจัดการเรียนการสอน

การสอน คือ กระบวนการให้การศึกษาแก่นักเรียนซึ่งต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างครูกับนักเรียน บรรยากาศที่ครูกับนักเรียนเข้าใจกันย่อมส่งเสริมความงอกงามทั้งด้านสติปัญญาและด้านอื่น ๆ รวมถึงจะช่วยให้การสอนบรรลุผลสำเร็จไม่ว่าในห้องเรียนหรือสถานที่ใดก็ตาม (Hills, 1982, 266 อ้างถึงในทศพร กานติมาอัศจรรย์, 2561, 16) ในทำนองเดียวกัน ศุภลักษณ์ ทองจีน (2560, 41) ก็ได้กล่าวถึงการสอนไว้ว่า เป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน เพื่อทำให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตาม

เป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้นเพื่อให้การสอนบรรลุผลตามเป้าหมาย ผู้สอนจึงต้องออกแบบหลักการจัดกิจกรรมเรียนการสอนอย่างมีระบบ มีกระบวนการและให้ครบองค์ประกอบของการสอน

ดังนั้นการเรียนการสอน คือ กิจกรรมเกี่ยวกับการสอนหรือความพยายามของผู้สอนในการจัดประสบการณ์หรือกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นกระบวนการในการสร้างสถานการณ์แวดล้อมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ โดยการเลือกวิธีการสอนเทคนิคต่าง ๆ ที่เหมาะสมและต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน อันมีผลทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในทางที่พึงประสงค์

สำหรับการจัดการเรียนการสอน Edward Anthony (อ้างถึงใน สุมิตา อังวัฒนกุล, 2539, 20-21) เสนอคำ 3 คำที่เป็นพื้นฐานการสอน ได้แก่ แนวคิด วิธีสอน และกลวิธีการสอน ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1) แนวคิด (Approach) หมายถึง ทฤษฎี หลักการ หรือความเชื่อเกี่ยวกับธรรมชาติของภาษา และธรรมชาติของการเรียนรู้ภาษา แนวคิดจะเป็นตัวกำหนดเป้าหมายเนื้อหาของการเรียนการสอน ตลอดจนรูปแบบการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน

2) วิธีสอน (Method) หมายถึง กระบวนการในการนำเสนอเนื้อหา บทบาทของผู้เรียน บทบาทของผู้สอน วัสดุประกอบการเรียนการสอนซึ่งต้องกำหนดให้สอดคล้องกับแนวคิด

3) กลวิธีการสอน (Technique) หมายถึง กลวิธีและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ควบคู่ไปกับวิธีสอนแต่ละวิธี ซึ่งต้องสอดคล้องกับแนวคิดและวิธีสอน

จะเห็นได้ว่า ในการจัดการเรียนการสอนนั้นแนวคิด วิธีสอน และกลวิธีการสอนต้องมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันจึงจะทำให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ โดย รุ่งฤดี แผลงศร (2565, 68) ได้กล่าวว่า ก่อนเริ่มสอนในแต่ละครั้ง ผู้สอนควรมีวัตถุประสงค์ว่าต้องการสอนเรื่องอะไรและสอนอย่างไร ดังนั้นผู้สอนจึงต้องมีแนวคิดหรือทฤษฎีในการสอนเพื่อเป็นแนวทางในการสอนอย่างมีหลักเกณฑ์ แล้วนำแนวคิดหรือทฤษฎีนั้นไปเปลี่ยนเป็นวิธีสอนหรือการวางแผนการสอนตามขั้นตอนการสอนที่ผู้สอนกำหนดไว้

2. ภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ

ภาษาไทยในปัจจุบันได้รับการส่งเสริมไปสู่ระดับสากล ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเผยแพร่อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทย การส่งเสริมภาษาไทยต้องอาศัยแนวทางที่เป็นระบบ ครอบคลุมทุกภาคส่วน คือ ส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ และใช้เทคโนโลยีที่สนับสนุนการใช้ภาษาไทยอย่างมีประสิทธิภาพ (ณัชชา ชุ่มนวม, 2564, 1-9) สำหรับการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติจำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้เรียนและรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยจากการศึกษาของวรัญญา เที่ยงไชย (2561) พบว่า ผู้เรียนชาวต่างชาติมีวัตถุประสงค์หลักในการเรียนภาษาไทยเพื่อใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการสื่อสารกับคนไทยในบริบทจริง เช่น การทำงาน การใช้ชีวิต และการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม นอกจากนี้ ผู้เรียนยังให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นของหลักสูตร รูปแบบการเรียนการสอนที่เข้าใจง่าย และบรรยากาศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ รวมทั้งคุณภาพของผู้สอนและการให้บริการของสถาบันการศึกษา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการเรียน

การสอนควรยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจ และเป้าหมายของผู้เรียน เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถนำภาษาไทยไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

ในขณะเดียวกัน การศึกษาของกรนิษฐ์ ชายป่า พิงพร ศรีแก้ว และศิวพร จติกุล (2565, 53-64) ได้เสนอแนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ โดยเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสารเป็นสำคัญ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกใช้ภาษาในสถานการณ์จริง และส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนและผู้เรียนด้วยกันเอง การใช้สื่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น สื่อดิจิทัล สื่อภาพ และสถานการณ์จำลอง สามารถช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น และเพิ่มแรงจูงใจในการเรียนรู้ นอกจากนี้ การจัดการเรียนการสอนควรคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างผู้เรียนแต่ละคน ทั้งในด้านพื้นฐานภาษา วัฒนธรรม และรูปแบบการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะภาษาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแนวคิดดังกล่าวกล่าวได้ว่า การจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติควรเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และมุ่งพัฒนาทักษะการสื่อสารเป็นสำคัญ โดยผู้สอนควรออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความต้องการและบริบทของผู้เรียน ใช้สื่อ เทคโนโลยีและวิธีการสอนที่หลากหลาย และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะภาษาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำภาษาไทยไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังสามารถขยายอิทธิพลภาษาไทยไปสู่ระดับสากลได้อีกด้วย

3. การวิเคราะห์และการสังเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏในเอกสารหรือบันทึกมากกว่ากระทำกับเนื้อหาที่ซ่อนอยู่ การตีความจะกระทำในอีกขั้นตอนหนึ่งภายหลังเมื่อผู้ศึกษาจะสรุปข้อมูล (ธณิศร บุญสุข และคณะ, 2566, 121) โดยสามารถสรุปขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหาได้เป็น 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย

1) การกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาหรือเอกสาร เพื่อให้ชัดเจนว่าจะเลือกข้อมูลประเภทใด หากมีข้อคำถามแจกแจงอย่างชัดเจนก็สามารถแยกข้อมูลตามข้อคำถามในแต่ละตอนหรือแต่ละข้อ

2) การกำหนดเค้าโครงเพื่อจำแนกคำหรือเนื้อหาสาระของข้อมูล ซึ่งผู้วิเคราะห์ควรระบุอย่างชัดเจนว่าจะใช้คำหรือข้อความใดบ้าง เพื่อช่วยในการเลือกและการตัดเนื้อหาที่ไม่จำเป็นออกไป ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือปัญหาของงานวิจัย และควรใช้คำที่ค่อนข้างกว้างเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ได้จากข้อมูลหลายชุดเพื่อนำมาพิจารณาอย่างเป็นระบบ

3) การพิจารณาบริบทแวดล้อม (Context) ของเนื้อหาเพื่อเพิ่มความถูกต้องของข้อมูล ไม่เพียงแค่การเลือกใช้เฉพาะคำสำคัญหรือวลีสั้น ๆ เท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้สามารถอธิบายความเกี่ยวข้องของข้อมูลได้ดีมากขึ้น

4) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนับเป็นความถี่ของเนื้อหา แล้วสรุปบรรยายข้อมูลเชิงคุณภาพต่อไป

สำหรับการสังเคราะห์เนื้อหา (Content Synthesis) เป็นกระบวนการนำข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วมารวมกันอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความเข้าใจใหม่หรือข้อสรุปใหม่อย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูล

จากแหล่งต่าง ๆ มาหาความเหมือน ความแตกต่าง และความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล จากนั้นจึงเรียบเรียงข้อมูลใหม่ให้เกิดเป็นองค์ความรู้ที่เป็นระบบ (Booth et al., 2022, 235-244) โดยวิธีการสังเคราะห์เป็นระบบที่ช่วยจัดระบบข้อมูลให้เป็นระเบียบและชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้การสังเคราะห์งานวิชาการไม่จำเป็นต้องเริ่มดำเนินการตั้งแต่แรกใหม่ทั้งหมด สามารถนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาผสมผสาน เพิ่มความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น ขยายสาระและขอบเขตออกไปให้สมบูรณ์ครบถ้วน ซึ่งข้อมูลที่สังเคราะห์จะเป็นประโยชน์ในการต่อยอดองค์ความรู้ บูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ตลอดจนสร้างสรรค์ผลงานชิ้นใหม่ ๆ ต่อไปได้ (อลงกต คชสาร, 2567, 87)

การวิเคราะห์และการสังเคราะห์เนื้อหาเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถทำความเข้าใจข้อมูลอย่างเป็นระบบ เห็นความสัมพันธ์ของข้อมูล และนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่อย่างมีเหตุผลและน่าเชื่อถือ กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การรวบรวมข้อมูล การอ่านและทำความเข้าใจข้อมูลอย่างละเอียด การจำแนกและจัดหมวดหมู่ข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การสรุปประเด็นสำคัญ และการเรียบเรียงข้อมูลใหม่ในรูปแบบที่เป็นระบบและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คัดเลือกจากสถาบันอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียงและมีการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติอย่างต่อเนื่องมาไม่น้อยกว่า 30 ปี โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 6 แห่ง แบ่งเป็นสถาบันในประเทศ 3 แห่ง และสถาบันในต่างประเทศ 3 แห่ง ทั้งนี้ สถาบันที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องมีหลักสูตรภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติที่ได้รับการยอมรับ มีการเผยแพร่แนวทางการจัดการเรียนการสอนผ่านสื่อออนไลน์อย่างเป็นระบบ และเปิดให้บุคคลภายนอกสามารถลงทะเบียนเรียนได้ จากเกณฑ์ดังกล่าวจึงได้ข้อมูลจากสถาบันอุดมศึกษาในประเทศประกอบด้วย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ศูนย์ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.) มหาวิทยาลัยมหิดล (Mahidol University Global Partnership Division, n.d.) และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Language Institute Chiang Mai University, n.d.) และต่างประเทศ ประกอบด้วย University of London (SOAS) (SOAS University of London, n.d.), Australian National University (ANU) (Open Universities Australia, n.d.) และ National University of Singapore (NUS) (NUS Centre for Language Studies, n.d.)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานอุดมศึกษาทั้ง 6 แห่ง ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการจัดการเรียนการสอน 3 ลักษณะ ได้แก่ แผนการเรียนระยะสั้น แผนการเรียนระยะยาว และรายวิชาในหลักสูตรเฉพาะด้าน (มีการเปิดเป็นสาธารณะให้บุคคลภายนอกสามารถลงทะเบียนได้)

3. การวิเคราะห์และการสังเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่มีความชัดเจนและเป็นระบบ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) จัดระเบียบข้อมูลและจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นและเนื้อหา โดยจัดระเบียบและเรียบเรียงสาระสำคัญของข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่สะดวกต่อการวิเคราะห์ เช่น การจำแนกตามสถาบัน รูปแบบการจัดการเรียนการสอน และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง แล้วจัดกลุ่มตามลักษณะเนื้อหาและประเด็นที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น ภาพรวมของหลักสูตร วิธีการสอน หัวข้อที่สอน และกิจกรรมเสริมหลักสูตร

2) เปรียบเทียบข้อมูล โดยเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างสถาบันเพื่อพิจารณาความเหมือน ความแตกต่าง และลักษณะเฉพาะของแนวทางการจัดการเรียนการสอนในแต่ละสถาบัน รวมถึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการจัดการเรียนการสอน

3) การสังเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ผ่านการจัดกลุ่มและเปรียบเทียบแล้ว มาทำการสังเคราะห์โดยการเชื่อมโยงแนวคิดและข้อค้นพบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความเข้าใจใหม่และพัฒนาเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ

ผลการวิจัย (Results)

ข้อมูลการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของสถาบันอุดมศึกษาทั้ง 6 แห่ง พบแนวทางการจัดการเรียนการสอนตามบริบทของสถาบันแต่ละแห่ง ดังต่อไปนี้

1. แนวทางการจัดการเรียนการสอน

แนวทางการจัดการเรียนการสอน แบ่งตามประเด็นภาพรวมของหลักสูตร วิธีการสอน หัวข้อที่สอน และกิจกรรมเสริมหลักสูตร ดังนี้

1.1 ภาพรวมของหลักสูตร

ภาพรวมของหลักสูตรมีการแบ่งระดับจากง่ายไปยากในการฝึกทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาไทย เริ่มสอนตั้งแต่ผู้ไม่มีพื้นฐานทางภาษาไทย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ภาพรวมของหลักสูตร

สถาบัน	การแบ่งระดับ	ระยะเวลาการเรียนการสอน	วิชาเลือก
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Intensive Thai Program (ITP) 9 ระดับ และ Communicative Thai for Beginners (CTB) 3 ระดับ	ITP 100 ชั่วโมง ต่อหลักสูตร และ CTB เป็นหลักสูตรพื้นฐานสำหรับผู้เริ่มต้น 40 ชั่วโมง ต่อหลักสูตร	มีวิชาเลือก เช่น ภาษาไทยเพื่อการทำงาน ภาษาไทยเชิงธุรกิจ และสามารถจัด Private Course
มหาวิทยาลัยมหิดล	Thai Language and Culture for Foreigners และ Summer Program	Preliminary 105 ชั่วโมง (32 วัน), Intermediate 54 ชั่วโมง (18 วัน), Advanced 51 ชั่วโมง (17 วัน) และ Summer Program 2 สัปดาห์	ไม่ปรากฏข้อมูล

ตารางที่ 1 ภาพรวมของหลักสูตร (ต่อ)

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	3 ระดับ Level 1-3	เรียนสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 3 ชั่วโมง รวม 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	ไม่ปรากฏข้อมูล
National University of Singapore	9 ระดับ Level 1-3 (พื้นฐาน), Level 4-6 (กลาง), Level 7-9 (สูง)	ระดับละ 30 ชั่วโมง	ไม่ปรากฏข้อมูล
University of London	3 ระดับหลัก มีระดับย่อย Beginners 1-3, Elementary 1-3, Pre-Intermediate 1-3	ระดับละ 20 ชั่วโมง ใน 10 สัปดาห์ (Blended Learning 15 ชั่วโมง เรียนออนไลน์ที่มีครูผู้สอน และ เรียนรู้อย่างอิสระอย่างน้อย 5 ชั่วโมง)	ไม่ปรากฏข้อมูล
Australian National University	6 ระดับ Thai 1-2 (พื้นฐาน), Thai 3-4 (กลาง), Thai 5-6 (สูง)	130 ชั่วโมง ใน 12 สัปดาห์ (แต่ละสัปดาห์เรียนออนไลน์และศึกษาด้วยตนเอง โดย 1) 90 นาที ศึกษาด้วยตนเองก่อนเรียนออนไลน์ 2) 180 นาที เข้าร่วมชั้นเรียนผ่าน Zoom สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 90 นาที 3) 90 นาที ทำแบบฝึกหัดประจำสัปดาห์ 4) อย่างน้อย 4 ชั่วโมง ศึกษาด้วยตนเอง)	ไม่ปรากฏข้อมูล

โดยรวม สถาบันทั้งในประเทศและต่างประเทศมีการแบ่งระดับการเรียนอย่างเป็นระบบ และกำหนดระยะเวลาการเรียนที่แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์และรูปแบบหลักสูตร โดยบางสถาบันมีความยืดหยุ่นและเปิดโอกาสให้เลือกเรียนตามความต้องการ และมีการกำหนดให้ศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งสะท้อนถึงแนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติที่หลากหลายและสอดคล้องกับบริบทของผู้เรียนในระดับนานาชาติ

1.2 วิธีการสอน

วิธีการสอนเริ่มต้นจากทักษะการฟัง การพูด และไวยากรณ์ระดับพื้นฐาน จากนั้นเพิ่มทักษะการอ่านและการเขียน รวมถึงคำศัพท์ โครงสร้างภาษา และเนื้อหาในระดับที่ยากขึ้น ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 วิธีการสอน

สถาบัน	ระดับ/หลักสูตร	ทักษะและเนื้อหาที่จัดการเรียนการสอน
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Intensive Thai 1	การฟัง การพูด ไวยากรณ์ และคำศัพท์
	Intensive Thai 2	การฟัง การเขียนคำศัพท์ การพูด การอ่าน การออกเสียง ไวยากรณ์ และคำศัพท์
	Intensive Thai 3-6	การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน
	Intensive Thai 7-9	การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนระดับสูง โดยใช้สื่อหลากหลาย รวมถึงกิจกรรมในชั้นเรียนและการนำเสนอ
มหาวิทยาลัยมหิดล	Preliminary Course	ไวยากรณ์ การฟัง และการพูด
	Intermediate Course	ไวยากรณ์ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน
	Advanced Course	การพูด และการเขียน
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Level 1-3	การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน
National University of Singapore	Level 1	การฟัง การพูด ประโยค วลี และคำศัพท์พื้นฐาน การอ่านและการเขียนคำพื้นฐาน
	Level 2-3	การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนคำ ประโยค และย่อหน้าขนาดสั้น
	Level 4-6	การฟัง การพูดเพื่อแสดงมุมมอง ความคิด และทัศนะ การอ่านและการเขียนย่อหน้า หรือเรื่องราวสั้น ๆ
	Level 7–9	การฟัง การพูดเพื่อถ่ายทอดความคิดเห็นที่ซับซ้อน การอ่านและการเขียนเรื่องราวที่ยาวขึ้น และการอภิปราย
University of London	Thai Beginners – Thai Pre-Intermediate	การฟัง การพูดสนทนา การอ่าน และการเขียน
Australian National University	Thai 1	การฟัง การพูด กฎพื้นฐาน การอ่าน การเขียน ประโยคพื้นฐาน รูปแบบตัวอักษร (ฟอนต์) ภาษาไทย และแป้นพิมพ์ภาษาไทย
	Thai 2-3	การฟัง การพูดสนทนา การอ่าน และการเขียนย่อหน้า
	Thai 4-6	การฟัง การพูดสนทนาและอภิปราย การอ่านและการเขียนข้อความที่ยาวและซับซ้อนขึ้น

จากข้อมูลวิธีการสอนข้างต้นพบว่า ทั้ง 6 สถาบันให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะภาษาไทยทั้ง 4 ด้านอย่างสมดุล การฟังและการพูดสอนตั้งแต่ระดับต้นจนถึงระดับสูง เริ่มจากบทสนทนาพื้นฐานไปจนถึง

หัวข้อที่มีความซับซ้อน ในขณะที่การอ่านและการเขียนจะเรียนรู้เป็นลำดับขั้น จากระบบการเขียนพื้นฐานไปถึงการเขียนที่ยาวขึ้นและสามารถอภิปรายในชั้นเรียนได้

1.3 หัวข้อที่สอน

หัวข้อที่สอนเริ่มจากการให้ความรู้เกี่ยวกับไวยากรณ์ไทยระดับพื้นฐาน คำศัพท์และการสนทนาในชีวิตประจำวัน จากนั้นจึงเป็นไวยากรณ์ไทยในระดับที่ซับซ้อนขึ้น แต่ละสถาบันมีหัวข้อที่สอนดังต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Intensive Thai 1, 2, 3 ภาษาและวัฒนธรรมไทย ฝึกออกเสียงพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ ประโยคบอกเล่า คำถาม คำสั่งแบบพื้นฐานจำลองสถานการณ์อย่างง่ายในการสื่อสาร

Intensive Thai 4 สุขภาพ การเคารพธงชาติ วัฒนธรรม ท้องฟ้ายามค่ำคืน พระจันทร์ อายุ ความรัก

Intensive Thai 5 ชีวิต เศรษฐกิจ โภชนาการ ปัญหาในสังคม วัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ ตำนานประวัติศาสตร์

Intensive Thai 6 ภัยธรรมชาติ ข่าวอาชญากรรม ข่าวทั่วไป การประกาศและโฆษณา เศรษฐกิจและการเมือง ข่าวเศรษฐกิจและข่าวการเมือง

Intensive Thai 7 ปริทัศน์สังคมไทยร่วมสมัย ภาษาธุรกิจ สำนวนไทยเกี่ยวกับธุรกิจและการลงทุน ภาษาโฆษณา การวิจารณ์ ภาษาวรรณศิลป์ ภาษากฎหมาย ทำเนียบภาษา ภาษาสแลง ภาษากีฬา

Intensive Thai 8 ปริทัศน์สังคมไทยสมัยใหม่ สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ สังคมแบบจารีตสังคมร่วมสมัย ภาษากับสังคม ปัญหาสังคม

Intensive Thai 9 ปริทัศน์สังคมไทยก่อนสมัยใหม่ ความเชื่อ อาหารและศิลปวัฒนธรรมไทย ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น วัฒนธรรมกับงานวรรณกรรมไทย วัฒนธรรมบันเทิง ประเพณีกับชีวิต

มหาวิทยาลัยมหิดล

Thai Language and Culture for Foreigners

1) Preliminary course ภาษาไทยเบื้องต้น พยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ ตัวเลข คำศัพท์และประโยคพื้นฐานในชีวิตประจำวัน การทักทายและการแนะนำตัว วัฒนธรรมและประเพณีไทย

2) Intermediate Course การใช้คำเชื่อม อักษรย่อ สระประสม ข้อยกเว้นในการออกเสียง การพัฒนาทักษะภาษาไทย (การฟัง การพูด การอ่าน การเขียนข้อความขนาดสั้น) การสนทนาในสถานการณ์ต่าง ๆ วัฒนธรรมและประเพณีไทย

3) Advanced course การสนทนาในสถานการณ์เฉพาะ การพูดและการเขียนในหัวข้อต่าง ๆ วัฒนธรรมและประเพณีไทย

Summer Program แนะนำประเทศไทยและวัฒนธรรมไทย กลุ่มชาติพันธุ์และพหุวัฒนธรรม บุคลิกลักษณะของคนไทย ภาษาไทยในชีวิตประจำวัน เยี่ยมชมการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สมุนไพรไทยและ

การแพทย์แผนไทย มวยไทย อาหารไทยแต่ละภาค ห้องเรียนทำอาหาร วัฒนธรรมเมืองและวัฒนธรรมดิจิทัล สังคมและวัฒนธรรมไทยในสื่อ ตะวันออกพบตะวันตก ชุดไทยและการแสดงรำไทย การรู้จักตนเอง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Level 1 การแนะนำตนเอง ตัวเลข/ราคา อาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ วัน เวลา การนัดหมาย ที่ตั้ง ทิศทาง สภาพอากาศ การท่องเที่ยว ครอบครัว งานอดิเรก สัตว์เลี้ยง ร่างกาย สุขภาพ สังคม วัฒนธรรมไทย การอำลา การอวยพร

Level 2 การทักทาย ผลไม้/ขนมไทย/กาแฟ อาหารที่นิยม การเดินทาง ปัญหาต่าง ๆ

Level 3 สภาพอากาศในเชียงใหม่ โรงพยาบาล ภาพยนตร์ สำนวนไทย ศัพท์วัยรุ่น โฆษณา อาณาจักรล้านนา การสั่งอาหารออนไลน์

National University of Singapore

Level 1 การทักทายและการกล่าวลา เส้นทาง ลักษณะของบุคคล สถานที่ และสิ่งของ ความชอบ/ไม่ชอบ และความพึงพอใจ การเปรียบเทียบ การขอร้อง การให้ความช่วยเหลือ การขอคำแนะนำ การให้เหตุผล

Level 2 การเชิญชวนและการให้คำแนะนำ เวลา การสั่งอาหาร การซื้อของและการต่อรองราคา คุณภาพและปริมาณของสินค้า การนัดหมายและการเปลี่ยนแปลงนัดหมาย การฝากข้อความทางโทรศัพท์ การเดินทาง การบรรยายและลำดับเหตุการณ์ การเข้าสังคม

Level 3 อาการเจ็บป่วย แสดงความห่วงใยและคำอวยพร เขียนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แผนการเดินทางท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเมือง ขอคำแนะนำ ให้คำแนะนำและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเทศกาลและประเพณีทางวัฒนธรรม แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าและความเชื่อของเทศกาล

Level 4 แผนการท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเมือง การถามและให้คำแนะนำ การบรรยายและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเทศกาลและประเพณี ค่านิยมและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับการเฉลิมฉลอง การอภิปรายเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย ขนบธรรมเนียม และวิถีชีวิต การเปรียบเทียบวัฒนธรรมของภาษาเป้าหมายกับวัฒนธรรมอื่น ๆ อย่างมีวิจารณญาณ เชื่อมโยงมุมมองใหม่กับวัฒนธรรมท้องถิ่นและอัตลักษณ์ของตนเอง

Level 5 การอธิบาย บรรยายและอภิปรายเกี่ยวกับการทำงานในประเทศไทยและต่างประเทศ การเฉลิมฉลอง ชีวิตการทำงาน ครอบครัว ความก้าวหน้าในสายอาชีพ การนำเสนอรูปแบบการใช้ชีวิต และภาวะการเป็นผู้นำ การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือปรากฏการณ์ทางสังคมหรือปัญหาทางสังคม

Level 6 การอภิปรายเกี่ยวกับเรื่องการเงินและการบริหารจัดการ เช่น แผนออมเงินสำหรับวัยรุ่น แผนการลงทุนที่เป็นไปได้ กองทุนของรัฐบาล ฯลฯ สื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อวิถีชีวิตของผู้คน การอภิปรายเกี่ยวกับระบบการศึกษาในประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ และหัวข้อที่น่าสนใจหรือเหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น อีคอมเมิร์ซ เทคโนโลยี และวิถีชีวิต ฯลฯ วัฒนธรรมและค่านิยมไทย โครงสร้างของครอบครัว

Level 7 การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นร่วมสมัยในสังคมและบริบทชีวิตประจำวัน มุมมองต่อวัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมอื่น ๆ ตลอดจนวัฒนธรรมของตนเอง วิถีชีวิตของคนไทยและผู้คนจากวัฒนธรรมอื่น การอภิปรายเกี่ยวสถานการณ์ปัจจุบันของโลก รวมถึงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของตนเอง

Level 8 การอภิปรายเกี่ยวกับหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับอาชีพ หัวข้อทางธุรกิจ การแสดงความคิดเห็นและทัศนะต่อประเด็นทางธุรกิจในประเทศไทย สิงคโปร์ และประเทศอื่น ๆ

Level 9 การวิเคราะห์ภาษาไทยในสื่อต่าง ๆ การอภิปรายเกี่ยวกับกระแสสังคมและปัญหาประเด็นต่าง ๆ ในสังคม การอธิบายถึงลักษณะการใช้ภาษาในสื่อและสังคม การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ภาษาในสื่อและวัฒนธรรม การสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับภาษาในสื่อและอัตลักษณ์ของการใช้ภาษาในสื่อต่าง ๆ

University of London

Thai Beginners 1 ใช้คำทักทายและคำอำลา แนะนำตนเอง คำถามที่ต้องการคำตอบว่าใช่/ไม่ใช่ (yes/no questions) การทำงานและการเรียน ตัวเลข ความสุภาพ ถามและบอกเส้นทาง พูดคุยกับคนขับแท็กซี่ ซื้อของ ซื้ออาหาร ซื้อเสื้อผ้า ถามและต่อรองราคากับผู้ขายสินค้า

Thai Beginners 2 สั่งอาหารและเครื่องดื่ม ถาม-อธิบายตำแหน่งของสิ่งของ อธิบายความชอบ/ความต้องการและแสดงความเห็นเกี่ยวกับอาหาร ปฏิเสธอย่างสุภาพ ถาม-ตอบสิ่งใดเกิดขึ้นแล้วต้องการหรือไม่ต้องการทำ ความสามารถ ตอบคำถามว่า “ทำไม” ประสบการณ์ในการเรียนภาษาไทย ครอบครัว การแต่งงาน

Thai Beginners 3 เข้าใจหรือไม่เข้าใจ ถามความหมายของสิ่งต่าง ๆ คำสั่งที่ห้ามทำ พูดถึงเหตุการณ์ในอดีต ประสบการณ์ เมืองที่อาศัยอยู่ การเดินทาง เวลา จองตั๋วรถไฟ จองห้องพักโรงแรม วันในสัปดาห์ ขอให้ผู้อื่นช่วยทำบางสิ่งอย่างสุภาพ เช่าอะพาร์ตเมนต์ อธิบายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ พูดถึงเดือน ฤดูกาล และวันที่เฉพาะเจาะจง

Thai Elementary 1 ความสนใจของตนเอง การทำงาน ลักษณะของบุคคลและอารมณ์ คำสันธาน สิ่งของที่ขาย บรรยายความรู้สึกของตนเอง ครอบครัว ลักษณะของบ้าน วันเกิดและงานเลี้ยงสังสรรค์

Thai Elementary 2 ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศไทยหรือประเทศอื่น ๆ เมื่อไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ประสบการณ์การเรียนภาษาไทย มหาวิทยาลัย งานและครอบครัว การย้ายบ้านและลักษณะที่อยู่อาศัย การเดินทางอย่างละเอียด เปรียบเทียบสิ่งต่าง ๆ เหตุการณ์ที่ผิดพลาดหรือปัญหาที่เกิดขึ้น

Thai Elementary 3 อธิบายเกี่ยวกับครอบครัวของตนเอง การจราจรและการคมนาคม อาหารและร้านอาหารอย่างละเอียด งานเลี้ยงสังสรรค์ การบอกเส้นทาง การซื้อของและตลาด สถานการณ์ซื้อของที่ซับซ้อนมากขึ้น วันหยุดและการลาพักผ่อน การเรียนรู้ภาษาเกี่ยวกับการบอกเวลาที่ละเอียดขึ้น

Thai Pre-Intermediate 1 อธิบายงานอดิเรกของตนเองอย่างละเอียดและลึกซึ้ง ความรู้สึกและลักษณะนิสัยของตนเอง คำเชื่อม สภาพแวดล้อมในการทำงาน การซื้อของ สมาชิกในครอบครัวและลักษณะบ้าน ประโยคกรรม (passive voice) การทำสิ่งต่าง ๆ ให้ผู้อื่น การให้ผู้อื่นทำสิ่งต่าง ๆ ให้ตนเอง

Thai Pre-Intermediate 2 หัวข้อทางการเมืองบางประเด็น ใช้คำเชื่อมประโยคได้มากขึ้น เช่น “ถ้า” “ดังนั้น” “อย่างไรก็ตาม” เข้าร่วมสัมภาษณ์งาน ให้คำแนะนำหรือคำสั่งแก่พนักงานหรือลูกจ้าง ประโยคกรรม คำลักษณนาม (classifiers)

Thai Pre-Intermediate 3 แปลงคำกริยา/คำคุณศัพท์ให้เป็นคำนาม อธิบายลักษณะบ้านอย่างละเอียดราวกับพูดคุยกับนักออกแบบตกแต่งภายใน การซื้อหรือเช่าบ้านในประเทศไทย การร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าที่ชำรุดหรือมีปัญหา ใช้คำบอกเวลาในหลากหลายบริบท อธิบายประสบการณ์การเรียนรู้ภาษาไทย

Australian National University

Thai 1 การทักทายและการทำความรู้จัก พยัญชนะและสระในภาษาไทย กฎพื้นฐานในการพูด เขียน และอ่านภาษาไทย ครอบครัวและลำดับอาวุโส การรับประทานอาหารไทย การรู้เท่าทันและข้อควรระวังเมื่อซื้อของ การเป็นนักผจญภัย และการออกนอกเส้นทางท่องเที่ยวทั่วไป การเป็น “แขกที่ได้รับการต้อนรับ” ค่านิยมของคนไทยเกี่ยวกับการศึกษาและอาชีพ ความเชื่อของคนไทยเกี่ยวกับสถานที่และบทบาทของบุคคลในสังคม ความเป็นมงคล ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับออสเตรเลีย

Thai 2 อาชีพ ลักษณะของบุคคล การพูดคุยทางโทรศัพท์ การสนทนาในชีวิตประจำวัน กิจกรรมยามว่าง การเดินทางท่องเที่ยว การลางานและการอวยพร การอ่านป้ายประกาศ และโปสเตอร์ โฆษณา ข่าวไทย

Thai 3 ละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ไทย วัฒนธรรม มุมมองของคนไทยเกี่ยวกับ “บ้าน” และ “ครอบครัว”, “พุทธศาสนา” และ “ความเชื่ออื่น ๆ” มุมมองของคนไทยเกี่ยวกับ “โรงเรียน” และ “การศึกษา”, “สถาบันพระมหากษัตริย์” และ “กองทัพ” ค่านิยมทางสังคมของไทยในอดีตและปัจจุบัน ความหลากหลายในสังคมไทย วรรณกรรมเรื่อง “จดหมายจากเมืองไทย” มุมมองของคนไทย คนจีน และชาวตะวันตกเกี่ยวกับ “บ้าน” และ “ครอบครัว”, “โรงเรียน” และ “การศึกษา”, “ศาสนา” และ “ความเชื่ออื่น ๆ” และ “การพัฒนาอาชีพ” อัตลักษณ์ความเป็นไทย ความเป็นจีน และความเป็นอื่น

Thai 4 ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคมการเมือง วัฒนธรรม และเหตุการณ์ปัจจุบัน ภาพยนตร์ไทย และบทเพลงไทย ประเด็นทางสังคม การตีความเชิงเปรียบเทียบ และการเข้าใจความหมายในบริบท พัฒนาความเข้าใจด้านไวยากรณ์และการแปล เหตุการณ์ปัจจุบันและหัวข้อทางสังคมที่กำลังเป็นที่สนใจ

Thai 5 คำศัพท์และโครงสร้างไวยากรณ์ที่ซับซ้อน การนำเสนอปากเปล่า การแปลแบบฉับพลัน (spontaneous translation) สนทนาในหัวข้อที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อ่านและการฟังผ่านสื่อทั้งข้อความและสื่อภาพ-เสียง วิเคราะห์ความหมายเชิงเปรียบเทียบ (figurative meaning) จากวรรณกรรม

ไทย อภิปรายและเขียนในประเด็นร่วมสมัย เช่น วัฒนธรรมสมัยนิยม ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ความหลากหลายทางเพศ สิ่งแวดล้อม และการเมือง เปรียบเทียบบริบทเหล่านี้กับสังคมออสเตรเลีย ค้นหาและคัดกรองข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากอินเทอร์เน็ต

Thai 6 การอ่านและการฟังจากสื่อที่มีความหมายโดยนัย (implicit meanings) และการทำความเข้าใจตามบริบท (contextual understanding) แสดงมุมมองเปรียบเทียบในประเด็นต่าง ๆ ค้นหาและประเมินข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เรียนรู้คำศัพท์เฉพาะทาง (technical vocabulary) และโครงสร้างไวยากรณ์ที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น การนำเสนอปากเปล่า การแปลแบบฉับพลัน อภิปรายและเขียนอย่างมีระบบและลึกยิ่งขึ้น เช่น เหตุการณ์ปัจจุบัน สถานการณ์เศรษฐกิจ การเมืองแห่งความเหลื่อมล้ำ อิทธิพลเชิงวัฒนธรรม (Soft Power) บริบทของประเทศไทยในอาเซียนและอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง และความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับออสเตรเลีย ค้นหาและคัดกรองข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากอินเทอร์เน็ต

จากข้อมูลหัวข้อที่สอนสามารถจัดกลุ่มเนื้อหาได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 หัวข้อที่สอน

กลุ่มเนื้อหา	รายละเอียดเนื้อหา	หมายเหตุ
1. ระบบภาษาไทยพื้นฐาน	พยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ การออกเสียง คำศัพท์พื้นฐาน โครงสร้างประโยค	ปรากฏทุกสถาบัน
2. การสื่อสารในชีวิตประจำวัน	การทักทาย การแนะนำตนเอง การซื้อขาย การเดินทาง การรับประทานอาหาร การใช้ภาษาในสถานการณ์ทั่วไป	ปรากฏทุกสถาบัน
3. วัฒนธรรมและสังคมไทย	ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อ อัตลักษณ์ไทย ศิลปวัฒนธรรม และค่านิยม	ปรากฏทุกสถาบัน
4. การพัฒนาทักษะภาษา 4 ทักษะ	การฟัง พูด อ่าน เขียน การนำเสนอ และการอภิปราย	ปรากฏทุกสถาบัน
5. การสื่อสารในบริบทเฉพาะ	ภาษาเพื่อธุรกิจ ภาษาในสื่อ ภาษาโฆษณา ภาษาเพื่อการทำงาน หรือสถานการณ์เฉพาะทาง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ไม่ปรากฏข้อมูล
6. สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเหตุการณ์ร่วมสมัย	ข่าว เหตุการณ์ปัจจุบัน ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ การเมือง	University of London ไม่ปรากฏข้อมูล
7. การวิเคราะห์ภาษาและการใช้ภาษาในระดับสูง	การวิเคราะห์ภาษาในสื่อ การตีความ การแปล การอภิปรายเชิงวิชาการ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยมหิดล ไม่ปรากฏข้อมูล
8. การเปรียบเทียบวัฒนธรรมระหว่างประเทศ	การเปรียบเทียบวัฒนธรรม การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ และบริบทข้ามวัฒนธรรม	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, University of London ไม่ปรากฏข้อมูล

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า เนื้อหาด้านระบบภาษา การสื่อสารในชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมไทย และการพัฒนาทักษะภาษา เป็นองค์ประกอบหลักที่ปรากฏในหลักสูตรของทุกสถาบัน สะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายพื้นฐานร่วมกันในการพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสารภาษาไทยของผู้เรียน ในขณะที่เนื้อหาเกี่ยวกับบริบทเฉพาะ เช่น ภาษาเพื่อธุรกิจ ภาษาในสื่อ และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง พบในสถาบันส่วนใหญ่ แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกสถาบัน โดยเฉพาะหลักสูตรที่เน้นระดับพื้นฐานหรือระดับต้น สำหรับเนื้อหาในระดับการวิเคราะห์ภาษาและการเปรียบเทียบวัฒนธรรม พบในหลักสูตรระดับกลางและระดับสูงของบางสถาบันเท่านั้น ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาทักษะภาษาไทยในระดับการคิดวิเคราะห์ การใช้ภาษาเชิงวิชาการ และการเข้าใจบริบททางสังคมและวัฒนธรรมในระดับสูง

1.4 กิจกรรมเสริมหลักสูตร

กิจกรรมเสริมหลักสูตรประกอบด้วยกิจกรรมทัศนศึกษาและกิจกรรมทางวัฒนธรรมในรายวิชา ซึ่งเป็นกิจกรรมสำคัญที่ช่วยเปิดโลกทัศน์ให้แก่ผู้เรียนชาวต่างชาติ ดังต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรียนรู้วัฒนธรรมไทย เช่น การทำอาหารไทย มวยไทย ดนตรีไทย เป็นต้น

มหาวิทยาลัยมหิดล Summer Program มีกิจกรรมทัศนศึกษาจังหวัดเชียงราย 4 วัน 3 คืน จังหวัดชลบุรี 3 วัน 2 คืน เพื่อเรียนรู้มรดกและความหลากหลายทางวัฒนธรรม/สังคมและชีวิตที่ยั่งยืน และทัศนศึกษาจังหวัดชลบุรี 3 วัน 2 คืน เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจยั่งยืนและความรับผิดชอบขององค์กร อีกทั้งมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมในรายวิชา ได้แก่ การทำอาหาร รำไทย มวยไทย นวดแผนไทย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีกิจกรรมทัศนศึกษาวัดในจังหวัดเชียงใหม่ ตลาดสดศูนย์การศึกษาวัฒนธรรมล้านนา งานหัตถกรรมร่มกระดาษสา เครื่องปั้นดินเผา อีกทั้งมีกิจกรรมเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นล้านนา กิจกรรมตามช่วงเทศกาลและประเพณีไทย เช่น ลอยกระทง และสงกรานต์ มีการประดิษฐ์กระทงจากใบตอง การตัดตุงไส้หมู เป็นต้น

สถาบันอุดมศึกษาในต่างประเทศไม่ปรากฏข้อมูลกิจกรรมเสริมหลักสูตรดังกล่าว ทำให้เห็นว่าหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรด้านวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาในบริบทจริงและมีทรัพยากรและสถานที่ที่เอื้ออำนวยในการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรดังกล่าวอย่างโดยเด่น

2. การเปรียบเทียบแนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติระหว่างสถาบันในประเทศไทยและต่างประเทศ

การจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติในระดับอุดมศึกษา มีความหลากหลายตามบริบทของแต่ละประเทศและวัตถุประสงค์ของผู้เรียน ทุกแห่งมีรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือครอบคลุมทักษะภาษาไทยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยมีการจัดระดับการเรียนตั้งแต่ระดับพื้นฐานไปจนถึงระดับสูง บางแห่งยังมีรูปแบบ Blended Learning ที่ผสมผสาน

การเรียนออนไลน์และเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างอิสระ สำหรับแนวทางการสอนก็มีความคล้ายคลึงกัน เริ่มจากทักษะพื้นฐานจากนั้นจึงพัฒนาไปสู่ทักษะที่สูงขึ้น โดยสถาบันในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการฝึกสนทนาในชีวิตประจำวันและการใช้งานจริง ขณะที่สถาบันในต่างประเทศจะเน้นความสมดุลของทั้ง 4 ทักษะและมีลำดับขั้นในการพัฒนาที่ชัดเจน รวมทั้งฝึกการแสดงความคิดเห็นและการอภิปรายในหัวข้อที่ซับซ้อนมากขึ้นตามระดับ

หัวข้อการเรียนแต่ละสถาบันก็มีความหลากหลาย เริ่มจากการสอนไวยากรณ์ไทยพื้นฐาน คำศัพท์ การสนทนาในชีวิตประจำวัน ไปจนถึงหัวข้อเฉพาะ เช่น ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และประเพณีไทย สำหรับสถาบันในประเทศไทย เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เน้นหัวข้อหลากหลายตั้งแต่ภาษาเฉพาะกิจ สถาบันหลักของชาติ จนถึงปัญหาสังคม ส่วนมหาวิทยาลัยมหิดลและมหาวิทยาลัยเชียงใหม่จะเน้นวัฒนธรรมและบริบทเฉพาะถิ่น เช่น คำศัพท์ท้องถิ่นล้านนา ขณะที่สถาบันในต่างประเทศอย่าง National University of Singapore ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เรื่องราวของสังคมไทยและนานาชาติเชิงลึก University of London เน้นภาษาเพื่อการสื่อสาร และ Australian National University มุ่งเน้นการใช้ภาษาเชิงวิพากษ์และประยุกต์การเรียนรู้ภาษาไทยกับเทคโนโลยี อีกทั้งมีการค้นคว้าออนไลน์ และการวิเคราะห์ประเด็นทางสังคมในมุมมองสากล ส่วนด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรสถาบันในประเทศไทยมีความโดดเด่น โดยจัดกิจกรรมทัศนศึกษาและกิจกรรมทางวัฒนธรรมไทย เช่น การทำอาหารไทย ดนตรีไทย มวยไทย รำไทย และกิจกรรมท้องถิ่น เช่น การตัดตุงของเชียงใหม่ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจบริบทวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ในขณะที่สถาบันในต่างประเทศยังไม่พบข้อมูลกิจกรรมเสริมหลักสูตรอย่างเป็นทางการ

3. การสังเคราะห์แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ

รูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่คล้ายคลึงกันของมหาวิทยาลัยทั้ง 6 แห่ง ทำให้เห็นเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาทักษะภาษาไทยอย่างเป็นระบบทั้ง 4 ทักษะ โดยมีจุดเด่นและแนวทางที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันซึ่งสามารถสังเคราะห์แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพและรอบด้าน 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1) การมีโครงสร้างที่ยืดหยุ่น หมายถึง มีความยืดหยุ่นตามความต้องการและความแตกต่างของผู้เรียน ดังที่ รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์ (2567) ได้กล่าวถึง การศึกษายืดหยุ่น (flexible learning) ว่า “เป็นการเปิดทางเลือกที่หลากหลายให้แก่ผู้เรียน และถือเป็นการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการ สภาพปัญหาของแต่ละคน” โดยสามารถแบ่งออกเป็นระดับตามความยากง่าย คือ ตั้งแต่ระดับพื้นฐาน ระดับกลาง และระดับสูง ซึ่งผู้เรียนสามารถเลือกระดับที่สอดคล้องกับความสามารถของตนเอง ทั้งนี้ การกำหนดชุดวิชาบังคับที่เรียนร่วมกันและชุดวิชาเลือกก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถเจาะลึกในประเด็นที่ตนสนใจได้

2) การบูรณาการทักษะการสื่อสารกับการคิดวิเคราะห์ คือ การบูรณาการทักษะภาษาไทยให้ครอบคลุมทั้งในบริบทชีวิตจริงและบริบททางวิชาการ เพื่อพัฒนาความสามารถในการสื่อสารของผู้เรียนอย่างมี

ประสิทธิภาพ และส่งเสริมความเข้าใจภาษาไทยในฐานะเครื่องมือที่สะท้อนวัฒนธรรม ความคิด และบริบททางสังคม พร้อมทั้งเตรียมความพร้อมสำหรับการศึกษาต่อยอดในระดับที่สูงขึ้น โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมกับบุคคล กาลเทศะ และบริบท ตลอดจนเสริมสร้างความมั่นใจในการใช้ภาษา ซึ่ง รุ่งฤดี แผลงศร (2565, 94) ได้กล่าวถึงข้อดีของการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารว่า “วิธีการดังกล่าวเน้นให้ผู้เรียนใช้ภาษาได้โดยสามารถใช้ภาษาสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างแท้จริง อีกทั้งสามารถสร้างเจตคติที่ดีต่อการเรียนภาษาได้อีกด้วยเพราะเนื้อหาที่เรียนทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่า ตนมีความสามารถในการใช้ภาษาอย่างแท้จริง”

3) การใช้รูปแบบการเรียนรู้ผสมผสาน (Blended Learning) คือ การนำสื่อและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ เช่น วีดิทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง แบบฝึกหัดออนไลน์ ห้องเรียนเสมือนจริง และกิจกรรมแลกเปลี่ยนในแพลตฟอร์มดิจิทัล ควบคู่กับการเรียนรู้ในห้องเรียนแบบเผชิญหน้า จะทำให้การจัดการเรียนการสอนมีความน่าสนใจมากขึ้น อีกทั้งการเรียนรู้แบบผสมผสานที่มีทั้งออนไลน์ การเรียนรู้อิสระ และการเรียนรู้แบบเผชิญหน้าก็เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่มีความยืดหยุ่นและสามารถรองรับผู้เรียนได้หลากหลายทั้งที่อยู่ในประเทศไทยและต่างประเทศ

4) การจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เช่น เรียนเรื่องอาหารไทยควบคู่กับกิจกรรมทำอาหาร เรียนเรื่องประเพณีควบคู่กับการเข้าร่วมพิธีจริง เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจ “ภาษาในบริบทชีวิตจริง” อย่างลึกซึ้ง และเกิดความประทับใจในวัฒนธรรมไทย เกิดทัศนคติที่ดีต่อวัฒนธรรมของเจ้าของภาษา และช่วยให้ผู้เรียนเรียนภาษาอย่างสนุกสนาน ทั้งนี้การจัดกิจกรรมสามารถปรับให้เหมาะกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ เช่น วัฒนธรรมภาคเหนือตอนล่าง หรือวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นต้น โดย Boonsongsak & Iamdanush (2025, 232) ได้สนับสนุนความคิดดังกล่าวว่า “การบูรณาการทัศนศึกษาในการเรียนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกใช้ภาษาในสถานการณ์จริงและเสริมสร้างความเข้าใจวัฒนธรรมไทยอย่างเป็นธรรมชาติ เช่น ชมการแสดง เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ หรือชมภาพยนตร์ และเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้งกับภาษาและวัฒนธรรมไทยนอกเหนือจากการเรียนในห้องเรียน”

5) การส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาในมิติข้ามวัฒนธรรมและนานาชาติ คือ การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เปรียบเทียบภาษาไทยกับภาษาของตนเอง เรียนรู้ความแตกต่างของมารยาท การใช้ภาษา การสื่อสาร และค่านิยมในวัฒนธรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และเสริมสร้างมุมมองแบบพหุวัฒนธรรม (Multicultural Perspectives) ซึ่งทำให้ผู้คนจากหลากหลายเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม อาศัยอยู่ร่วมกันโดยมีการยอมรับ เคารพความแตกต่างและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ทั้งนี้ Boonsongsak & Iamdanush (2025, 228) ได้แสดงมุมมองเกี่ยวกับการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาในมิติข้ามวัฒนธรรม ว่า “การปรับทัศนคติของผู้เรียนด้วยการขยายองค์ความรู้ด้านพหุวัฒนธรรม โดยการสร้างบรรยากาศในห้องเรียนที่มีความยุติธรรม ความเป็นประชาธิปไตย และการยอมรับความแตกต่าง จะช่วยให้ผู้เรียนเห็นคุณค่าของการเรียนรู้วัฒนธรรมอื่น ๆ พร้อมทั้งเพิ่มพูนความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ของตนเอง อีกทั้งยังสามารถลดช่องว่างทางวัฒนธรรมและสร้างพื้นที่การเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาของผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม”

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

การจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของภาษาไทยในฐานะภาษานานาชาติและเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม โดยสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้สามารถใช้ภาษาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในชีวิตประจำวันและในบริบททางวิชาการ ควบคู่ไปกับการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมไทย แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Boonsongsak & Iamdanush (2025, 231-232) ที่พบว่าการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติในระดับอุดมศึกษามุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสารควบคู่กับการเรียนรู้บริบททางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาไทยได้อย่างเหมาะสมในสถานการณ์จริงและพัฒนาความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ณัชชา ชุ่มนวม (2564, 3) ยังชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมภาษาไทยในระดับสากลช่วยให้คนทั่วโลกได้รู้จักเอกลักษณ์ของภาษา วรรณกรรม ศิลปะและขนบธรรมเนียมของไทย ซึ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์ของประเทศในเชิงบวก นำไปสู่การสนับสนุนการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของไทยด้านต่าง ๆ ตามมา

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนถึงแนวโน้มสำคัญในการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับการเรียนการสอนภาษาไทย โดยสถาบันการศึกษานำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ สื่อมัลติมีเดีย และระบบการเรียนรู้ดิจิทัล ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายและเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2567) ที่ระบุว่าเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น และช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะได้อย่างต่อเนื่องตามความต้องการและศักยภาพของตนเอง รวมทั้งยังสอดคล้องกับงานของ สุชาติ คุ้มสุทธิ์ (2566, 252-254) ที่พบว่านอกจากส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ทำให้เข้าใจและรู้ทิศทางการเรียนรู้ของตนเองเป็นอันดับแรกแล้ว การใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้เป็นอันดับรองลงมาที่จะช่วยพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในขณะเดียวกันแนวโน้มการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการเรียนการสอนภาษาไทยถือเป็นอีกประเด็นสำคัญที่มีศักยภาพในการพัฒนาการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แม้ว่าการใช้ AI อาจยังไม่ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในทุกสถาบัน แต่จากการขยายตัวของเทคโนโลยีดิจิทัลและการเรียนรู้ออนไลน์ แสดงให้เห็นว่า AI สามารถนำมาใช้เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบเฉพาะบุคคลได้ เช่น การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดทางภาษา การให้ข้อมูลย้อนกลับ และการพัฒนาทักษะการฟังและการออกเสียง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564) ที่ระบุว่า AI มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเรียนรู้แบบเฉพาะบุคคล และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ผ่านระบบอัจฉริยะ

สรุป (Conclusion)

การจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศมีเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาทักษะภาษาไทยของผู้เรียนอย่างเป็นระบบ แม้จะมีความคล้ายคลึงกันในด้านโครงสร้างหลักสูตรและแนวทางการจัดการเรียนการสอนโดยรวม แต่มีความแตกต่างตามบริบทและวัตถุประสงค์เฉพาะ โดยสถาบันการศึกษาในประเทศไทยมีจุดเด่นด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประสบการณ์จริง ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจภาษาในบริบทสังคมไทยอย่างลึกซึ้ง ขณะที่สถาบันการศึกษาในต่างประเทศมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะภาษาไทยควบคู่กับการคิดวิเคราะห์ในบริบททางวิชาการและนานาชาติ

แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ 5 แนวทาง ได้แก่ การมีโครงสร้างหลักสูตรที่ยืดหยุ่น การบูรณาการทักษะการสื่อสารกับการคิดวิเคราะห์ การใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผสมผสาน การจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาในมิติข้ามวัฒนธรรมและนานาชาติ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบหลักสูตรทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงการพัฒนาเอกสารประกอบการสอน สื่อการเรียนรู้ กิจกรรมที่บูรณาการทักษะภาษาและวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันที่มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ตลอดจนสร้างหลักสูตรที่มีความเป็นนานาชาติให้แก่หน่วยการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวรต่อไปได้

นอกจากนี้ แนวทางดังกล่าวยังสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและพัฒนาหลักสูตรภาษาไทยให้มีมาตรฐานในระดับสากล โดยเน้นการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย และตอบสนองต่อความแตกต่างของผู้เรียน พร้อมทั้งพัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับบริบทโลกและความต้องการของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 อาทิ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและ AI และการเสริมสร้างมุมมองแบบพหุวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพการเรียนการสอนภาษาไทยให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย และเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ โดย ณัชชา ชุ่มนวม (2564, 3-4) ได้ชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมภาษาไทยในระดับสากลนอกจากจะใช้ภาษาไทยเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรม ประเพณี และอัตลักษณ์ของชาติแล้ว จำเป็นต้องพัฒนาและขยายหลักสูตรภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติในมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาทั่วโลกอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มบทบาท เพิ่มจำนวนผู้ใช้ภาษาไทย และเพิ่มการยอมรับภาษาไทยในระดับสากล

เอกสารอ้างอิง (References)

กรนิษฐ์ ชายป่า, พิงพร ศรีแก้ว และศิวพร จติกุล. (2565). การพัฒนารูปแบบการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ โดย ADDIE MODEL. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, *11*(3), 53–64. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBJ/article/view/261137

ณัชชา ชุ่มนวม. (2564). การส่งเสริมการใช้ภาษาไทยในระดับสากล. *วารสารครุศาสตร์อภิวัฒน์, 2*(1), 1–9. https://so10.tci-thaijo.org/index.php/jott/article/view/2216

ทศพร กานติมาอัศจรรย์. (2561). *สภาพและปัญหาการสอนพลศึกษาตามความคิดเห็นของครูผู้สอนพลศึกษา*

ในโรงเรียนประถมศึกษาจังหวัดกาญจบุรี [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตสุพรรณบุรี]. มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ. http://www.tnsu.ac.th/web/web5/wittayanipon/2563/SPBm58151301006.pdf

ธณิศร บุญสุข, สรวิชญ์ เภาสมบัติ, ศิริญญา ทับสมบัติ และวานิต พรสุธารักษ์. (3, กรกฎาคม, 2566). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงคู่มือปฏิบัติงาน. ใน กองวิชาวิทยาการการบิน สถาบันการบินพลเรือน (บ.ก.), [Symposium]. The 3rd Aviation National Symposium การประชุมวิชาการด้านการบินระดับชาติ ครั้งที่ 3, สถาบันการบินพลเรือน.

ธนิดา วิมลเศรษฐ. (2568, 14 กุมภาพันธ์). *“ศุภชัย ใจสมุทร” หารือ TCEP - 19 มหาวิทยาลัย มุ่งยกระดับมาตรการด้านความปลอดภัย เพิ่มพูนคุณภาพชีวิตนักศึกษาจีนในไทย เสริมศักยภาพในการพัฒนากำลังคนอย่างเป็นรูปธรรม*. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. https://www.mhesi.go.th/index.php/news-and-announce-all/news-all/106-minister-supamas/11046

ผานิต ฆาตนาค. (2567, 29 กรกฎาคม). *ผู้เชี่ยวชาญ มข.มองอนาคตภาษาไทย ผ่านปรากฏการณ์ “ใจฟู” ในวันที่กระแสต่างชาติพูด-เรียนภาษาไทยฟีเวอร์*. KKU NEWS. https://www.kku.ac.th/th/192956/

รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์. (2567, 20 พฤษภาคม). *‘การศึกษายืดหยุ่น’ ฉากทัศน์ใหม่ในอนาคต เปิดทางเลือกที่หลากหลายให้เด็กเข้าถึงการเรียนรู้*. กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ). https://www.eef.or.th/article-200524/

รุ่งฤดี แผลงศร. (2565). *ศาสตร์การสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรัญญา เที่ยงไชย. (2561). *พฤติกรรมชาวต่างชาติในการเลือกชั้นเรียนภาษาไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่* [การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. CMU library. https://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2561/mba10861waran_full.pdf

ศุภลักษณ์ ทองจีน. (2560). *การออกแบบแลการจัดการเรียนรู้*, [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. ศูนย์การศึกษาบึงกาฬ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

ศูนย์ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (ม.ป.ป.). *Courses for Public*. https://www.arts.chula.ac.th/CTFL/current-course-2/

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564, 22 พฤษภาคม). *ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการของภาครัฐ*. Etda. https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Articles/AI-in-Government-Services.aspx

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2567). *รายงานสภาวะการศึกษาไทย ปี 2565 การฟื้นฟูการเรียนรู้และเร่งรัดประสิทธิผลการเพิ่มโอกาสทางการศึกษา (Learning Recovery and Education Opportunities Effectiveness Acceleration)*. https://www.onec.go.th/th.php

/book/BookView/2078

สุชาติ คุ้มสุทธิ์. (2566). หลักสูตรฐานสมรรถนะสู่การพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 17*(2), 236–256. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/journaldru/article/view/262305

สุมิตา อังวัฒนกุล. (2539). *วิธีสอนภาษาอังกฤษ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อลงกต คชสาร. (2567). ความรู้เบื้องต้นกระบวนการวิจัยเชิงสังเคราะห์. *วารสารเมธีวิจัย, 1*(4), 81-89. https://so16.tci-thaijo.org/index.php/SJ_SS/issue/view/92

ANU College of Asia & the Pacific. (n.d.). *Study: Language-Thai*. https://asiapacific.anu.edu.au/language-thai#section-13762

Boonsongsak, C. & Iamdanush, J. (2025). Enhancing Thai Language Learning for International Students in Higher Education: A Multicultural Educational Approach. *วารสารมนุษยศาสตร์สาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, *26*(2), 226-236. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JHUMANS/article/view/278993

Booth, A., Sutton, A., Papaioannou, D., & Clowes, M. (2022). *Systematic approaches to a successful literature review* (3rd ed.). https://www.scribd.com/document/851750363/Booth-2022-Systematic-Approaches-to-a-Successful-Literature-Review-Andrew-Booth-Anthea-Sutton-Mark-Clowes#page=235

Language Institute Chiang Mai University. (n.d.). Courses. https://www.learnthaicmu.com/program-benefits/

Mahidol University Global Partnership Division. (n.d.). *Special Course*. https://op.mahidol.ac.th/ir/th/special-course/

NUS Centre for Language Studies. (n.d.). *Courses: Thai*. https://fass.nus.edu.sg/clslang/thai/

Open Universities Australia. (n.d.). *Subjects: Thai*. https://www.open.edu.au/courses/subjects?keyword=Thai

SOAS University of London. (n.d.). *Thai language course*. https://www.soas.ac.uk/thai-language-courses

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

การพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูระดับปริญญาตรี

The Development of a Science Instructional Innovation to Promote Science Process Skills of Undergraduate Pre-service Teachers

สุวิชา วันสุดล*

Suwicha Wansudon*

ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เลขที่ 114 ซอยสุขุมวิท 23 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ

เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 ประเทศไทย

Department of Curriculum and Instruction, Faculty of Education,

Srinakharinwirot University

114 Sukhumvit Soi 23, Khlong Toei Nuea Subdistrict

Watthana District, Bangkok 10110, Thailand

***รับบทความ**: 26 สิงหาคม 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 27 ธันวาคม 2568* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ด้วยการสร้างชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ เรื่องทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน 8 ทักษะ เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิตที่มีประสิทธิภาพ 2) เปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน 8 ทักษะ ของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิตระดับชั้นปีที่ 2 ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้ และ 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิตระดับชั้นปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ฯ 2) คู่มือครูผู้สอนชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ฯ 3) แบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ฯ ก่อนและหลังการใช้ชุดการเรียนรู้ฯ และ 4) แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริม

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: suwichaw@g.swu.ac.th

ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตครูชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการประถมศึกษา จำนวน 1 กลุ่มเรียน จำนวน 30 คน ของคณะศึกษาศาสตร์ ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบบแผนการวิจัยใช้การทดลองแบบกลุ่มเดียวทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผลการหาประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ฯ ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80 พบว่า ชุดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.25/81.53 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผลการเปรียบเทียบคะแนนทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูก่อนและหลังการใช้ชุดการเรียนรู้ พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังการจัดการเรียนรู้ ($\bar{X}$= 24.46, S.D. = 2.71) สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการจัดการเรียนรู้ ($\bar{X}$= 19.67, S.D. = 2.59) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลการประเมินความพึงพอใจของนิสิตครูที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ฯ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.55, S.D. = 0.45)

คำสำคัญ

นวัตกรรมการเรียนรู้ ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ นิสิตครู

Received: *August 26, 2025* ***Revised:*** *December 27, 2025* ***Accepted:*** *April 22, 2026*

Abstract

The objectives of this research were: 1) to develop an effective scientific learning package on the 8 basic scientific process skills to promote these skills among pre-service teachers; 2) to compare the 8 basic scientific process skills of second-year pre-service education students before and after the instruction; and 3) to study the satisfaction level of the students towards the learning activities. The research instruments consisted of: 1) the scientific learning package, 2) a teacher's manual, 3) a pre-test and post-test on scientific process skills, and 4) a satisfaction questionnaire. The sample was a group of 30 second-year students majoring in Elementary Education at the Faculty of Education, selected via Purposive Sampling. A one-group pretest-posttest design was employed. The research findings indicated that the efficiency of the developed learning package was 81.25/81.53, which was higher than the set 80/80 criterion. The post-instruction mean score for scientific process skills ($\bar{X}$= 24.46, SD = 2.71) was significantly higher than the pre-instruction mean score ($\bar{X}$= 19.67, SD = 2.59) at the .05 level of statistical significance. Furthermore, the students' overall satisfaction with the learning package was at the highest level ($\bar{X}$= 4.55, SD = 0.45).

Keywords

Learning innovation, Scientific learning package, Scientific process skills, Pre-service Teacher

บทนำ (Introduction)

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในยุคศตวรรษที่ 21 ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งทำให้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และทักษะที่เกี่ยวข้องเป็นรากฐานที่สำคัญของพลเมืองโลก องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ผ่านโครงการประเมินผลนักเรียนนานาชาติ (PISA) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการรู้เรื่องวิทยาศาสตร์ซึ่งเป็นความสามารถในการจดจำข้อเท็จจริง ความสามารถในการใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการระบุปัญหา การหาข้อสรุปจากหลักฐาน และการทำความเข้าใจลักษณะสำคัญของวิทยาศาสตร์ในฐานะรูปแบบหนึ่งของการแสวงหาความรู้ (OECD, 2023, 15) และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสังคมโลก ความสามารถพื้นฐานนี้คือ ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นชุดทักษะการคิดและการปฏิบัติที่นักวิทยาศาสตร์ใช้ในการสืบเสาะหาความรู้ เช่น การสังเกต การกำหนดสมมติฐาน และการทดลอง (Zeidan & Jayosi, 2015, 1-24) ดังนั้น การพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์จึงเป็นเป้าหมายหลักของการศึกษาวิทยาศาสตร์ การปฏิรูปหลักสูตรการศึกษาวิทยาศาสตร์ทั่วโลกจึงมุ่งเน้นจากการถ่ายทอดเนื้อหาไปสู่การเสริมสร้างทักษะการสืบเสาะหาความรู้ และการแก้ปัญหาเป็นหลัก

ในยุคปัจจุบันที่เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและซับซ้อน (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity: VUCA) การศึกษาในศตวรรษที่ 21 จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการเป็นเพียงผู้ถ่ายทอดความรู้ ไปสู่การสร้างพลเมืองโลกที่มีสมรรถนะในการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ แนวคิดการจัดการศึกษาที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติอย่างสะเต็มศึกษา (STEM Education) และสะตีมศึกษา (STEAM Education) ล้วนมีเป้าหมายเพื่อสร้างผู้เรียนที่มีคุณลักษณะดังกล่าว (Margot & Kettler, 2019, 384) ซึ่งหัวใจสำคัญของการบรรลุเป้าหมายคือการพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ (Science Process Skills) เนื่องจากเป็นความสามารถพื้นฐานที่จำเป็นต่อการสืบเสาะหาความรู้เชิงวิทยาศาสตร์อย่างเป็นระบบ และเป็นรากฐานสำคัญของทักษะการคิดเชิงวิพากษ์

อย่างไรก็ตาม รูปแบบการจัดการเรียนรู้ในปัจจุบัน โดยเฉพาะในสาขาวิทยาศาสตร์ ยังคงอาศัยการถ่ายทอดความรู้ผ่านการบรรยายเป็นหลัก ซึ่งไม่เอื้อต่อการลงมือปฏิบัติจริงและไม่สามารถส่งเสริมทักษะการคิดขั้นสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Freeman et al., 2020, 1) ปัญหาดังกล่าวจึงมีความสำคัญสำหรับนิสิตครู (Pre-service Teachers) ซึ่งเป็นบุคลากรสำคัญที่จะทำหน้าที่ถ่ายทอดองค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้ไปสู่ผู้เรียนในอนาคต คุณภาพการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของนักเรียนทั้งประเทศขึ้นอยู่กับคุณภาพของครูโดยตรง แต่ผลการวิจัยทั้งในและต่างประเทศกลับชี้ให้เห็นว่า นิสิตครูจำนวนมากยังมีระดับความสามารถในทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมก่อนออกไปปฏิบัติการสอนจริง (Wola, B. R., Rungkat, J. A., & Harindah, G. M. D. (2023, 65) การที่ครูในอนาคตขาดความเชี่ยวชาญในทักษะนี้

ย่อมส่งผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพการจัดการเรียนรู้ของประเทศ ทำให้การปฏิรูปการผลิตและพัฒนาครูกลายเป็นวาระสำคัญที่มุ่งเน้นการสร้างครูที่สามารถจัดการเรียนรู้เชิงสืบเสาะ (Inquiry-based Learning) และการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ได้อย่างแท้จริง (Darling-Hammond & Oakes, 2019, 182-184)

การจัดการเรียนรู้สำหรับนิสิตครูจึงต้องมีความแตกต่างจากการเรียนรู้ในระดับอื่น ควรเน้นการบูรณาการระหว่างความรู้ในเนื้อหาเข้ากับวิธีการจัดการเรียนรู้ (Pedagogical Content Knowledge: PCK) และการส่งเสริมการสะท้อนผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้นิสิตครูสามารถนำทักษะที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kind, 2020, 7) ด้วยเหตุนี้ การวิจัยทางการศึกษาจึงมุ่งไปที่การพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและกระบวนการคิดขั้นสูง เช่น การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning) หรือการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning) ซึ่งได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีประสิทธิผลในการพัฒนาทักษะกระบวนการและการคิดวิเคราะห์ (Ulger, 2018, 151-152) นอกจากนี้ การผสานรวมเทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลเข้ากับกิจกรรมช่วยเสริมสร้างทักษะการจัดทำและสื่อความหมายข้อมูล การตีความหมายข้อมูลและการลงข้อสรุป ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่สำคัญในยุคใหม่ (Gómez-Pablos et al., 2022, 3)

การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์การเรียนรู้จึงเป็นสิ่งจำเป็นนวัตกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งบูรณาการเทคนิคการเรียนรู้เชิงรุก ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การจำลองสถานการณ์เสมือนจริงหรือการเรียนรู้แบบผสมผสานจึงถูกนำมาใช้เป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพการศึกษา (Chang, et al., 2020, 915) นวัตกรรมเหล่านี้มีศักยภาพในการสร้างสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงได้ฝึกการสังเกต การตั้งสมมติฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นการส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์โดยตรง งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนารูปแบบหรือชุดนวัตกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ ที่เหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์สำหรับนิสิตครูและทำการศึกษาผลของการใช้นวัตกรรมดังกล่าวต่อการส่งเสริมและยกระดับความสามารถใน ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครู ซึ่งจะเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับครูในอนาคตให้มีสมรรถนะในการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์เชิงสืบเสาะตามมาตรฐานสากล

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาการเรียนรู้ที่ก้าวข้ามข้อจำกัดของหลักสูตรแบบเดิม การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อนำมาใช้เสริมสร้างและพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ให้กับนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิตโดยเฉพาะ เพื่อให้มั่นใจว่าบัณฑิตเหล่านี้จะมีความพร้อมอย่างแท้จริงในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการศึกษาวิทยาศาสตร์ในอนาคต ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจในการดำเนินการศึกษาผลการพัฒนาชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูระดับปริญญาตรี ซึ่งสามารถพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ สำหรับนิสิตครูการศึกษาบัณฑิต เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน ทั้ง 8 ด้าน ดังนี้ 1) ทักษะการสังเกต 2) ทักษะการวัด 3) ทักษะการจำแนกประเภท 4) ทักษะหาความสัมพันธ์ระหว่างสเปสกับสเปส และสเปสกับเวลา 5) ทักษะการ

คำนวณ 6) ทักษะการจัดทำและสื่อความหมายข้อมูล 7) ทักษะการลงความคิดเห็นจากข้อมูล และ 8) ทักษะการพยากรณ์ เพื่อเสริมสร้างทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครู นิสิตครูสามารถนำไปสู่การออกแบบการจัดการเรียนรู้ ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ต่อไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ด้วยการสร้างชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ เรื่อง ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน 8 ทักษะ เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิตที่มีประสิทธิภาพ
2. เพื่อเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน 8 ทักษะ ของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิตระดับชั้นปีที่ 2 ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิตระดับชั้นปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ คือ กลุ่มของทักษะการคิดและการปฏิบัติที่จำเป็นสำหรับการแสวงหาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ การสืบเสาะ และการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ (ภพ เลาหไพบูลย์, 2552) ทักษะเหล่านี้ไม่เพียงสำคัญต่อนักวิทยาศาสตร์ แต่ยังเป็นทักษะพื้นฐานสำหรับพลเมืองในศตวรรษที่ 21 เพื่อให้สามารถคิดอย่างมีเหตุผลและแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันได้ สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) (2567) ได้จำแนกทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ไว้ 14 ทักษะ โดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน และทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นบูรณาการ ดังนี้ 1. ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 8 ทักษะ เป็นพื้นฐานสำคัญที่ใช้ในการแสวงหาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ดังนี้ 1) การสังเกต 2) การวัด 3) การจำแนกประเภท 4) การหาความสัมพันธ์ระหว่างสเปสกับสเปส และสเปสกับเวลา 5) การคำนวณ 6) การจัดกระทำและสื่อความหมายข้อมูล 7) การลงความเห็นจากข้อมูล และ 8) การพยากรณ์ และ 2. ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นบูรณาการ ประกอบด้วย 6 ทักษะ เป็นทักษะขั้นสูงที่ต้องใช้ทักษะพื้นฐานหลายทักษะมาประกอบกันเพื่อใช้ในการออกแบบและทำการทดลอง ดังนี้ 1) การตั้งสมมติฐาน 2) การกำหนดและควบคุมตัวแปร 3) การกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ 4) การทดลอง 5) การตีความหมายข้อมูลและการลงข้อสรุป และ 6) การสร้างแบบจำลอง

ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ หมายถึง การบูรณาการ กระบวนการจัดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ สื่อ นวัตกรรม กับกิจกรรมการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ตามความต้องการและสนใจ ผู้สอนมีหน้าที่คอยให้คำแนะนำ สร้างแรงจูงใจ เสริมแรง และใช้กิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายให้เหมาะสมกับวัยและพัฒนาการของผู้เรียน โดยมีองค์ประกอบสำคัญดังนี้ 1) คู่มือการใช้ สำหรับผู้เรียนและผู้สอน ระบุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ วิธีการใช้ชุดการเรียนรู้ และขั้นตอน

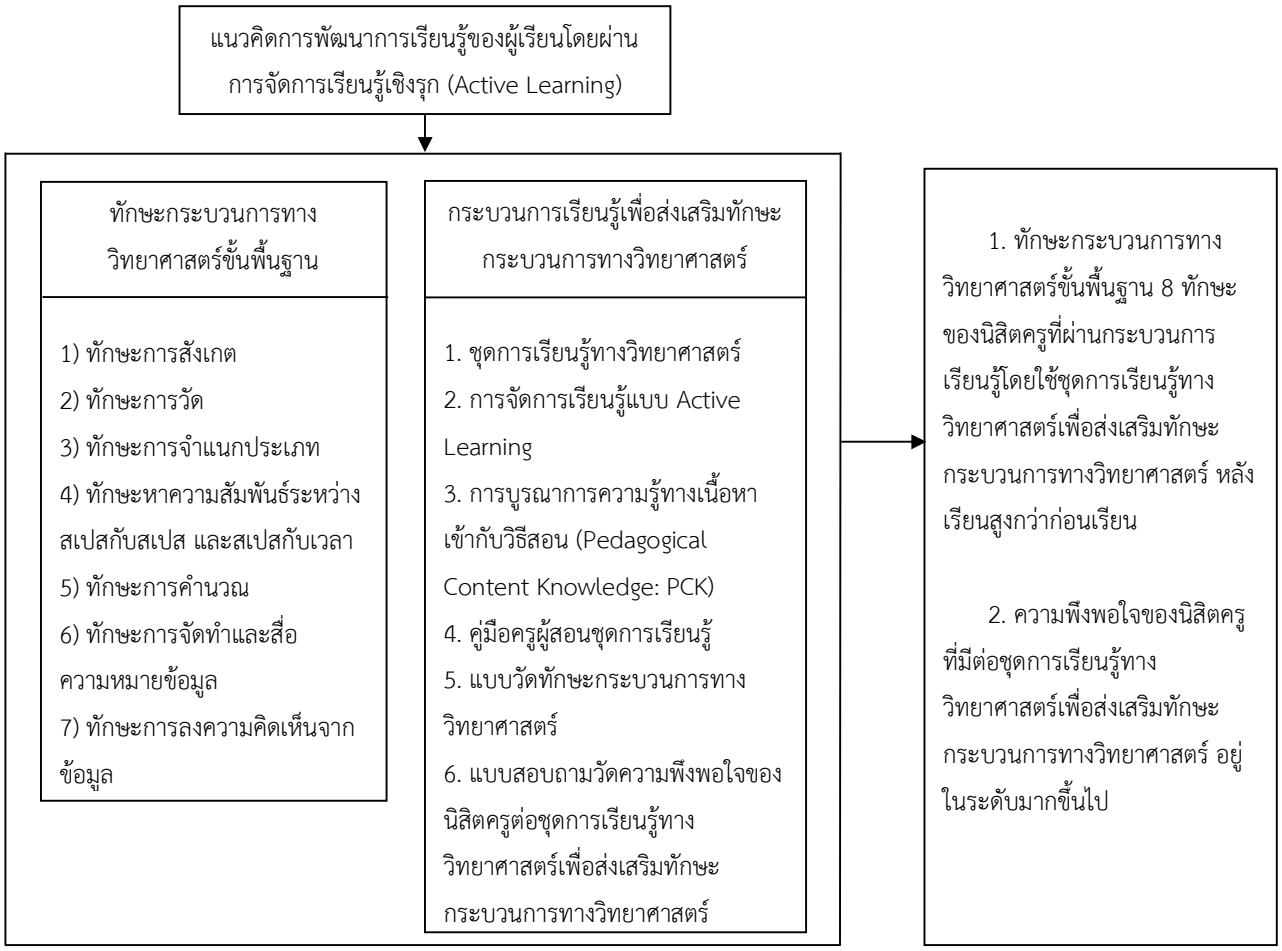
การทำกิจกรรม 2) แบบทดสอบก่อนเรียน เพื่อวัดพื้นฐานความรู้เดิมของผู้เรียน 3) เนื้อหา บัตรเนื้อหา นำเสนอเนื้อหาทางวิทยาศาสตร์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ อาจอยู่ในรูปของเอกสารประกอบการเรียน ใบความรู้ หรือบทเรียนย่อย 4) กิจกรรม บัตรกิจกรรม เป็นส่วนสำคัญที่เน้นการลงมือปฏิบัติและการคิด เช่น ใบงานการทดลอง แบบฝึกหัด สถานการณ์ปัญหา หรือการสำรวจ 5) สื่อการเรียนรู้ อุปกรณ์การทดลอง วัสดุ อุปกรณ์ หรือชุดการทดลองที่ใช้ในการทำกิจกรรม 6) แบบฝึกหัด คำถามท้ายกิจกรรม เพื่อตรวจสอบความเข้าใจระหว่างเรียน และ 7) แบบทดสอบหลังเรียน เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้หลังจากใช้ชุดการเรียนรู้ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2556, 34-36; ทิศนา แขมมณี, 2567, 112-115)

การจัดการเรียนรู้เชิงรุก คือ ปรัชญาและแนวปฏิบัติในการจัดการเรียนรู้ที่เปลี่ยนบทบาทของผู้เรียนจากการเป็นผู้รับสารไปสู่การเป็นผู้มีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการสร้างองค์ความรู้ (Bonwell & Eison, 1991, 57-59) หลักการสำคัญคือการให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติและใช้กระบวนการคิดขั้นสูงเกี่ยวกับสิ่งที่ได้เรียนรู้ เช่น การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผล ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งการอภิปรายกลุ่มย่อย การแก้ปัญหา การทำโครงงาน หรือการนำเสนอ (Freeman et al., 2014) และในบริบทของการศึกษาวิทยาศาสตร์ การจัดการเรียนรู้เชิงรุกปรากฏในรูปแบบของการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน การเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน และการเรียนรู้ผ่านการโต้แย้งโดยใช้หลักฐานเชิงประจักษ์ ซึ่งรูปแบบเหล่านี้มีประสิทธิภาพสูงในการส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เนื่องจากผู้เรียนต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่บังคับให้ต้องใช้ทักษะต่าง ๆ ในการค้นหาคำตอบด้วยตนเอง (Fitriani et al., 2021; Supriyanto et al., 2019)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครู งานวิจัยยืนยันว่าการจัดการเรียนรู้เชิงรุกและนวัตกรรมมีประสิทธิผลสูงในการพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครู โดยเฉพาะการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ (Feyzioğlu, 2018; Fitriani et al., 2021; Suhendi & Mulhayatia, 2020) การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาหรือโครงงานเป็นฐานที่บูรณาการกับแนวคิดสะเต็ม (Firman & Bailullah, 2020; Supriyanto et al., 2019) และการเรียนรู้เชิงโต้แย้งที่เน้นการใช้หลักฐาน (Sönmez & Gök, 2022) ซึ่งทั้งหมดเป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนค้นพบความรู้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ห้องปฏิบัติการเสมือนจริง ได้เข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดข้อจำกัดและเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ (Darmanto et al., 2021; Kurniawati et al., 2019) ทั้งยังส่งผลดีต่อความเชื่อมั่นในตนเองของผู้เรียน (Dewi et al., 2021) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยยังคงชี้ให้เห็นว่านิสิตครูมีจุดอ่อนในทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ (Irwan et al., 2019) ซึ่งมีความจำเป็นในการพัฒนานวัตกรรมอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะสำหรับนิสิตครูประถมศึกษาที่ยังมีงานวิจัยรองรับไม่มากนัก (Rahmawati & Kurniadi, 2019) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งพัฒนานวัตกรรมชุดการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้หลักการเรียนรู้เชิงรุก เพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ตรงและพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่จำเป็น อันเป็นรากฐานสำคัญในการประกอบวิชาชีพครูในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนโดยผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม มีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายผ่านการลงมือปฏิบัติ คือ การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในการวิจัยนี้ ได้แก่ นิสิตครูชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการประถมศึกษา จำนวน 77 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในการวิจัยนี้ ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ นิสิตครูชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการประถมศึกษา จำนวน 30 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น คือ ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต

2. ตัวแปรตาม คือ 1) ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน 8 ทักษะ ของนิสิตครูที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และ 2) ความพึงพอใจของนิสิตครูที่มีต่อชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ อยู่ในระดับมากขึ้นไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการดำเนินการ คือ การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การดำเนินการทดลอง และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการสำคัญ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีและหลักการพื้นฐานของชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องความพึงพอใจ ศึกษาเนื้อหาวิทยาศาสตร์ สาระ มาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัด ผลการเรียนรู้และสาระการเรียนรู้แกนกลางในกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ฉบับปรับปรุง 2560 เพื่อให้มีความสอดคล้องกับการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ให้สอดคล้องกับเนื้อหาวิทยาศาสตร์ สาระ มาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัด ผลการเรียนรู้และสาระการเรียนรู้แกนกลางในกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ และศึกษาแนวทางการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ มาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมในชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

2. ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ประกอบด้วย ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ คู่มือครูผู้สอนชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ แบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

3. ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการทดลอง ก่อนจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบก่อนเรียน โดยใช้แบบวัดทักษะ

กระบวนการทางวิทยาศาสตร์กับนิสิตครูชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการประถมศึกษาจำนวน 30 คน จากนั้นบันทึกผลคะแนน ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ผู้วิจัยสร้างขึ้น ใช้เวลาทั้งสิ้น 20 ชั่วโมง โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มอย่างง่าย ซึ่งนิสิตครูได้ทำกิจกรรมในชั่วโมงการเรียนรู้เพิ่มเติม เมื่อสิ้นสุดการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยนำแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ไปดำเนินการทดสอบหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้และบันทึกผลคะแนนไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4. ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล หาสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติพื้นฐาน ใช้สำหรับแปลความหมายแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าดัชนีความเที่ยงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแบบประเมินความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ และดำเนินการหาสถิติที่ใช้ตรวจสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test for dependent samples เปรียบเทียบคะแนนทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้ และใช้สถิติ t-test for one samples ศึกษาคะแนนความพึงพอใจหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้เมื่อเทียบกับเกณฑ์ 3.50

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อการเรียนรู้ที่ออกแบบมาโดยเฉพาะเพื่อฝึกฝนและพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีลักษณะเป็นชุดการทดลอง อุปกรณ์ การจำลองสถานการณ์ และเกมการศึกษาที่สอดคล้องกับเนื้อหาวิทยาศาสตร์และส่งเสริมการลงมือปฏิบัติจริง

2. คู่มือผู้สอนชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คำแนะนำแก่ผู้สอนในการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ ประกอบด้วย แนวทางการจัดกิจกรรม จุดประสงค์การเรียนรู้ ขั้นตอนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะในการอธิบาย และวิธีการประเมินผล

3. แบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินระดับทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ โดยเป็นแบบทดสอบ แบบประเมินการปฏิบัติงาน และแบบสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้

4. แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและความรู้สึกของนิสิตครูที่มีต่อชุดการเรียนรู้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ใช้สำหรับแปลความหมายแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ได้แก่ 1) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 2) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ 3) ค่าร้อยละ (Percentage)

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่ 1) ค่าดัชนีความเที่ยงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแบบประเมินความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และ 2) ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนิสิตครูต่อชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

3. สถิติที่ใช้ตรวจสอบสมมติฐาน ได้แก่ 1) สถิติ t-test for dependent samples เปรียบเทียบคะแนนทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และ 2) สถิติ t-test for one samples ศึกษาคะแนนความพึงพอใจหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เมื่อเทียบกับเกณฑ์ 3.50

ผลการวิจัย (Results)

ผลการพัฒนาชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครู ดังนี้ 1) ผลการพัฒนาชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครู 2) ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย และ 3) ผลการประเมินคุณภาพชุดการเรียนรู้ฯ

1) ผลการพัฒนาชุดการเรียนรู้ฯ โดยออกแบบกิจกรรมให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง และเตรียมความพร้อมเพื่อการนำทักษะไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้ในอนาคต นอกจากนี้เมื่อหาประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ตามเกณฑ์ 80/80 พบว่ามีค่าประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 81.25/81.53 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้

2) ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ 1) ค่าดัชนีความเที่ยงเชิงเนื้อหา (IOC) และ 2) ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแบบสอบถามความพึงพอใจ เป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ในระเบียบวิธีวิจัย ตามตาราง 1

ตารางที่ 1

ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย 1) ค่าดัชนีความเที่ยงเชิงเนื้อหา (IOC) และ 2) ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแบบสอบถามความพึงพอใจ

เครื่องมือวิจัย	IOC	ค่าความเชื่อมั่น (KR-20)
แบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์	0.88	0.82
แบบสอบถามความพึงพอใจ		

จากตาราง 1 พบว่า ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย 1) ค่าดัชนีความเที่ยงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ คือ รายข้อมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.88 แสดงว่าแบบวัดทักษะมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในระดับเหมาะสม สามารถนำไปใช้ได้ และแบบสอบถามความพึงพอใจ คือ รายข้อมีค่าอยู่ระหว่าง 0.80-1.00 และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94 แสดงว่าแบบสอบถามความพึงพอใจมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และองค์ประกอบที่ต้องการวัดได้ และ 2) ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ คือ ค่าความเชื่อมั่น (KR-20) เท่ากับ 0.82 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดี เหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลจริง และแบบสอบถามความพึงพอใจ คือ ค่าความเชื่อมั่น (KR-20) เท่ากับ 0.95 แสดงว่าแบบสอบถามความพึงพอใจมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก เหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลจริง

3) ผลการประเมินคุณภาพชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครู

ตารางที่ 2

ผลการประเมินคุณภาพชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครู

ด้านที่ประเมินคุณภาพชุดการเรียนรู้	$(\overline{X})$	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านเนื้อหา	4.60	0.32	มากที่สุด
ด้านกิจกรรมการเรียนรู้	4.72	0.25	มากที่สุด
ด้านสื่อการจัดการเรียนรู้	4.48	0.41	มาก
ด้านความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.80	0.20	มากที่สุด
ด้านความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง	4.64	0.29	มากที่สุด
รวม	**4.65**	**0.29**	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูโดยภาพรวมคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.29 ($\overline{X}$= 4.65, S.D. = 0.29) โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.60, S.D. = 0.32) 2) 2) ด้านกิจกรรมการเรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.72, S.D. = 0.25) 3) ด้านสื่อการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$= 4.48, S.D. = 0.41) 4) ด้านความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.80, S.D. = 0.2) และ 5) ด้านความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.64, S.D. = 0.29)

ตอนที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน 8 ทักษะ ของนิสิตครูก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูดังตาราง 3

ตารางที่ 3

ผลการเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน 8 ทักษะ ของนิสิตครูก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้

ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน	คะแนนเต็ม	n	$(\bar{X})$	S.D.	t	p
ก่อนเรียน	30	30	19.67	2.59	5.21	<.05
หลังเรียน	30	30	24.46	2.71		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 เพื่อเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน 8 ทักษะ ของนิสิตครูก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ ผลการวิเคราะห์ด้วย t-test for dependent samples พบว่า คะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 5.21$, $p < .05$) โดยก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ย 19.67 (S.D. = 2.59) และหลังเรียนมีค่าเฉลี่ย 24.46 (S.D. = 2.71)

ตอนที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจของนิสิตครูที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครู และผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจเทียบเกณฑ์ 3.50 ดังตาราง 4 และตาราง 5

ตารางที่ 4

ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของนิสิตครูที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต

รายการประเมิน	$(\bar{X})$	S.D.	แปลผล
ด้านทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์			
1. ชุดการเรียนรู้ส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐานได้อย่างเหมาะสม	4.80	0.40	มากที่สุด
2. สามารถแสดงการเกิดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในแต่ละด้านได้	4.37	0.55	มากที่สุด
3. สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เกิดจากการปฏิบัติผ่านกิจกรรมได้	4.73	0.44	มากที่สุด
4. สามารถฝึกฝนความคิดอย่างเป็นระบบผ่านกิจกรรมได้	4.77	0.42	มากที่สุด
5. สามารถตอบคำถามทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ในชุดการเรียนรู้ได้	4.43	0.50	มากที่สุด
6. ความรู้ความเข้าใจทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ก่อนทำกิจกรรมโดยชุดการเรียนรู้	2.83	0.52	ปานกลาง

ตารางที่ 4

ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของนิสิตครูที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต (ต่อ)

รายการประเมิน	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล
7. ความรู้ความเข้าใจทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์หลังทำกิจกรรมโดยชุดการเรียนรู้	4.80	0.40	มากที่สุด
รวม/เฉลี่ยด้านทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์	4.39	0.46	มากที่สุด
ด้านเนื้อหาวิทยาศาสตร์			
1. ชุดการเรียนรู้มีเนื้อหาวิทยาศาสตร์ที่เหมาะสม	4.67	0.47	มากที่สุด
2. การเรียนรู้มีรายละเอียดวิทยาศาสตร์ที่เหมาะสม	4.43	0.50	มากที่สุด
3. สามารถตอบคำถามวิทยาศาสตร์ในชุดการเรียนรู้ได้	4.77	0.42	มากที่สุด
4. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ก่อนทำกิจกรรมโดยชุดการเรียนรู้	3.30	0.53	มาก
5. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์หลังทำกิจกรรมโดยชุดการเรียนรู้	4.73	0.44	มากที่สุด
6. ชุดการเรียนรู้มีการสอดแทรกความรู้ด้านวิทยาศาสตร์	4.70	0.46	มากที่สุด
7. ได้รับความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่หลากหลาย	4.43	0.50	มากที่สุด
รวม/เฉลี่ยด้านเนื้อหาวิทยาศาสตร์	4.43	0.47	มากที่สุด
ด้านกิจกรรมการเรียนรู้			
1. กิจกรรมการเรียนรู้สามารถนำไปใช้ในการเรียนและต่อยอดการจัดการเรียนรู้ได้	4.63	0.48	มากที่สุด
2. สามารถปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ในชุดการเรียนรู้ได้	4.67	0.47	มากที่สุด
3. มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในทุกขั้นตอน	4.93	0.25	มากที่สุด
4. ได้ฝึกทักษะการคิดและลงมือปฏิบัติกิจกรรม	4.77	0.42	มากที่สุด
5. ได้รับคำแนะนำจากผู้สอนเมื่อไม่เข้าใจระหว่างทำกิจกรรม	4.57	0.50	มากที่สุด
6. ผู้สอนมีการเสริมแรงและให้กำลังใจระหว่างทำกิจกรรม	4.73	0.44	มากที่สุด
7. สามารถแสดงความคิดเห็นและทำกิจกรรมได้อย่างอิสระ	4.72	0.44	มากที่สุด
รวม/เฉลี่ยด้านกิจกรรมการเรียนรู้	4.72	0.43	มากที่สุด
ด้านคู่มือการใช้และภาพรวมของชุดการเรียนรู้			
1. ชุดการเรียนรู้มีความน่าสนใจ	4.87	0.34	มากที่สุด
2. ชุดการเรียนรู้มีคำอธิบายชัดเจนและเหมาะสม	4.40	0.49	มากที่สุด
3. สื่อประกอบในชุดการเรียนรู้มีความเหมาะสม	4.77	0.42	มากที่สุด
4. ชุดการเรียนรู้ส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม	4.73	0.44	มากที่สุด
5. ได้ฝึกการคิดจากกิจกรรมที่หลากหลายจากชุดการเรียนรู้	4.67	0.47	มากที่สุด
6. สามารถนำความรู้ไปใช้ในการออกแบบการจัดการเรียนรู้ได้	4.40	0.49	มากที่สุด
7. ชุดการเรียนรู้สามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.80	0.40	มากที่สุด

ตารางที่ 4

ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของนิสิตครูที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต (ต่อ)

รวม/เฉลี่ยด้านคู่มือการใช้และภาพรวมของชุดการเรียนรู้	4.66	0.44	มากที่สุด
รวม/เฉลี่ยทั้ง 4 ด้าน	4.55	0.45	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า ความพึงพอใจของนิสิตครูที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.55, S.D. = 0.45) โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.39, S.D. = 0.46) 2) 2) ด้านเนื้อหาวิทยาศาสตร์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.43, S.D. = 0.47) 3) ด้านกิจกรรมการเรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.72, S.D. = 0.43) และ 4) ด้านคู่มือการใช้และภาพรวมของชุดการเรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.66, S.D. = 0.44) ส่วนข้อเสนอแนะ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ 1) กิจกรรมในชุดการเรียนรู้มีความหลากหลาย นิสิตครูมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม และเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านกิจกรรมที่น่าสนใจ 2) ควรเลือกกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้สื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงที่ตอบโจทย์สถานการณ์ในปัจจุบัน 3) นิสิตครูสามารถนำทักษะและกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายมาประยุกต์เพื่อออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง และประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน 4) สามารถส่งเสริมและต่อยอดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นบูรณาการต่อไป และ 5) สามารถพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและความคิดสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

ตารางที่ 5

ผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจ (one-sample t-test) ความพึงพอใจหลังเรียนเทียบเกณฑ์ 3.50

รายการประเมิน	**N**	**($\bar{X}$)**	**S.D.**	**Test value**	**t**	**df**	**p**
ความพึงพอใจโดยรวม	30	4.55	0.45	3.50	12.78	29	< .001

จากตาราง 5 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่าเกณฑ์ 3.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (t = 12.78 และ p < .001) แสดงว่านิสิตครูมีความพึงพอใจต่อชุดการเรียนรู้ สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

1. ประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ ผลการวิจัยที่ยืนยันว่าชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด สามารถอภิปรายได้ใน 3 ประเด็นหลัก ดังนี้ ประเด็นที่ 1 การออกแบบที่เน้นการเรียนรู้เชิงรุกและการลงมือปฏิบัติ ประสิทธิภาพที่ผ่านเกณฑ์อธิบายได้ว่า ชุดการเรียนรู้ถูกออกแบบให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมและเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดของการเรียนรู้แบบบรรยายที่ไม่เอื้อต่อการคิดขั้นสูง และสนับสนุนแนวทางการผลิตครูที่ต้องสามารถจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้และเชิงรุก (Freeman et al., 2020; Darling-Hammond & Oakes, 2019) นอกจากนี้ ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับ

งานวิจัยที่ชี้ว่ากระบวนการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานหรือโครงงานเป็นฐานสามารถพัฒนาทักษะเฉพาะด้านของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิผล (Fitriani et al., 2021; Supriyanto et al., 2019) ประเด็นที่ 2 การออกแบบที่เป็นกระบวนการและลำดับขั้นตอน ประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้เป็นผลมาจากการออกแบบที่จัดลำดับขั้นตอนการฝึกทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์อย่างเป็นระบบ โดยเริ่มต้นจากทักษะพื้นฐาน เช่น การสังเกตและการวัด ไปสู่ทักษะที่ซับซ้อนขึ้น เช่น การลงความเห็นและการพยากรณ์ ซึ่งเป็นการสร้างรากฐานที่มั่นคงสำหรับการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ การออกแบบที่เป็นขั้นตอนช่วยให้นิสิตครูสามารถพัฒนาทักษะไปทีละขั้นอย่างเข้าใจ และเห็นภาพรวมของกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่เชื่อมโยงกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ Suhendi and Mulhayatia (2020) ที่ใช้กรอบการเรียนรู้ 5E ในการนำเสนอกิจกรรมอย่างเป็นลำดับเพื่อพัฒนาทักษะของผู้เรียน และประเด็นที่ 3 การบูรณาการองค์ความรู้ด้านการจัดการเรียนรู้ การที่ชุดการเรียนรู้ถูกออกแบบมาสำหรับนิสิตครูโดยเฉพาะ ทำให้การออกแบบต้องคำนึงถึงการส่งเสริม PCK ไปพร้อมกัน กิจกรรมในชุดการเรียนรู้ไม่เพียงฝึกฝนทักษะของนิสิตครูแต่ยังกระตุ้นให้คิดว่าจะนำกิจกรรมเหล่านี้ไปปรับใช้กับนักเรียนในชั้นเรียนของตนเองได้อย่างไร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Feyzioğlu (2018) ที่พบว่าการให้นิสิตครูได้สัมผัสประสบการณ์ตรงผ่านรายวิชาการออกแบบการจัดการเรียนรู้ มีผลต่อการพัฒนาความเข้าใจเชิงลึกด้านการสอนวิทยาศาสตร์ นอกจากนี้ การบูรณาการสื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Darmanto et al., 2021) เข้ามาในชุดการเรียนรู้ ยังเป็นการเตรียมความพร้อมให้นิสิตครูมีความสามารถในการเลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ที่พบในงานวิจัยนี้ จึงเป็นผลลัพธ์เชิงบูรณาการจากการสังเคราะห์หลักการจัดการเรียนรู้เชิงรุก การออกแบบที่เป็นกระบวนการ และคำนึงถึงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการเรียนรู้สำหรับนิสิตครูโดยตรง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมและนำไปสู่ความสำเร็จของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

2. การเปรียบเทียบและส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ผลการเปรียบเทียบที่แสดงให้เห็นว่าทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐานของนิสิตครูภายหลังการใช้ชุดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนการใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ถือเป็นข้อค้นพบหลักที่ยืนยันว่านวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นสามารถส่งเสริมสมรรถนะที่จำเป็นของนิสิตครูได้อย่างแท้จริง การที่ทักษะทุกองค์ประกอบจากทักษะการสังเกต การวัด การจำแนกประเภท ไปจนถึงการลงความเห็นจากข้อมูล และการพยากรณ์ มีคะแนนเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน สะท้อนให้เห็นถึง ประสิทธิภาพของการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของชุดการเรียนรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยในปัจจุบันที่เน้นการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก เพื่อพัฒนาทักษะของผู้เรียน ดังที่ Fitriani et al. (2021) และ Kurniawati et al. (2019) ได้แสดงให้เห็นว่าการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้สามารถพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ได้อย่างมีนัยสำคัญ การที่นิสิตครูได้เผชิญหน้ากับสถานการณ์ปัญหาผ่านกิจกรรมในชุดการเรียนรู้ ได้กระตุ้นให้ดึงทักษะต่าง ๆ มาใช้ในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และหาคำตอบ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เลียนแบบการทำงานของนักวิทยาศาสตร์ และนำไปสู่การพัฒนาทักษะ ผลการวิจัยยังสนับสนุนข้อค้นพบของ Feyzioğlu (2018) และ Supriyanto et al. (2019) ที่พบว่าการจัดประสบการณ์ตรงให้กับนิสิตครูในฐานะผู้เรียน เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะ การที่นิสิตครูได้ผ่านกระบวนการ

เรียนรู้ด้วยนวัตกรรมไม่เพียงแต่ช่วยให้มีทักษะที่สูงขึ้น แต่ยังสร้างความเข้าใจวิธีการนำกิจกรรมเหล่านี้ไปใช้จัดกิจกรรมกับนักเรียนในอนาคต การค้นพบนี้ยังช่วยตอบโจทย์ความท้าทายที่ Irwan et al. (2019) ได้ระบุไว้ว่านิสิตครูยังคงมีจุดอ่อนในทักษะบางด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่านวัตกรรมที่ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างตรงจุดสามารถช่วยยกระดับความพร้อมของนิสิตครูได้ การเพิ่มขึ้นของทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์จึงไม่ใช่เพียงการเพิ่มขึ้นของคะแนนสอบ แต่เป็นการสะท้อนถึงความสำเร็จของกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริง ซึ่งทำให้นิสิตครูได้ฝึกฝน พัฒนา และสร้างความมั่นใจในการใช้ทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นครูวิทยาศาสตร์ที่มีคุณภาพในศตวรรษที่ 21 ต่อไป

3. ระดับความพึงพอใจต่อชุดการเรียนรู้ ผลการศึกษาที่พบว่านิสิตครูมีความพึงพอใจต่อชุดการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นข้อค้นพบที่สำคัญซึ่งบ่งชี้ว่านวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นไม่เพียงแต่มีประสิทธิภาพในเชิงผลสัมฤทธิ์ แต่ยังประสบความสำเร็จในการสร้าง ประสบการณ์การเรียนรู้เชิงบวกให้กับผู้เรียนอีกด้วย ความพึงพอใจในระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านกิจกรรมการเรียนรู้ คู่มือ และสื่อที่ทันสมัย สะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบที่คำนึงถึงผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง สามารถสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจและกระตุ้นการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี ความพึงพอใจในระดับสูงนี้เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของ การสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่นำไปสู่การเรียนรู้ที่ประสบความสำเร็จ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Dewi et al. (2021, 444–453) ที่ชี้ว่ารูปแบบการเรียนรู้ที่ดีไม่เพียงแต่พัฒนาทักษะ แต่ยังส่งเสริมการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งเป็นความรู้สึกเชิงบวกที่ใกล้เคียงกับความพึงพอใจ เช่นเดียวกับ Darmanto et al. (2021) ที่พบว่าการใช้เทคโนโลยีสามารถส่งเสริมเจตคติที่ดี ของผู้เรียนควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะได้

สรุป (Conclusion)

ผลการวิจัยสรุปได้ 3 ประเด็นหลัก ดังนี้ 1) ด้านประสิทธิภาพของนวัตกรรม คือชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐานที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพและความเหมาะสมในระดับมากถึงมากที่สุดจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ และมีประสิทธิภาพของกระบวนการและผลลัพธ์ (E_1/E_2) เท่ากับ 81.25/81.53 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 ที่ตั้งไว้ แสดงว่าชุดการเรียนรู้มีศักยภาพสูงในการนำไปใช้จัดกิจกรรมการเรียนรู้จริง 2) ด้านประสิทธิผลต่อผู้เรียน ภายหลังการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ฯ นิสิตครูมีคะแนนเฉลี่ยทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน 8 ทักษะ สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่านิสิตมีพัฒนาการในทุกทักษะย่อย โดยเฉพาะทักษะที่ต้องอาศัยการคิดวิเคราะห์และการปฏิบัติ เช่น ทักษะการลงความคิดเห็นจากข้อมูล และทักษะการจัดกระทำและสื่อความหมายข้อมูล และ 3) ด้านความพึงพอใจของผู้เรียน นิสิตครูมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้ชุดการเรียนรู้ฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยพึงพอใจสูงสุดต่อกิจกรรมที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งช่วยสร้างความท้าทายและส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง และเห็นว่าชุดการเรียนรู้นี้เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างความเข้าใจและเตรียมความพร้อมสำหรับการนำทักษะไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้ 1) ข้อเสนอแนะในการนำผลไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านหลักสูตรการผลิตครู เสนอให้คณะศึกษาศาสตร์/ครุศาสตร์ นำชุดการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์นี้ไปใช้เป็น แนวปฏิบัติที่ดี สื่อในการฝึกปฏิบัติ ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หรือการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ด้านนโยบายหน่วยงานกำกับดูแลการผลิตครูควรสนับสนุนการพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมลักษณะนี้ไปยังสถาบันต่าง ๆ เพื่อยกระดับมาตรฐานและสมรรถนะของบัณฑิตครูวิทยาศาสตร์ และด้านชุมชนวิชาชีพสามารถนำชุดการเรียนรู้ไปใช้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ให้แก่ครูประจำการ และ 2) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ วิจัยขยายผลศึกษาประสิทธิผลของชุดการเรียนรู้กับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายขึ้น เช่น นิสิตครูสาขาอื่น หรือทดลองใช้ในสถาบันผลิตครูแห่งอื่น ๆ และวิจัยติดตามผลระยะยาวโดยประเมินความคงทนของทักษะฯ ในกลุ่มบัณฑิตครูที่สำเร็จการศึกษาและปฏิบัติงานในโรงเรียนจริง เพื่อยืนยันประสิทธิผลของนวัตกรรมในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง (References)

Amalina, I. K., Suwono, H., & Lukiati, B. (2020). Critical thinking skills and scientific process skills in the 21st century. *AIP Conference Proceedings, 2215*(1), Article 070001.

Bonwell, C. C., & Eison, J. A. (1991). *Active learning: Creating excitement in the classroom* (ASHE-ERIC Higher Education Report No. 1). The George Washington University, School of Education and Human Development.

Chang, S.-C., Hsu, T.-C., Chen, Y.-N., & Jong, M. S.-y. (2020). The effects of spherical video-based virtual reality implementation on students' natural science learning effectiveness. *Interactive Learning Environments*, 28(7), 915–929. https://doi.org/10.1080/10494820.2018.1548490

Darling-Hammond, L., & Oakes, J. (2019). *Preparing teachers for deeper learning*. Harvard Education Press.

Darmanto, E., Widodo, W., & Rochintaniawati, D. (2021). The effectiveness of virtual laboratory on students' scientific process skills and attitudes. *Journal of Physics: Conference Series, 1806*(1), Article 012175. https://doi.org/10.1088/1742-6596/1806/1/012175

Dewi, N. R., Saptiningsih, E., & Karyawan, A. I. (2021). The effectiveness of blended learning on students' science process skills and self-efficacy. *International Journal of Elementary Education, 5*(3), 444–453. https://doi.org/10.23887/ijee.v5i3.36643

Feyzioğlu, B. (2018). Effects of a science teaching methods course on pre-service teachers' science process skills. *Journal of Baltic Science Education, 17*(5), 848–863. https://doi.org/10.33225/jbse/18.17.848

Firman, H., & Bailullah, B. (2020). Implementation of STEM-based project learning to improve scientific process skills of pre-service chemistry teachers. *Journal of Physics: Conference Series, 1521*(4), Article 042095. https://doi.org/10.1088/1742-6596/1521/4/042095

Fitriani, A., Adisyahputra, & Komala, R. (2021). The effect of guided inquiry learning model on pre-service biology teachers' science process skills. *Journal of Physics: Conference Series, 1779*(1), Article 012028. https://doi.org/10.1088/1742-6596/1779/1/012028

Freeman, S., Eddy, S. L., McDonough, M., Smith, M. K., Okoroafor, N., Jordt, H., & Wenderoth, M. P. (2020). 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

Gómez-Pablos, V. B., del Pozo, M. M., & Muñoz-Repiso, A. G. V. (2022). The impact of digital tools on the development of scientific skills in science education: A systematic review. *Education Sciences, 12*(9), Article 585. https://doi.org/10.3390/educsci12090585

Irwan, I., Maridi, M., & Dwiastuti, S. (2019). Developing guided inquiry-based ecosystem module to improve students' critical thinking skills. *JPBI (Jurnal Pendidikan Biologi Indonesia), 5*(1), 51–60. https://doi.org/10.22219/jpbi.v5i1.7287

Kind, V. (2020). Pedagogical content knowledge in science education: Retrospect and prospect. In S. M. Markic & S. E. Sippola (Eds.), *Pedagogical Content Knowledge in STEM* (pp. 3–17). Springer.

Kurniawati, I. D., Wartono, W., & Diantoro, M. (2019). The effectiveness of inquiry-based learning with a scientific approach on senior high school students' scientific process skills and cognitive learning outcomes. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia, 8*(2), 249–258. https://doi.org/10.15294/jpii.v8i2.18374

Margot, K. C., & Kettler, T. (2019). Teachers' perception of STEM integration and education: A systematic literature review. *International Journal of STEM Education, 6*(1), Article 2. https://doi.org/10.1186/s40594-018-0151-2

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *PISA 2022 Results (Volume I): The state of learning and equity in education*. OECD Publishing.

Rahmawati, D., & Kurniadi, D. (2019). The effect of a simple experiment kit on science process skills in elementary school. *Journal of Physics: Conference Series, 1318*(1), Article 012117. https://doi.org/10.1088/1742-6596/1318/1/012117

Suhendi, H. Y., & Mulhayati, L. (2020). Improving science process skills through the 5E inquiry-learning model with assessment techniques. *Journal of Physics: Conference Series, 1521*(4), Article 042090. https://doi.org/10.1088/1742-6596/1521/4/042090

Supriyanto, A., Hartini, S., Misbah, M., & Bahriah, E. S. (2019). The effectiveness of the STEAM-PBL model on the creative thinking skills and the science process skills of pre-service elementary teachers. *Journal of Physics: Conference Series, 1397*(1), Article 012030. https://doi.org/10.1088/1742-6596/1397/1/012030

Sönmez, E., & Gök, B. (2022). Effect of argument-driven inquiry method on pre-service science teachers' scientific process skills and scientific reasoning skills. *Thinking Skills and Creativity, 44*, Article 101031. https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101031

Ulger, K. (2018). The effect of problem-based learning on the creative thinking and critical thinking disposition of students in visual arts education. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning, 12*(1). https://doi.org/10.7771/1541-5015.1649

Wola, B. R., Rungkat, J. A., & Harindah, G. M. D. (2023). Science process skills of prospective science teachers' in practicum activity at the laboratory. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPA, 9*(1), 50–61. https://doi.org/10.21831/jipi.v9i1.52974

Zeidan, A. H., & Jayosi, M. R. (2015). Science process skills and attitudes toward science among Palestinian secondary school students. *World Journal of Education, 5*(1), 13-24. https://doi.org/10.5430/wje.v5n1p13

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). *การพัฒนาระบบและชุดการสอน* (พิมพ์ครั้งที่ 8). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทิศนา แขมมณี. (2567). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 23). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภพ เลาหไพบูลย์. (2552). *แนวการสอนวิทยาศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ไทยวัฒนาพานิช.

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2566, 26 มกราคม). *ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์*. คลังความรู้ SciMath. https://www.scimath.org/article-science/item/13442-2023-01-26-04-03-39

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

การใช้วิจัยเป็นฐานในการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท

Research-Based Learning Activity Development to Enhance Curriculum Development Ability for Master's Degree Students

สุพรรษา สุวรรณชาตรี[1], ปาลิดา สายรัตทอง พัฒนพิชัย[2*] ,สินี คูหามุข[2]

Supansa Suvanchatree[1] , Palida Sairatthong Patanapichai [2*], Sinee Khuhamuc[2]

[1]หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน)

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

181 ถนนเจริญประดิษฐ์ ตำบลรูสะมิแล อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000 ประเทศไทย

[1]Master of Education (Curriculum and Instruction)

Faculty of Education, Prince of Songkla University

181 Charoenpradit Rd., Rusamilae, Muang District, Pattani province, 94000, Thailand

[2]หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประถมศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

181 ถนนเจริญประดิษฐ์ ตำบลรูสะมิแล อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000 ประเทศไทย

[2]Bachelor of Education (Elementary Education)

Faculty of Education, Prince of Songkla University

181 Charoenpradit Rd., Rusamilae, Muang District, Pattani province, 94000, Thailand

***รับบทความ**: 5 ตุลาคม 2568 **ปรับปรุงบทความ**: 3 มีนาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท และ 2) เพื่อศึกษาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโท กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาปริญญาโทชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน จำนวน 16 คน ที่ลงทะเบียนรายวิชา 270-512

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: palida.s@psu.ac.th

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

ปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตร ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน 2) แบบวัดความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร 3) แบบบันทึกการสะท้อนคิด และ 4) แบบประเมินความเหมาะสมของหลักสูตร การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การทดสอบที ผลการวิจัยพบว่า 1) กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานผ่านแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้น ทั้ง 5 แผนมีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุด 2) ความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโทหลังจากเรียน (Mean= 11.43, SD. = 2.70) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียน (Mean= 9.37, SD. = 2.24) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และพบว่าหลักสูตรฝึกอบรมทั้ง 3 หลักสูตรที่นักศึกษาพัฒนาขึ้นจากการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานผ่านการพิจารณาความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า มีความเหมาะสมทั้ง 3 หลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ

ความสามารถ การพัฒนาหลักสูตร กิจกรรมเรียนรู้ วิจัยเป็นฐาน นักศึกษาปริญญาโท

Received: *October 5, 2025* ***Revised:*** *March 3, 2026* ***Accepted:*** *April 22, 2026*

Abstract

This study aimed to 1) develop research-based learning activities to enhance the curriculum development ability of Master's degree students, and 2) examine their ability in curriculum development through the research-based learning activity of Master's degree students. The participants were 16 first year Master's degree students in the Curriculum and Instruction program who were enrolled in the course 270-512: Curriculum Development Practicum during the second semester of the 2024 academic year. The research instruments consisted of 1) a set of instructional plans based on research-based learning, 2) a curriculum development ability assessment form, 3) reflective thinking journals, and 4) a curriculum appropriateness evaluation form. Data were analyzed using dependent t-tests. The findings were as follows: 1) The learning activity in all five instructional plans developed through research-based learning were found to be highly appropriate, as evaluated by the experts. 2)Students' ability in curriculum development significantly increased after participating in research-based learning activities. The posttest mean score (M = 11.43, SD = 2.70) was significantly higher than the pretest mean score (M = 9.37, SD = 2.24), with statistical significance at the .05 level and the three training curricula developed by the students during the course were evaluated by three experts and all were rated at the highest level of appropriateness.

Keywords

Ability, Curriculum Development, Activity, Research-based Learning, Graduate Students

บทนำ (Introduction)

การเปลี่ยนแปลงของโลกที่เป็นพลวัตหรือปัจจุบันที่มักจะนิยามด้วยคำว่า “VUCA World” ที่หมายถึง ความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความสลับซับซ้อน(Complexity) ความคลุมเครือ (Ambiguity) ของสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนพัฒนาการของวิทยาการสมัยใหม่ที่เป็นศาสตร์บูรณาการและข้ามวัฒนธรรม ซึ่งกระทบต่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของมนุษย์ (สุพจน์ อิงอาจ, 2564) การจัดการศึกษาเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่มุ่งเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นในการรับมือกับโลก VUCA ที่แปรเปลี่ยนผันส่งเสริมให้มีการพัฒนาทักษะและความสามารถที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 ในการเผชิญสถานการณ์ปัญหา และนำสิ่งที่เรียนมาไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วัฒนาพร ระงับทุกข์, 2563, 8-18) นอกจากนี้ จากการศึกษาข้อมูลทิศทางเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goal: SDGs) กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงเวลาของการปฏิรูปประเทศและสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงใกล้ชิดและส่งผลกระทบกับการพัฒนาประเทศมากขึ้น รวมถึงแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเสริมสร้างศักยภาพคนในประเทศให้มีสมรรถนะสูง เพื่อพลิกโฉมประเทศไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ใช้นวัตกรรมเป็นฐาน (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565, 69)

ความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนคุณภาพการศึกษาของประเทศไทยแบบก้าวกระโดดเพื่อให้ก้าวทันโลกในปัจจุบัน ถือได้ว่า การจัดหลักสูตรและนวัตกรรมการเรียนรู้ เป็นการเตรียมผู้เรียนไปสู่สังคมอนาคต มีความรู้ความสามารถในการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความพร้อม โดยมีคำกล่าวที่ว่า “ความรู้จะมีอายุสั้น แต่คนจะมีอายุยืน” ในยุคที่เราสามารถพยากรณ์ความเป็นไปของโลกได้นั้น การศึกษามักจะมุ่งเป้าหมายในการผลิตหรือพัฒนาคนให้มีความฉลาดในด้านที่ได้วางเป้าหมายไว้ แต่ในยุคของ VUCA เป็นยุคที่เราไม่สามารถพยากรณ์ความเป็นไปและความต้องการของโลกในอนาคตได้ เราจึงต้องพัฒนาผู้เรียนให้สามารถปรับตัวได้ ซึ่งการพัฒนาหลักสูตรที่สามารถเตรียมผู้เรียนซึ่งถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการพัฒนาประเทศให้มีความพร้อมในการตั้งรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ จะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศให้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ (วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒผล, 2563, 1-5; กรุงเทพธุรกิจ, 2566, 1-3) โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนโฉมบทบาท “ครู” ให้เป็นครูยุคใหม่ มีความตระหนักถึงพหุปัญญาของผู้เรียนที่มีความหลากหลาย และมุ่งพัฒนาครูให้มีศักยภาพในการพัฒนาหลักสูตร และออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างหลากหลายเหมาะสมกับการพัฒนาผู้เรียนในบริบทที่เป็นอยู่อย่างมีคุณภาพ (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565, 69)

ความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรมีความสำคัญต่อวิชาชีพครู ซึ่งถูกระบุไว้ในมาตรฐานความรู้ข้อที่ 3 ที่กล่าวไว้ว่า ครูต้องมีสมรรถนะการวิเคราะห์ จัดทำ ใช้ และพัฒนาหลักสูตรของสถานศึกษา (คุรุสภา, 2562, 1-5) และสอดคล้องกับนโยบายและจุดเน้นของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ในข้อที่ 2 การยกระดับคุณภาพการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร กระบวนการจัดการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล (กระทรวงศึกษาธิการ, 2566, 1-2) อีกทั้งยังสอดคล้องกับ พิมพันธ์ เดชะคุปต์ และพเยาว์ ยินดีสุข (2562) ที่กล่าวถึง ทักษะ 7C ของครู 4.0 ไว้ใน C1: ทักษะการสร้างหลักสูตร (Curriculum Construction Skills) ว่ามีความสำคัญและจำเป็นต่อความก้าวหน้าในการพัฒนาการศึกษา และครูมืออาชีพ โดยเฉพาะครู 4.0 มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร และสามารถพัฒนาหลักสูตรในทุกระดับได้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ วนิดา ภูชำนิ, วัฒนา สุวรรณไตรย์ และไชยา ภาวะบุตร (2564, 155-169) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะของครู เพื่อจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนบ้านนาตาลคำข่า พบว่า ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะครูที่ถูกระบุไว้ในลำดับที่ 7 ครูต้องการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรแบบบูรณาการ เมื่อพิจารณาคุณลักษณะของนักศึกษาแล้วพบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 ขาดประสบการณ์ในการทำหลักสูตร เนื่องจากมีนักศึกษาที่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาวิชาชีพครู จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่หลักสูตรต้องเสริมสร้างความสามารถส่วนนี้ให้มีความเชี่ยวชาญ เพื่อให้นำมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ ซึ่งเป็นไปตามข้อบังคับของคุรุสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ ฉบับที่ 4 พ.ศ.2562 (คุรุสภา, 2562, 18-20) กำหนดให้ผู้ประกอบวิชาชีพครูต้องมีมาตรฐานความรู้ทางด้านเนื้อหาวิชาที่สอน หลักสูตร ศาสตร์การสอน และต้องมีมาตรฐานการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา

หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 ได้พัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ (Outcome-Based Education) โดยมีการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบัณฑิตให้เป็นบุคคลที่สามารถประพฤติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพ พัฒนาหลักสูตรที่เท่าทันการศึกษาร่วมสมัยบนพื้นฐานพหุวัฒนธรรมโดยใช้วิจัยเป็นฐาน ออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความหลากหลายของผู้เรียนโดยใช้วิจัยเป็นฐาน ใช้ชุมชนแห่งการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างนวัตกรรมด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต สร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาหลักสูตร และการจัดการเรียนรู้ตามบริบทท้องถิ่น และการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ตลอดจนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน ยึดแนวทางในการจัดการเรียนการสอนที่เน้นกิจกรรมหรือการปฏิบัติ (Active Learning) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกำหนดให้ใช้วิจัยเป็นฐาน (Research-Based Learning) เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่สนองตอบความหลากหลายของผู้เรียนในสังคมพหุวัฒนธรรม ตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การวิจัย/นวัตกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และพัฒนาประเทศ (Research and Innovation Development: RID) (คณะศึกษาศาสตร์, 2565, 4-6)

การเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานถือเป็นหัวใจสำคัญ และมีความเหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาเพราะส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองอย่างแท้จริง อีกทั้งยังช่วยให้ผู้เรียนมีเครื่องมือในการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ตรงในการใช้กระบวนการวิจัย ซึ่งทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่ลึกซึ้งเนื่องจากเป็นกระบวนการแสวงหาความรู้ ความจริงด้วยตนเองของผู้เรียน (ญาณิศา บุญจิตร์, 2565, 81-96) และยังช่วยพัฒนาการตระหนักรู้เรื่องของกระบวนการ และวิธีการในการค้นพบสืบเสาะหาความรู้ (Julieta & Luis, 2019, 1283–1295) สอดคล้องกับกัลยา สร้อยสิงห์ (2564, 381-396) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานที่ส่งเสริมการเรียนรู้และนวัตกรรมในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาทางด้านอุตสาหกรรมบริการ พบว่า นักศึกษามีทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรมในศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหา การสื่อสารและการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากขึ้นไป และยังสอดคล้องกับรุ่งชัชดาพร เวหะชาติ (2567, 259-274) ที่ศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนิสิตสาขาการบริหารการศึกษา โดยพบว่าการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานที่ได้พัฒนาขึ้น เน้นการปฏิบัติจริง มีการประเมินผลจากการทำวิจัยและการเขียนบทความ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และสามารถเสริมสร้างทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

จากที่กล่าวมาข้างต้น กล่าวได้ว่าการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานเป็นแนวทางที่มีความสำคัญในการพัฒนาการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา และสอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน ที่ใช้แนวทางดังกล่าวในการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน ดังนั้นถือได้ว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน จึงเป็นการจัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติตามกระบวนการแสวงหาความรู้อย่างเป็นระบบ และมีขั้นตอนทำให้ผู้เรียนค้นพบความรู้ได้ด้วยตนเองซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของการเรียนรู้และการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรืออีกลักษณะหนึ่งเป็นกระบวนการเรียนการสอนที่ใช้กระบวนการวิจัยมาเป็นกระบวนการสอนเพื่อพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นในตัวผู้เรียน เช่น ทักษะการอ่าน ทักษะการคิด ทักษะการจัดการอย่างเป็นระบบ และทักษะการสื่อสาร (ทิศนา แขมมณี, 2562, 144-145; Seif, 2021,1-3) ซึ่งสิ่งสำคัญที่เกิดขึ้นในตัวผู้เรียนคือ เป็นการพัฒนาความภาคภูมิในใจตนเอง (Self-Esteem) เกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้ ดังนั้น จากเหตุผลที่กล่าวมาในข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโท ในรายวิชาปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ฝึกการคิดขั้นสูง การทำงานเป็นทีม ตลอดจนทำให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท

2. เพื่อศึกษาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโท

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร

การพัฒนาหลักสูตร ซึ่งหมายถึง กระบวนการที่มีระบบเป็นเหตุเป็นผลในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหลักสูตรให้ดีขึ้น หรือกระบวนการในการจัดทำหลักสูตรเพื่อให้เหมาะกับความต้องการของบุคคล และสภาพสังคม รวมทั้งมีการนำหลักสูตรไปใช้ และการประเมินหลักสูตร การพัฒนาหลักสูตรควรดำเนินการแบบมีส่วนร่วมรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องคำนึงถึงกระบวนการพัฒนาหลักสูตรในขั้นตอนต่าง ๆ ที่มีขั้นตอนต่อเนื่องกันตามลำดับ โดยผลที่ได้ในแต่ละขั้นตอนด้วยกระบวนการวิจัยจะนำไปสู่การดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป เริ่มตั้งแต่การศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาหลักสูตร การยกร่างสร้างหลักสูตร การทดลองใช้หลักสูตร และการประเมินหลักสูตร รวมไปถึงการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงหลักสูตรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและคุณภาพที่ดีที่สุด (วารีรัตน์ แก้วอุไร, 2564, 29)

ความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร หมายถึง พฤติกรรมของนักศึกษาในการจัดทำหลักสูตร โดยมีองค์ประกอบเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร ดังนี้ 1) ความสามารถในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย การกำหนด ข้อมูลพื้นฐาน การกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน 2) ความสามารถในการออกแบบและพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย การกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร การกำหนดเนื้อหาสาระ การกำหนดเวลาที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ การกำหนดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ การกำหนดแนวทางในการใช้สื่อการจัดการเรียนรู้ การกำหนดแนวทางในการวัดและประเมินผล การทดลองใช้หลักสูตร และการปรับปรุงหลักสูตรก่อนนำไปใช้ 3) ความสามารถในการนำหลักสูตรไปใช้ ประกอบด้วย การจัดทำเอกสารหลักสูตร การดำเนินการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตร 4) ความสามารถในการประเมินผลหลักสูตร ประกอบด้วย การประเมินก่อนนำหลักสูตรไปใช้ การประเมินระหว่างนำหลักสูตรไปใช้ การประเมินหลังการนำหลักสูตรไปใช้ และการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร (จันทิมา หิรัญอ่อน, 2562, 105-225; สิทธิพล อาจอินทร์, 2563; ธัญญาพร ก่องขันธ์, 2566, 103-112)

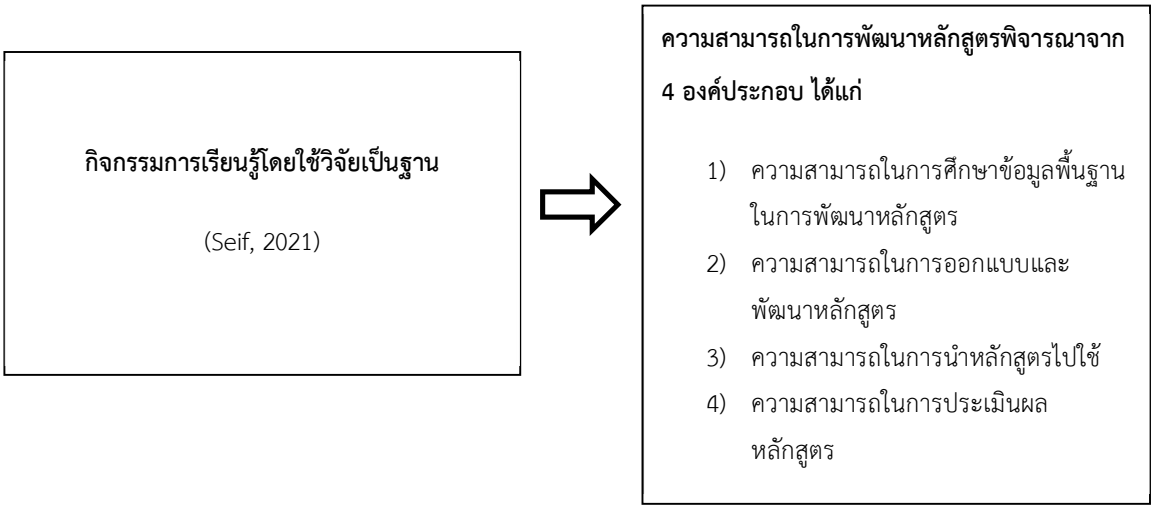
กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน

กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน เป็นการให้ผู้เรียนได้ใช้กระบวนการวิจัยในการศึกษาหาความรู้ต่าง ๆ มุ่งเน้นทักษะกระบวนการค้นคว้า พัฒนาการคิดวิเคราะห์และบูรณาการเนื้อหาความรู้ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการวิจัยมี 4 รูปแบบ ดังนี้ 1) ผู้สอนใช้

ผลการวิจัยในการสอน โดยผู้สอนให้นักศึกษาอ่านสาระสำคัญของงานวิจัยและนำผลการวิจัยมาใช้ในการสอนในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เช่น นำเนื้อหาที่เป็นผลการวิจัยมาให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ และตั้งคำถามจากงานวิจัย ทั้งนี้เน้นกระบวนการวิจัยที่ผู้วิจัยใช้เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยด้วย 2) ผู้เรียนใช้ผลการวิจัยในการเรียนรู้ โดยให้ผู้เรียนเป็นผู้ไปศึกษาค้นคว้างานวิจัยด้วยตนเอง จะทำให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการเป็นผู้บริโภคงานวิจัย ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้สอนที่จะต้องเลือกงานวิจัยที่เหมาะสมกับระดับชั้นและวัยของผู้เรียน หรือผู้สอนอาจจำเป็นต้องทำหน้าที่ย่อยงานวิจัยให้มีความเหมาะสมกับระดับผู้เรียน 3) ผู้สอนใช้กระบวนการวิจัยในการสอน คือ ผู้สอนออกแบบการสอนโดยใช้กระบวนการวิจัยเข้าไปช่วยทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระที่ต้องการ ซึ่งผู้สอนสามารถใช้กระบวนการวิจัยครบทุกขั้นตอน หรือใช้บางขั้นตอนตามความเหมาะสมกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้ วัตถุประสงค์ และข้อจำกัดที่มี 4) ผู้เรียนใช้กระบวนการวิจัยในการเรียนรู้ คือ ให้ผู้เรียนลงมือวิจัยเอง อาจอยู่ในรูปของการทำรายงานเชิงวิจัย ทำวิจัยในประเด็นเล็ก ๆ หรือ เป็นผู้ช่วยวิจัยให้อาจารย์ผู้สอน โดยผู้สอนช่วยให้ผู้เรียนดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยต่าง ๆ อย่างมีคุณภาพที่สุดเท่าที่จะทำได้ (สุวัทนา สงวนรัตน์, 2564, 645-659; ญาณิศา บุญจิตร์, 2565, 81-96) การใช้กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานในการพัฒนาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท สอดคล้องกับหลัก Andragogy (Knowles, 1980, 43-44) เนื่องจากเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษาซึ่งเป็นผู้ใหญ่ได้นำตนเองและใช้ประสบการณ์วิชาชีพมาเป็นฐานในการสร้างความรู้ใหม่ผ่านกระบวนการวิจัย

และเมื่อพิจารณาขั้นตอนการสอนโดยใช้วิจัยเป็นฐาน ผู้วิจัยพบว่า Seif (2021) ได้เสนอกระบวนการจัดกิจกรรมโดยใช้วิจัยเป็นฐาน มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ระบุและชี้แจงปัญหา คำถาม ความท้าทาย ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน คือ การระบุและชี้แจงประเด็น ปัญหา ความท้าทาย และคำถามสำหรับการอภิปรายและการสำรวจ ผู้เรียนสามารถค้นหาความเกี่ยวข้องในงานที่ทำอยู่และมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้งในกระบวนการเรียนรู้ 2) ค้นหาและประมวลผลข้อมูล ผู้เรียนได้รับมอบหมายให้ค้นหาอ่านอย่างละเอียด เพื่อประมวลผล และใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่ระบุ (ในข้อที่ 1) และตั้งคำถามจากแหล่งข้อมูลตั้งแต่หนึ่งแหล่งขึ้นไปในขณะที่ค้นหาและอ่านข้อมูล จากนั้นผู้เรียนจะจัดระเบียบ จำแนก จัดประเภท กำหนด และกำหนดแนวคิดของข้อมูล ซึ่งในกระบวนการนี้ผู้เรียนจะพัฒนาทักษะการอ่านและกลายเป็นนักอ่านที่ดี 3) คิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์ ผู้เรียนมีโอกาสใช้ข้อมูลที่ค้นคว้ามาเปรียบเทียบ ตีความ ประยุกต์ใช้ อนุมาน วิเคราะห์ สังเคราะห์ และคิดอย่างสร้างสรรค์ 4) ใช้ความรู้และแนวคิดและสรุปผล ผู้เรียนใช้สิ่งที่ได้เรียนรู้เพื่อสรุปผล ทำงานจริง สรุปผล แก้ปัญหา ตัดสินใจ หรือตอบคำถามสำคัญ 5) สื่อสารผลลัพธ์ ผู้เรียนสื่อสารผลลัพธ์ที่ได้จากกิจกรรมการวิจัยในหลากหลายวิธีที่เกิดขึ้น เช่น การเขียนรายงานวิจัย การวางแผนการทำงาน การนำเสนอผลงาน

จากการกล่าวมาข้างต้น กล่าวได้ว่ากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน จึงเป็นการจัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ และลงมือปฏิบัติกระบวนการแสวงหาความรู้อย่างเป็นระบบ และมีขั้นตอนทำให้ผู้เรียนค้นพบความรู้ได้ด้วยตนเองซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของการเรียนรู้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักศึกษาปริญญาโทชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี จำนวน 16 คน ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา 270-512 ปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตร ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แผนการจัดการเรียนรู้ที่ออกแบบกิจกรรมโดยใช้วิจัยเป็นฐาน ในรายวิชา 270-512 ปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตร จำนวน 5 แผน เป็นเวลา 15 สัปดาห์ จำนวน 45 ชั่วโมง ประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 เรื่อง แนวโน้มในการพัฒนาหลักสูตร จำนวน 6 ชั่วโมง แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 เรื่อง การศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตร จำนวน 12 ชั่วโมง แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3 เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐานในการพัฒนา จำนวน 12 ชั่วโมง แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4 เรื่อง การทดลองใช้หลักสูตร จำนวน 9 ชั่วโมง และแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5 เรื่อง การเขียนบทความวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรเพื่อนำไปเผยแพร่ จำนวน 6 ชั่วโมง ทั้งนี้แผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 5 แผน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยแผนที่ 1-4 มีค่าความเหมาะสมที่ 5.00 และแผนที่ 5 มีค่าความเหมาะสมที่ 4.67

2. แบบวัดความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร เป็นโจทย์ปัญหาเชิงสถานการณ์จำนวน 4 ข้อ ในแต่ละข้อจะมีข้อคำถามย่อย รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 ข้อ เกณฑ์การให้คะแนนคือข้อละ 1 คะแนน รวมคะแนน 20 คะแนน ลักษณะของแบบวัดเป็นแบบเลือกตอบจำนวน 4 ตัวเลือก ครอบคลุมความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร 4 ด้าน คือ 1) ความสามารถในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตร 2) ความสามารถใน

การออกแบบและพัฒนาหลักสูตร 3) ความสามารถในการนำหลักสูตรไปใช้ 4) ความสามารถในการประเมินผลหลักสูตร ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินแล้วพบว่าทุกข้อมีค่าความสอดคล้องที่ 1.00 ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ทุกข้อ โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะว่า “แบบประเมินสอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ที่ตั้งไว้เป็นอย่างดี” จากนั้นนำแบบวัดความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรไปใช้นำร่องกับนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน ชั้นปีที่ 2 จำนวน 10 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งนี้พบว่าค่าคะแนนความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.70 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นปานกลางสามารถนำไปใช้ได้

3. แบบบันทึกการสะท้อนคิด เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ เพื่อสะท้อนความคิดเห็นของนักศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับความรู้สึกในกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน ผลลัพธ์การเรียนรู้ การนำไปใช้ ปัญหาอุปสรรคหรือข้อเสนอแนะ ผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญโดยเกณฑ์การตัดสินความเหมาะสมของแบบบันทึกการสะท้อนคิดที่ยอมรับได้ คือ ความเหมาะสมที่อยู่ในระดับมากขึ้นไป ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แบบบันทึกการสะท้อนคิด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

4. แบบประเมินความเหมาะสมของหลักสูตร ใช้เพื่อประเมินหลักสูตรที่นักศึกษาพัฒนาขึ้น เป็นแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert Rating Scale) 5 รายการประเมินที่ครอบคลุมความเหมาะสมของหลักสูตร ดังนี้ 1) ปัญหาและความสำคัญของหลักสูตร 2) หลักการของหลักสูตร 3) จุดมุ่งหมายของหลักสูตร 4) เนื้อหาของหลักสูตร 5) กิจกรรมการฝึกอบรม 6) สื่อประกอบการฝึกอบรม และ 7) การประเมินผลหลักสูตร เกณฑ์การตัดสินความเหมาะสมของแบบประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรที่ยอมรับได้ คือ ความเหมาะสมที่อยู่ในระดับมากขึ้นไป ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ก่อนนำไปใช้จริง พบว่าแบบประเมินความเหมาะสมของหลักสูตร มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้ค่าเฉลี่ย 5.00

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ก่อนดำเนินการทดลอง ผู้วิจัยชี้แจงแนวทางการทำวิจัย และวัตถุประสงค์การเรียนให้กับนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา

2. ผู้วิจัยดำเนินการวัดความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของผู้เรียนโดยใช้แบบวัดความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรที่มีลักษณะเป็นโจทย์ปัญหาเชิงสถานการณ์ ซึ่งเป็นการวัดก่อนการใช้กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน

3. ผู้วิจัยดำเนินการทดลองในการจัดการเรียนรู้ จำนวน 5 แผนรวมระยะเวลา 15 สัปดาห์ สัปดาห์ ๆ ละ 3 ชั่วโมง โดยหลังการดำเนินการเรียนการสอนมีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการให้ผู้เรียนเขียนแบบบันทึกการสะท้อนคิด

4. หลังเสร็จสิ้นการทดลอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวัดความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของผู้เรียนหลังการจัดการเรียนรู้ โดยใช้แบบวัดความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร ซึ่งการทำแบบวัดในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยได้กำหนดเวลาไว้อย่างชัดเจน และชี้แจงให้ผู้เรียนทราบร่วมกัน

5. ผู้วิจัยตรวจให้คะแนนแบบวัดความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร ก่อนเรียน และหลังเรียน แล้วทดสอบความแตกต่างของคะแนนความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรด้วย การทดสอบที (t-test) แบบกลุ่ม

ตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (Dependent samples) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากนั้นพิจารณาผลจากแบบประเมินความเหมาะสมของหลักสูตร ที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินชิ้นงานหลักสูตรที่นักศึกษาพัฒนาขึ้น เพื่อนำไปสรุปผลและอภิปรายผลต่อไป

โดยการศึกษาครั้งนี้ผ่านการพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ รหัสโครงการ (REC number) psu.pn.2-057/67

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การทดสอบที (t-test) แบบกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (Dependent samples) โดยวัดก่อนและหลังการทดลอง (The One Group Pretest-Posttest Design) ซึ่งการทดสอบทีครั้งนี้ ไม่ได้ต้องการอ้างอิงผลการวิจัยไปยังประชากร แต่ต้องการทดสอบความแตกต่างเท่านั้น

3. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และนำเสนอเนื้อหาแบบพรรณนาในรูปแบบความเรียง

ผลการวิจัย (Results)

1. ผลการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท

ผู้วิจัยได้พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน โดยการวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกิจกรรมโดยใช้วิจัยเป็นฐาน และวิเคราะห์คำอธิบายรายวิชา 270-512 ปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน ซึ่งผลการศึกษาและวิเคราะห์ในข้างต้นสามารถนำมาใช้ในการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 5 แผน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานและเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรม

กิจกรรม	เวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรม (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน	ความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของ Seif (2021)
1. แนวโน้มการพัฒนาหลักสูตร	6	ใช้การศึกษางานวิจัยและนำผลการวิจัยมาใช้กำหนดหัวข้อในการพัฒนาหลักสูตร	1) ระบุและชี้แจงปัญหา คำถาม ความท้าทาย
2. การศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตร	12	ใช้ผลการวิจัยร่วมกับกระบวนการวิจัยในการพัฒนาหลักสูตร	1) ระบุและชี้แจงปัญหา คำถาม ความท้าทาย 2) ค้นหาและประมวลผลข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานและเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรม (ต่อ)

3. การพัฒนาหลักสูตรโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐานในการพัฒนา	12		3) คิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์
4. การทดลองใช้หลักสูตร	6	ใช้กระบวนการวิจัยในการพัฒนาหลักสูตร	4) ใช้ความรู้และแนวคิดและสรุปผล
5. การเขียนบทความวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรเพื่อนำไปเผยแพร่	6	ใช้ผลการวิจัยร่วมกับกระบวนการวิจัยในการพัฒนาหลักสูตร	4) ใช้ความรู้และแนวคิดและสรุปผล 5) สื่อสารผลลัพธ์

เมื่อดำเนินการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานจำนวน 5 แผน ได้มีการนำแผนการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านหลักสูตรและการสอน การใช้วิจัยเป็นฐาน และการวัดและประเมินผล พิจารณาความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ โดยพบว่า แผนการจัดการเรียนรู้ทุกแผนมีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุด **แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1** เรื่อง แนวโน้มในการพัฒนาหลักสูตร มีค่าเฉลี่ย 5.00 แปลความว่าเหมาะสมมากที่สุด **แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2** เรื่อง การศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตร มีค่าเฉลี่ย 5.00 แปลความว่าเหมาะสมมากที่สุด **แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3** เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐานในการพัฒนา มีค่าเฉลี่ย 5.00 แปลความว่าเหมาะสมมากที่สุด **แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4** เรื่อง การทดลองใช้หลักสูตร มีค่าเฉลี่ย 5.00 แปล ความว่าเหมาะสมมากที่สุด **แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5** เรื่อง การเขียนบทความวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรเพื่อนำไปเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 4.67 แปลความว่าเหมาะสมมากที่สุด รายละเอียด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน ในการพัฒนาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรสำหรับนักศึกษาปริญญาโท

กิจกรรม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
แผนฯ ที่ 1 แนวโน้มในการพัฒนาหลักสูตร	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
แผนฯ ที่ 2 การศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตร	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
แผนฯ ที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐานในการพัฒนา	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
แผนฯ ที่ 4 การทดลองใช้หลักสูตร	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
แผนฯ ที่ 5 การเขียนบทความวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรเพื่อนำไปเผยแพร่	4.67	0.12	เหมาะสมมากที่สุด
ภาพรวม	4.92	0.05	เหมาะสมมากที่สุด

ทั้งนี้จากการสะท้อนคิดหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานในแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1-5 มีการสะท้อนคิดหลังการจัดการเรียนรู้ใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ความรู้สึกหลังการจัดการการเรียนรู้ และยังมีคำถามใดบ้างที่อยากจะถามเกี่ยวกับสิ่งที่เรียนในวันนี้ 2) สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการจัดการเรียนรู้ในครั้งนี้และจะนำ

สิ่งที่ได้เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างไร และ 3) ปัญหาอุปสรรคหรือข้อเสนอแนะ นักศึกษาได้สะท้อนคิดไว้แต่ละประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ความรู้สึกหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และยังมีคำถามใดบ้างที่อยากจะถามเกี่ยวกับสิ่งที่เรียนในวันนี้ นักศึกษามีความรู้สึกที่หลากหลาย แต่เป็นไปในเชิงบวก ได้แก่ สนุก ประทับใจ ไม่กดดัน และท้าทาย ดังคำกล่าวของนักศึกษา ดังนี้

“เข้าใจมากขึ้น การรีวิวเอกสารก่อนการทำหลักสูตรทำให้เห็นความสำคัญของการเชื่อมโยงหลักสูตรและเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรมากขึ้น” (เลขที่ 6)

“กระบวนการเรียนช่วยให้เราเข้าใจได้ชัดเจนขึ้น เช่น การศึกษาความต้องการของผู้เรียนหรือการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องทำให้มองเห็นภาพมากขึ้น” (เลขที่ 11)

“รู้สึกสนุก บรรยากาศในชั้นเรียนเป็นกันเอง ได้ลงมือปฏิบัติจริง” (เลขที่ 12)

“รู้สึก enjoy กับตัวเองในการเรียน และรู้สึกว่าเป็นการ sharing ความรู้ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษามากกว่าการสอนแบบบรรยาย” (เลขที่ 15)

ในส่วนของคำถามที่อยากถาม นักศึกษามีคำถามที่หลากหลาย และยังคงเป็นประเด็นในการพัฒนาหลักสูตร ได้แก่

“ในการพัฒนาหลักสูตรควรให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้เรียนหรือมาตรฐานหลักสูตรมากกว่ากัน” (เลขที่ 6)

“แนวทางในการออกแบบหลักสูตรให้ทันสมัยหรือควรอัปเดตหลักสูตรบ่อยแค่ไหนเพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป” (เลขที่ 7)

“ถ้าต้องออกแบบหลักสูตรให้เด็กที่มีพื้นฐานต่างกันมาก ควรส่งเสริมการเรียนรู้อย่างไร” (เลขที่ 10)

“คุณสมบัติของหลักสูตรที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างไร” (เลขที่ 16)

ประเด็นที่ 2 สิ่งที่ได้เรียนรู้จากกิจกรรมการเรียนรู้ในครั้งนี้และจะนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างไร ทั้งนี้สิ่งที่นักศึกษาได้เรียนรู้ล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่นักพัฒนาหลักสูตรควรตระหนักถึง ได้แก่ ความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตร กระบวนการและขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตร ดังคำกล่าวของนักศึกษา ดังนี้

“ได้เรียนรู้กระบวนการได้มาซึ่งหลักสูตร เช่น การสำรวจความต้องการและผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ” (เลขที่ 1)

“ได้เรียนรู้ว่าการกำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและหลักสูตรมีความสำคัญมาก” (เลขที่ 4)

“ได้เข้าใจคำว่าการเรียนการสอนไม่ใช่แค่การถ่ายทอดความรู้จากครูไปยังนักเรียน แต่เป็นกระบวนการที่ต้องคำนึงถึงบริบทของผู้เรียน ความต้องการของสังคม” (เลขที่ 7)

“การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา (เลขที่ 16)

ส่วนสิ่งที่ได้เรียนรู้และนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน นักศึกษากล่าวไว้ดังนี้

“สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสถานศึกษาที่ตนปฏิบัติงานอยู่ได้” (เลขที่ 1)

“สิ่งที่ทำได้เลยคือ วางแผนการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียน” (เลขที่ 2)

"การออกแบบแผนการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับเด็กแต่ละกลุ่ม และการใช้เทคนิคการสอนต่าง ๆ มาช่วยให้เด็กเรียนรู้อย่างมีความสุข" (เลขที่ 10)

ประเด็นที่ 3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อเสนอแนะ ได้แก่ ความรู้เดิมของผู้เรียน การบริหารจัดการเวลาและการค้นหาข้อมูล ดังคำกล่าวของนักศึกษา ดังนี้

"อุปสรรคเรื่องระยะเวลาในการทดลองใช้หลักสูตร ทำให้ทางกลุ่มมีความล่าช้า (เลขที่ 1)

"การออกแบบหลักสูตรต้องใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการของผู้เรียนซึ่งต้องใช้เวลาในการศึกษา (เลขที่ 2)

"ตัวเองไม่มีประสบการณ์ในการพัฒนาหลักสูตร จึงมีข้อจำกัดในการมองภาพรวมของกระบวนการทั้งหมด ทำให้เกิดความเข้าใจล่าช้า" (เลขที่ 3)

"การหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนหลักสูตรเป็นเรื่องท้าทาย เพราะต้องใช้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและมีความทันสมัย" (เลขที่ 7)

2. ผลการศึกษาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโท

2.1 ผลการศึกษาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโท โดยใช้การทดสอบทีแบบไม่เป็นอิสระจากกัน (t-test dependent) (n=16) วัดก่อนและหลังการทดลอง (The One Group Pretest-Posttest Design) ปรากฏผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าคะแนนของความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรโดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโท

การประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{d}$	$S.D._{\bar{d}}$	t
ก่อนการใช้กิจกรรมการเรียนรู้	9.37	2.24	3.12	2.08	5.888*
หลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้	11.43	2.70			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 พบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร โดยมีค่าเฉลี่ยของการประเมินก่อนใช้กิจกรรมการเรียนรู้ อยู่ที่ 9.37 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 2.24 ส่วนคะแนนของการประเมินหลังใช้กิจกรรมการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ย 11.43 คะแนน และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.70 ตามลำดับ เห็นได้ว่านักศึกษามีความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนของการประเมินหลังใช้กิจกรรมการเรียนรู้ สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2.2 การแปลผลการประเมินความเหมาะสมของทั้ง 3 หลักสูตร โดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นชิ้นงานของนักศึกษาหลังจากการใช้กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน โดยรายการประเมินทั้ง 7 รายการครอบคลุมประเด็น 1) ปัญหาและความสำคัญของหลักสูตร 2) หลักการและเหตุผล 3) จุดมุ่งหมายของหลักสูตร 4) เนื้อหาของหลักสูตร 5) กิจกรรมการฝึกอบรม 6) สื่อประกอบการฝึกอบรม 7) การประเมินผลหลักสูตร ทั้งนี้ผลรวมทั้ง 7 ด้านของทั้ง 3 หลักสูตร มีดังนี้ 1) หลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นการป้องกันการ

กลั่นแกล้งสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ =4.54) 2) หลักสูตรฝึกอบรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการล่วงละเมิดทางเพศมีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ =4.87) 3) หลักสูตรฝึกอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ =4.54)

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

1. เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท

การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ผ่านแผนการจัดการเรียนรู้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นมีกิจกรรมที่หลากหลาย มุ่งเน้นให้ผู้เรียนใช้ความรู้จากการศึกษางานวิจัยและใช้กระบวนการวิจัยในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาหลักสูตร อีกทั้งยังฝึกให้ผู้เรียนได้ใช้กระบวนการวิจัยในการศึกษาหาความรู้ต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่การค้นคว้าข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตร การออกแบบและพัฒนาหลักสูตร การนำหลักสูตรไปใช้ และการประเมินผลหลักสูตร ตลอดจนการคิดวิเคราะห์และบูรณาการเนื้อหาความรู้ในแต่ละส่วน ซึ่งผลของการพัฒนาหลักสูตรนี้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตรโดยตรงตามกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตร และผสานกับการจัดการเรียนรู้ที่นำกระบวนการวิจัยมาใช้เป็นฐานในการจัดการเรียนรู้ โดยนำกระบวนการวิจัย และผลการวิจัยมาใช้เพื่อจัดกระบวนการเรียนการสอน และการพัฒนาหลักสูตรในทุกขั้นตอน จึงเป็นกระบวนการที่สามารถช่วยฝึกฝนทักษะการวิจัย และความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรให้กับผู้เรียนได้ ตลอดจนการเชื่อมโยงเนื้อหาเพื่อการสร้างองค์ความรู้ ทั้งนี้สิ่งที่ผู้เรียนได้ค้นพบมีมากมาย ได้แก่ ทักษะการอ่านการเข้าใจคำศัพท์ ได้เรียนรู้เข้าใจ การตีความ และการคิดวิพากษ์ ได้เรียนรู้การแก้ปัญหา และท้ายที่สุดได้พัฒนาทักษะการสื่อสารผ่านการสนทนาอภิปรายและการเขียนผ่านการเขียนบทความวิจัย (ทิศนา แขมมณี, 2562, 144-145; ญาณิศา บุญจิตร์, 2565, 81-96; Seif, 2021; Parra, 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรอัญญู ณรงค์เดชา (2568) ที่มีการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ในกิจกรรมที่ 2 เกี่ยวกับการศึกษางานวิจัยการสร้างอัตลักษณ์สินค้า พบว่าจากกิจกรรมการเรียนรู้ดังกล่าวส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ความรู้จากงานวิจัยเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาขั้นตอนการทำงานและผลงานจนผ่านเกณฑ์การประเมิน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการนำความรู้จากงานวิจัยและการใช้กระบวนการวิจัยเป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากชิ้นงานในการพัฒนาหลักสูตรที่ได้มาจากการเรียนโดยใช้วิจัยเป็นฐานมี 3 เรื่อง ได้แก่ 1) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นการป้องกันปัญหาการกลั่นแกล้ง สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 2) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการล่วงละเมิดทางเพศสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 3) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี ซึ่งจะนำสู่การกระบวนการเขียนบทความวิจัยเพื่อเผยแพร่ในวารสารระดับชาติต่อไป ซึ่งกระบวนการจัดการเรียนการสอนดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาบัณฑิตในระดับบัณฑิตศึกษา

และสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรของหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน ที่ได้กำหนดให้ใช้วิจัยเป็นฐานในการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การวิจัย/นวัตกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และพัฒนาประเทศ (Research and Innovation Development: RID) (คณะศึกษาศาสตร์, 2565, 4-6) อีกด้วย

สิ่งสำคัญอีกประการคือ กิจกรรมการเรียนรู้ได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียนและมีบทบาทที่ชัดเจนทั้งบทบาทผู้สอนและบทบาทผู้เรียน บทบาทสำคัญยิ่งของผู้สอน คือ การสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้และฝึกทักษะที่จำเป็นต่อกระบวนการวิจัยให้ผู้เรียนเกิดทักษะด้านการทำวิจัย และผู้สอนยังส่งเสริมบทบาทของผู้เรียนด้านการฝึกทักษะกระบวนการที่สำคัญในการทำวิจัยและอภิปรายผลร่วมกับครูด้านทักษะกระบวนการวิจัย (Seif, 2021) ทั้งนี้กิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้วิจัยเป็นฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในรายวิชาปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตร ความสามารถในการออกแบบและพัฒนาหลักสูตร ความสามารถในการนำหลักสูตรไปใช้ และความสามารถในการประเมินผลหลักสูตร ซึ่งสอดคล้องกับสุวัทนา สงวนรัตน์ (2564, 645-659) ที่ศึกษาผลการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน รายวิชาการพัฒนาหลักสูตรสำหรับนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต ซึ่งสาระความรู้กระบวนการพัฒนาหลักสูตรมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบที่ผู้วิจัยค้นพบ โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่เรียนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการสะท้อนคิดของผู้เรียนหลังการเรียนรู้ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า *“การรีวิวเอกสารก่อนทำหลักสูตรทำให้เห็นความสำคัญของการเชื่อมโยงหลักสูตรและเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรมากขึ้น”* อีกทั้งยังกล่าวว่า *“กระบวนการเรียนช่วยให้เราเข้าใจได้ชัดเจนขึ้น เช่น การศึกษาความต้องการของผู้เรียนหรือการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นภาพมากขึ้น”* จากการสะท้อนคิดพบว่าสอดคล้องกับแนวทางในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานที่นำกระบวนการวิจัย และผลการวิจัยมาใช้เพื่อจัดกระบวนการเรียนการสอนจนสามารถทำให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาหลักสูตรได้จนสำเร็จ

2. เพื่อศึกษาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโท

ผลการศึกษาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโท พบว่า คะแนนความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อมีการตรวจสอบความสามารถของผู้เรียนในการพัฒนาหลักสูตรซึ่งเป็นผลมาจากการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา 270-512 ปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตร ที่ใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐาน ซึ่งผู้เรียนได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมจำนวน 3 หลักสูตร ได้แก่ 1) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นการป้องกันปัญหาการกลั่นแกล้ง สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 2) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการล่วงละเมิดทางเพศสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 3) การพัฒนาหลักสูตร

ฝึกอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี โดยการตรวจสอบความเหมาะสมของหลักสูตรจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมทั้ง 3 หลักสูตร มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการสะท้อนคิดหลังการจัดการเรียนรู้ในการวิจัยครั้งนี้ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท โดยผู้เรียนได้ให้การสะท้อนคิดไว้ว่า *“ตัวเองไม่มีประสบการณ์ในการพัฒนาหลักสูตร จึงมีข้อจำกัดในการมองภาพรวมของกระบวนการทั้งหมด ทำให้เกิดความเข้าใจล่าช้า”* อีกทั้ง *“การหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนหลักสูตรเป็นเรื่องท้าทาย เพราะต้องใช้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและมีความทันสมัย”* รวมถึง *“การออกแบบหลักสูตรต้องใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการของผู้เรียนซึ่งต้องใช้เวลาในการศึกษา”* ดังนั้นการจัดการเรียนการสอนในครั้งนี้ถือได้ว่า เป็นการสร้างประสบการณ์ในการพัฒนาหลักสูตรให้กับผู้เรียนโดยตรง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นการเรียนรู้ที่เป็นระบบ มีการนำผลวิจัยมาเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้เนื้อหาในส่วนต่าง ๆ และผู้เรียนใช้กระบวนการวิจัยในการเรียนรู้ ดังที่ ทิศนา แขมมณี (2562, 144) ได้ให้ความเห็นว่า การใช้วิจัยเป็นฐานช่วยให้ได้รับประสบการณ์ตรงที่มีความหมายต่อตนเอง ผู้เรียนได้ฝึกการเชื่อมโยงเนื้อหาเพื่อสร้างองค์ความรู้ในการสร้างหลักสูตร โดยชิ้นงานหลักสูตรที่สร้างขึ้นจากการจัดการเรียนรู้ของผู้เรียนแสดงถึงความสามารถในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตร ความสามารถในการออกแบบและพัฒนาหลักสูตร ความสามารถในการนำหลักสูตรไปใช้ และความสามารถในการประเมินผลหลักสูตร อีกทั้งกระบวนการพัฒนาหลักสูตรนั้นนักศึกษาได้ลงมือวิจัยด้วยตนเองเองตามกระบวนการของการวิจัยเริ่มจากการระบุและชี้แจงประเด็น การค้นหาประมวลผลข้อมูล การคิดวิเคราะห์ การใช้ความรู้ในการสรุปผลและการสื่อสารผลลัพธ์ สอดคล้องกับ ทรงนคร การนา (2564, 21-41) ที่ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความสามารถในการจัดทำแผนบทเรียนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาครูช่าง ผลการวิจัยพบว่าความสามารถในการจัดทำแผนบทเรียนอยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าการใช้กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสามารถส่งเสริมให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรได้ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Knowles, 1980, 44) ที่ว่าการสร้างการเรียนรู้อย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงกับประสบการณ์จริง จะทำให้ผู้เรียนมีความพร้อมที่จะเรียนและต้องการรู้ด้วยตนเองอย่างแท้จริง

สรุป (Conclusion)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานในการพัฒนาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรสำหรับนักศึกษาปริญญาโท โดยในการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ผู้วิจัยได้พัฒนาผ่านแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้น โดยพบว่า แผนการจัดการเรียนรู้ ทั้ง 5 แผนมีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

2. ผลการศึกษาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาปริญญาโทพบว่า หลังจากเรียนผ่านกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน (Mean= 11.43,

SD. = 2.70) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียน (Mean= 9.37, SD. = 2.24) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และหลักสูตรฝึกอบรมทั้ง 3 หลักสูตรที่นักศึกษาพัฒนาขึ้นจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน ผ่านการพิจารณาความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่ามีความเหมาะสมทั้ง 3 หลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นความสามารถของนักศึกษาที่บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผลการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน พบว่ามีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุด เนื่องจากเป็นกระบวนการที่มีรายละเอียดและต้องอาศัยทักษะขั้นสูง ผู้สอนอาจประเมินทักษะของผู้เรียนเบื้องต้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการนำกิจกรรมการเรียนรู้ไปใช้

2. จากการวิจัยแม้พบว่ากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานสามารถพัฒนาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษาได้ แต่ยังพบว่าการพัฒนาหลักสูตรมีข้อจำกัดเรื่องเวลา เพราะขั้นตอนในการพัฒนาหลักสูตรมีความซับซ้อนและรายละเอียดค่อนข้างมาก ผู้สอนจึงต้องวางแผนให้มีความรัดกุมมากยิ่งขึ้น หรืออาจวางแผนจัดกิจกรรมให้ต่อเนื่องกับรายวิชาอื่นที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อให้การจัดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพและทันต่อเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. อาจมีการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ เช่น ความสามารถในการทำงานเป็นทีม ความสามารถในการสืบค้นข้อมูล ทักษะในการคิดวิเคราะห์ และทักษะในการเชื่อมโยงข้อมูล ควบคู่กับความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรที่ใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน

2. อาจพิจารณาใช้วิธีการจัดการเรียนรู้แบบอื่นเพื่อพัฒนาความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรของผู้เรียนเพิ่มเติม เช่น การคิดเชิงออกแบบ ปรากฏการณ์เป็นฐาน สถานการณ์เป็นฐาน บริบทเป็นฐาน เป็นต้น เพื่อนำมาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการจัดการเรียนรู้ต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา

1. หลักสูตร คณะ หรือมหาวิทยาลัยที่จัดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา ควรมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับแนวทางในการจัดการเรียนรู้ในระดับบัณฑิตศึกษาโดยใช้วิจัยเป็นฐาน (Research-based learning) ในทุกรายวิชา เพื่อเป็นการพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การคิดแก้ปัญหา การคิดเชิงสร้างสรรค์ และทักษะกระบวนการวิจัย เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมบนฐานการวิจัย

2. หลักสูตร และคณะที่เปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา สาขาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ ควรมีการกำหนดนโยบายหลักของหลักสูตรในการพัฒนาบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความสามารถ เชี่ยวชาญ และเป็นผู้นำในการพัฒนานวัตกรรมเกี่ยวกับหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ สืบเนื่องจากปัจจุบันการจัดการศึกษาในทุกระดับมีความคาดหวังให้ครูผู้สอนเป็นผู้ที่มีความสามารถ และเชี่ยวชาญในการพัฒนานวัตกรรมเกี่ยวกับหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการศึกษาของชาติต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

กระทรวงศึกษาธิการ. (2566). *6 นโยบายและจุดเน้นสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการปีงบประมาณ 2566*. https://moe360.blog/2023/01/06/6166/

กรุงเทพธุรกิจ. (2566). *ภาพใหม่การศึกษาไทยต้องรับมือโลก VUCA TEPForum 2019*. https://www.bangkokbiznews.com/social/837371

กัลยา สร้อยสิงห์. (2564). ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานที่ส่งเสริมการเรียนรู้และนวัตกรรมในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาทางด้านอุตสาหกรรมบริการ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15*(2), 381-396. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/249362/168103

คุรุสภา. (2562). *ข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562*. https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2562/E/068/T_0018.PDF

คุรุสภา. (2562). *ประกาศคณะกรรมการคุรุสภา เรื่อง รายละเอียดของมาตรฐานความรู้และประสบการณ์วิชาชีพครู ตามข้อบังคับคุรุสภา ว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562*. https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/109/T_0010.PDF

คณะศึกษาศาสตร์. (2565). *หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

จันทิมา หิรัญอ่อน. (2562). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรช่างอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์. *วารสาร มทรส. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 4*(1), 105-225. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmutsb-hs/article/view/154359/136584

ญาณิศา บุญจิตร์. (2565). รูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ สำหรับนักศึกษาที่เรียนในรายวิชาการประกันคุณภาพการศึกษา. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในประบรมราชูปถัมภ์, 16*(2). 81-96. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/246020/172565

ทรงนคร การนา. (2564). รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความสามารถในการจัดทำแผนบทเรียนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับนักศึกษาครูช่าง. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8*(1), 21-41. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/article/view/242174/169364

ทิศนา แขมมณี. (2562). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ.* (พิมพ์ครั้งที่ 23). โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธัญญาพร ก่องขันธ์. (2566). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ในการส่งเสริมความสามารถการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น สำหรับนักศึกษาวิชาชีพครู. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 18*(1), 103-112. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/yru_human/article/view/252525

พิมพันธ์ เดชะคุปต์ และ พเยาว์ ยินดีสุข. (2562). *ทักษะ 7C ของครู 4.0 PLC & Log book.* (พิมพ์ครั้งที่ 5). โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ. (2567). รูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนิสิตสาขาการบริหารการศึกษา. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.), 6*(4). 259-274. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JAPDEAT/article/view/271809/185944

วนิดา ภูชำนิ, วัฒนา สุวรรณไตรย์, ไชยา ภาวะบุตร (2564). การพัฒนาสมรรถนะของครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21: กรณีโรงเรียนบ้านนาตาลคำข่า. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 11*(3), 155-169. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/251129

วารีรัตน์ แก้วอุไร. (2564). *การพัฒนาหลักสูตร จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ.* สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วัฒนาพร ระงับทุกข์. (2563). สมรรถนะเด็กไทยในยุคพลิกผัน (VUCA World). คุรุสภาวิทยาจารย์ *Journal of Teacher Professional Development, 1*(1), 8-10. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/withayajarnjournal/article/view/240674/163802

วิชัย วงษ์ใหญ่, มารุต พัฒผล. (2563). *บุคคลแห่งการเรียนรู้ในโลก VUCA*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรอัญญู ณรงค์เดชา, (2568). การพัฒนากิจกรรมการเรียนศิลปะโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน Research-Based Learning: RBL ในรายวิชาการสร้างแบรนด์และออกแบบอัตลักษณ์ ระดับดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนมัธยมสาธิมหาวิทยาลัยนเรศวร. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*. 16(1), 237-250. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ajnu/article/view/276527/180384

สุพจน์ อิงอาจ. (2564). *มติชนมติครู: ผู้นำการศึกษายุค VUCA World*. http://www.matichon.co.th/education/news_2578997

สุวัทนา สงวนรัตน์. (2564). ผลการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน รายวิชาการพัฒนาหลักสูตรสำหรับนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 9*(2), 645-659. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/249872/168848

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับสิบสอง พ.ศ. 2565-2570.* https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422

สิทธิพล อาจอินทร์. (2563). *การพัฒนาหลักสูตร.* (พิมพ์ครั้งที่ 5). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Julieta, N., Luis, N. (2019). Research-based learning: a case study for engineering students. *International Journal on Interactive Design*

and Manufacturing (IJIDeM), 13, 1283–1295. https://link.springer.com/article/10.1007/s12008-019-00570-x

Knowles, M. S. (1980*). The Modern Practice of Adult Education: From Pedagogy to Andragogy.* Englewood Cliffs: Prentice Hall/Cambridge.

Parra, J. (2021). *How to Trigger Research-Based Learning in the Classroom?.* https://observatory.tec.mx/edu-bits-2/research-based-learning

Seif, E. (2021, September 17). *Research based learning: A lifelong learning necessity. Solution Tree Blog*. https://www.solutiontree.com/blog/research-based-learning-a-lifelong-learning-necessity

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

The Influence of Social Media Advertising on Consumer Purchase Decisions: The Mediating Roles of Brand Perception, Attitudes, and Purchase Intention

Omthong Phattanaphong , Charuwan Limphaiboon*

Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

119 Lampang-Mae Tha Road, Chomphu Subdistrict, Mueang Lampang District,

Lampang Province 52100, Thailand

Received: *October 15, 2025* ***Revised:*** *March 18, 2026* ***Accepted:*** *April 22, 2026*

Abstract

This study aimed to examine the direct influence of social media advertising factors on consumer purchase decisions and investigate the mediating roles of brand perception, consumer attitudes, and purchase intention. The research employed a quantitative survey methodology to collect data from 400 Thai active social media users. Structural Equation Modeling (SEM) was used for data analysis and hypothesis testing. The results demonstrated that social media advertising factors—specifically, platform characteristics, user engagement, and influencer credibility—exert both direct and indirect effects, yielding significant total effects on purchase decisions. The structural model explained 66% of the variance in consumer purchase decisions (R^2 = .66). Furthermore, the results confirm that consumer brand perception, attitude, and purchase intention act as crucial full and partial mediators in this relationship. Theoretically, this study extends the Hierarchy of Effects model by confirming the sequential cognitive-affective-conative pathway in the context of digital advertising. The study highlights the importance of creating tailored content for specific social media platforms and leveraging authentic influencer partnerships to guide consumers through the decision-making process effectively. These findings contribute to the understanding of modern consumer behavior and offer practical guidelines for marketers to optimize their digital strategies in the post-pandemic era.

* Corresponding Author

อีเมล: jaruwan1216@hotmai.com

Keywords

Social Media Advertising, Brand Perception, Consumer Attitudes, Purchase Intention, Purchase Decisions

Introduction

In the contemporary digital era, the marketing landscape has been fundamentally reshaped by the proliferation of social media. Platforms such as Facebook, Instagram, YouTube, and TikTok have evolved from mere communication channels into indispensable tools for businesses to connect with consumers, establish their brand identity, and, most importantly, directly influence purchasing decisions (Kaplan & Haenlein, 2010). With over 4.7 billion active users globally as of 2023 (Anderson et al., 2023), social media offers an unparalleled reach to a vast and diverse audience. The key strength of these platforms lies not just in their scale but in their interactive, two-way communication channels, which enable real-time engagement between brands and consumers. This fosters a sense of community, trust, and emotional connection that traditional media cannot replicate (Mangold & Faulds, 2009).

Furthermore, the digital landscape between 2020 and 2024 has witnessed a paradigm shift towards short-form video content. Platforms such as TikTok and Instagram Reels have seen exponential growth, becoming pivotal for modern marketing strategies due to their algorithmic ability to drive high engagement rates (Haenlein et al., 2020). In the post-pandemic era, digital transformation has significantly accelerated, shifting consumer behavior towards a heavy reliance on digital communities and short-form video content (e.g., TikTok, Instagram Reels). Specifically in Thailand, a highly collectivist society with over 81% active social media penetration, consumers heavily depend on social validation before making purchases. Recent statistics indicate that users spend an average of 2 hours and 44 minutes daily on these platforms (Datareportal, 2024). This shift has significantly altered how consumers discover and evaluate products in the post-pandemic era.

A significant phenomenon that has emerged alongside the growth of social media is influencer marketing, where individuals with established credibility and large followings promote products, adding a layer of authenticity and trust that consumers value (Freberg et al., 2011). The growing significance of this new paradigm is evident in the increasing allocation

of marketing budgets to digital platforms. In 2022, global spending on social media advertising surpassed $200 billion, a clear indicator that the industry recognizes social media as a vital channel for reaching modern consumers (Statista, 2023).

However, while previous research has confirmed that social media advertising can increase brand awareness and positively influence consumer attitudes (Schivinski & Dabrowski, 2016), a comprehensive understanding of the complex mechanisms through which these factors interact to drive actual purchase decisions remains underexplored. Much of the existing literature has focused on isolated aspects, such as the effectiveness of a specific platform or the impact of influencers on brand perception. These studies often fail to address the simultaneous structural relationships among key advertising factors—namely, platform characteristics, user engagement, and influencer credibility—on the entire consumer journey from initial exposure to final purchase. Theoretically, the influence of advertising on behavior is not strictly direct. Based on the Theory of Planned Behavior (TPB) and the Hierarchy of Effects model, consumers process advertising stimuli cognitively (Brand Perception), which shapes their feelings (Consumer Attitudes), and subsequently forms behavioral motives (Purchase Intention) before the actual purchase.

To fill this research gap, this study aims to develop and test a holistic, integrated model that examines the structural relationships between these interconnected variables. Specifically, it examines how social media advertising factors (independent variables) impact consumer purchase decisions (the dependent variable), both directly and indirectly through the crucial mediating roles of brand perception, consumer attitudes, and purchase intention. By exploring these complex pathways, this research aims to provide a deeper understanding of how brands can strategically leverage social media to guide consumers through the decision-making process and ultimately drive purchases.

Research Objectives

The research objectives were as follows:

1. To examine the direct effects of social media advertising factors (platform characteristics, user engagement, influencer credibility on consumer purchase decisions.

2. To examine the influence of social media advertising factors on the mediating variables of brand perception, consumer attitudes, and purchase intention.

3. To analyze the mediating roles of brand perception, consumer attitudes, and purchase intention in the relationship between social media advertising and purchase decisions.

Literature Reviews

This study is grounded in the Stimulus-Organism-Response (SOR) framework and the Theory of Planned Behavior (TPB), positing that social media advertising features act as stimuli (S) that trigger consumers' internal psychological states (O: Brand Perception and Attitudes), ultimately leading to behavioral responses (R: Purchase Intention and Decisions).

Social Media Advertising and Consumer Purchase Decision

Social media advertising has become a cornerstone of modern marketing due to its unparalleled ability to reach vast audiences with highly targeted and interactive content. Unlike traditional one-way advertising, social media platforms facilitate a dynamic, two-way dialogue between brands and consumers (Mangold & Faulds, 2009). This interactivity allows brands to engage consumers directly, foster a sense of community, and build relationships, which are crucial for influencing purchase decisions (Schivinski & Dabrowski, 2016). Studies have demonstrated that the visual and interactive elements of social media ads, such as those on Instagram and Facebook, can significantly enhance brand recognition, consumer trust, and the likelihood of a purchase (de Vries et al., 2012; Lipsman et al., 2012). Mainly, in the current digital ecosystem, short-form video content on platforms like TikTok has emerged as a dominant force. Unlike static images, these formats offer immersive experiences that can rapidly enhance brand recall and emotional connection within seconds (Yang et al., 2022). These platforms empower advertisers to customize messages in real time and track consumer responses, enabling a more agile, practical approach to influencing behavior at various stages of the decision-making process.

To comprehensively understand this dynamic, this study focuses on two specific advertising constructs: Platform Characteristics and User Engagement.

First, Platform Characteristics (ST) in this study does not refer to a categorical comparison between platforms, but rather to the consumers' *perception of the platform's unique characteristics and formats* (e.g., algorithmic short-form video delivery on TikTok versus visual grid curation on Instagram).

Second, User Engagement (UE) is defined as the consumers' active behavioral interaction *specifically with the advertising content* rather than the brand itself. It comprises actions such as viewing, liking, commenting, and sharing the content. Crucially, this study posits that user engagement does not directly cause an immediate purchase decision. Instead, it serves as a preliminary interaction that must first cultivate a positive brand perception and attitude before leading to actual sales.

The Role of Influencer Credibility

A key component of contemporary social media advertising is influencer marketing. Influencers, who are individuals with large, dedicated followings, are often perceived as more credible and authentic sources of information than brands themselves (Freberg et al., 2011). The effectiveness of influencer marketing is fundamentally rooted in the concept of source credibility. Based on the widely accepted framework by Ohanian (1990), Influencer Credibility (IC) is conceptualized as a multidimensional construct comprising three distinct dimensions: 1) Expertise (the perceived knowledge and skills of the influencer), 2) Trustworthiness (the perceived honesty, integrity, and authenticity of the endorsement), and 3) Attractiveness (the physical or psychological appeal of the influencer). When consumers perceive high levels of these three dimensions, especially trustworthiness and 'friend-like' authenticity, they develop a strong emotional bond that significantly shapes their subsequent brand attitudes and purchase intentions. Research indicates that consumers are more likely to trust endorsements from influencers, especially when the influencer's values align with their own (Casaló et al., 2020).

Furthermore, recent literature suggests a shift in effectiveness from macro-influencers to micro and nano-influencers. While macro-influencers offer reach, smaller influencers often command higher engagement rates and perceived authenticity (Campbell & Farrell, 2020). This "friend-like" trust is particularly effective in driving conversion among niche audiences. This perceived authenticity fosters an emotional bond among the influencer, their followers, and the endorsed brand, thereby enhancing consumer trust and increasing the likelihood of a purchase decision (Audrezet et al., 2020).

Mediating Factors: Brand Perception, Attitudes, and Purchase Intention

To explain the psychological mechanism between advertising exposure and final behavior, this study examines three sequential mediating constructs:

1. Brand Perception (BP): Defined as consumers' cognitive evaluation and overall mental image of a brand's identity, quality, and value, which is heavily shaped by external stimuli such as influencer content (Aaker, 1996).

2. Consumer Attitudes (CA): Referring to the affective component, it represents a consumer's consistent favorable or unfavorable evaluation and emotional feeling toward the brand (Schivinski & Dabrowski, 2016).

3. Purchase Intention (PI): Representing the conative component, it is defined as the conscious probability or willingness of a consumer to buy a specific product in the future. According to the Theory of Planned Behavior (TPB), intention is the most immediate and robust predictor of actual Purchase Decisions (PD)—the final behavioral outcome of acquiring the product (Ajzen, 1991; Bigné et al., 2010).

The path from advertising exposure to actual purchase is not direct; several crucial psychological factors mediate it. Contemporary consumers are increasingly skeptical of overly polished advertising. Authenticity and transparency—such as clearly labeling sponsored content—have become critical drivers of trust (Audrezet et al., 2020; Pöyry et al., 2022). Brand perception, which refers to how consumers perceive a brand's identity and value, is significantly influenced by social media content and interactions (Aaker, 1996; Schivinski & Dabrowski, 2016). Positive brand perception is a critical precursor to favorable consumer attitudes. Attitudes, in turn, are a direct determinant of purchase intention—the likelihood that a consumer will buy a product (Bigné et al., 2010). The Theory of Planned Behavior posits that purchase intention is the most immediate and strongest predictor of actual purchasing behavior (Ajzen, 1991). Therefore, effective social media advertising must successfully navigate this entire sequence: it must first build a positive brand image, which cultivates a favorable attitude, leading to a firm intention to buy.

Conceptual Framework and Hypotheses

Based on the literature review, this study proposes a conceptual framework (Figure 1) that illustrates the relationships between social media advertising factors, mediating variables, and consumer purchase decisions. The framework posits that three key independent variables—Platform Characteristics (ST), User Engagement (UE), and Influencer Credibility (IC)—influence Purchase Decisions (PD) both directly and indirectly. This influence is mediated by Brand Perception (BP), Consumer Attitudes (CA), and Purchase Intention (CI)

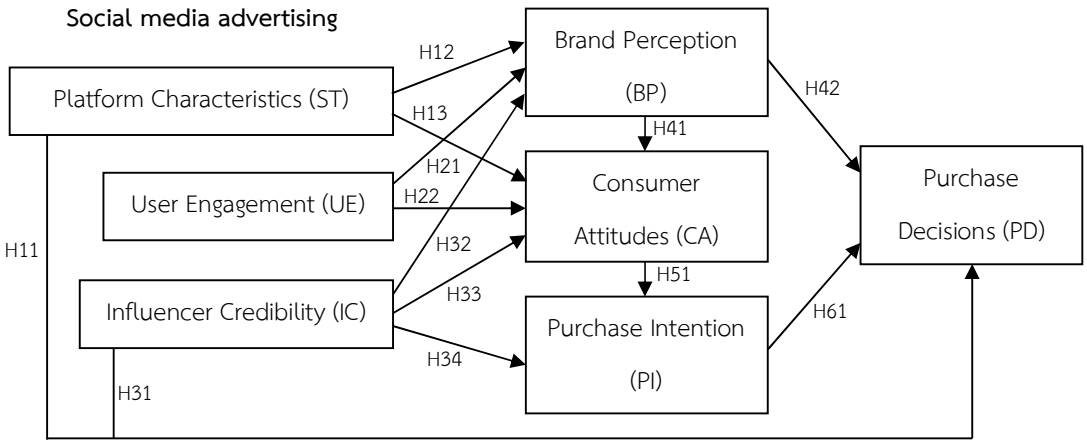


Figure 1: The Research Conceptual Framework

Based on this framework, the following hypotheses were developed for testing:

H11: ST has a positive direct effect on PD.

H12: ST has a positive direct effect on BP.

H13: ST has a positive direct effect on CA.

H21: UE has a positive direct effect on BP.

H22: UE has a positive direct effect on CA.

H31: IC has a positive direct effect on PD.

H32: IC has a positive direct effect on BP.

H33: IC has a positive direct effect on CA.

H34: IC has a positive direct effect on PI.

H41: BP has a positive direct effect on CA.

H42: BP has a positive direct effect on PD.

H51: CA has a positive direct effect on PI.

H61: PI has a positive direct effect on PD.

This comprehensive set of hypotheses allows for a thorough examination of the entire structural model, from initial advertising inputs to the final behavioral outcome.

Research Methodology

This study employed a quantitative research design to empirically test the hypothesized relationships within the proposed conceptual framework. The research

followed a cross-sectional design, which involves collecting data from a sample of the population at a single point in time. This design is particularly suitable for examining the relationships among variables within a specific context, providing a "snapshot" of consumer perceptions and behaviors in response to current social media advertising exposure (Creswell & Creswell, 2018).

Population and Sampling

The target population for this study consisted of Thai active users of major social media platforms, including Facebook, Instagram, YouTube, and X. These platforms were selected for their widespread use for advertising and their significant role in contemporary consumer culture (Anderson et al, 2023). A non-probability convenience sampling method was utilized to recruit participants. While this technique is practical for quickly and cost-effectively reaching active social media users, it is important to acknowledge that the reliance on non-random selection may introduce selection bias. Consequently, the findings may not be fully generalizable to the entire Thai population, particularly those who are less active on digital platforms or belong to different demographic segments (Etikan et al., 2016; Stratton, 2021). This limitation regarding generalizability is further addressed in the limitations section of this study. A final sample size of 400 respondents was achieved, which is considered more than adequate for conducting Structural Equation Modeling (SEM) and ensuring sufficient statistical power to detect significant relationships between the variables (Hair et al., 2021).

Data Collection Instrument and Development

Data were collected using a structured questionnaire consisted of multiple-item scales, designed on the key constructs of the study: ST (4 items), UE (4 items), IC (5 items), BP (4 items), CA (4 items), PI (4 items), and PD (4 items), utilized a 5-point Likert scale, ranging from 1 (Strongly Disagree) to 5 (Strongly Agree), to measure respondents' agreement with statements related to each variable.

All measurement items were adapted from validated scales in previous literature to ensure construct validity. Specifically, items for ST, UE, and IC were adapted from Freberg et al. (2011) and Ohanian (1990); BP from Aaker (1996); CA from Schivinski and Dabrowski (2016); and PI from Ajzen (1991) and Bigné et al. (2010). The original English scales were translated into Thai using a back-translation method to ensure semantic equivalence. Content validity was assessed by three academic experts, yielding an Item-Objective Congruence (IOC) index of 0.70 or higher for all items.

A pilot test was conducted with a small group of 30 respondents to assess the clarity and reliability of the survey questions. The results demonstrated high internal consistency across all constructs. The specific Cronbach's alpha coefficients were as follows: ST (α= 0.76), UE (α = 0.79), IC (α = 0.81), BP (α = 0.84), CA (α = 0.85), PI (α = 0.88), and PD (α = 0.87). Since all values fell within the range of 0.76 to 0.88, they exceeded the recommended threshold of 0.70 (Hair et al., 2021), confirming that the instrument was reliable for full-scale data collection.

Data Collection Procedure

The data collection was conducted over 3 months, from January to March 2025, by collecting via an online survey distributed through major social media platforms, specifically Facebook Groups and LINE OpenChats, targeting Thai consumers. A screening question was utilized to ensure respondents were active users (using at least one platform daily). Out of 450 distributed surveys, 400 complete responses were obtained, representing an estimated completion rate of 88.8%

Data Analysis

The collected data were analyzed using a two-step approach. First, descriptive statistics were calculated using SPSS to summarize the demographic characteristics of the sample.

Second, Structural Equation Modeling (SEM) was employed using Amos to test the hypothesized model. SEM is a powerful, second-generation multivariate statistical technique that enables the simultaneous examination of complex relationships among multiple independent, mediating, and dependent variables (Hair et al., 2021).

SEM was selected as highly robust for testing complex models with multiple mediators simultaneously, allowing for the calculation of direct, indirect, and total effects while accounting for measurement errors. The overall model fit was evaluated using a range of goodness-of-fit indices, including the Chi-square/df ratio (χ^2/df), the Goodness-of-Fit Index (GFI), the Comparative Fit Index (CFI), and the Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA). Commonly accepted thresholds for a good model fit include a χ^2/df ratio below 3, GFI and CFI values above 0.90, and an RMSEA value below 0.08 (Hu & Bentler, 1999). Path coefficients (β), their significance levels (p-values), and t-values were then examined to test each specific hypothesis.

Results

The analysis of the data collected from 400 Thai active social media users yielded several key findings that provide empirical support for the proposed conceptual framework. This section presents the results in a structured manner, beginning with the demographic characteristics of the respondents and descriptive statistics of the key variables, followed by the evaluation of the structural model's fit, and culminating in the detailed results of the hypothesis testing.

Demographic Profile and Descriptive Statistics

The demographic analysis revealed a diverse sample group. Of the 400 respondents, 62% were female, and 38% were male. The age distribution was predominantly young, with 45% in the 18-24 age group, 35% in the 25-34 age group, and 20% aged 35 and above. Regarding social media use, 88% reported using it daily for several hours, indicating a highly engaged sample. Instagram was the most frequently preferred platform for engaging with brands (42%), followed by Facebook (30%), YouTube (18%), and Twitter (10%).

An analysis of the descriptive statistics, presented in Table 1, reveals a consistently positive response pattern across all key variables. Mean scores were interpreted based on an equal-interval criterion (3.41 – 4.20 indicates a 'High' level of agreement). The highest mean was observed for PD (M = 4.17, SD = 0.68), indicating that participants frequently acted on their intentions. Similarly, PI (M = 4.10, SD = 0.71) and ST (M = 4.12, SD = 0.77) also scored highly, reflecting a strong inclination to buy and an acknowledgment of the platform's influence.

Variables such as BP (M = 4.06, SD = 0.82), UE (M = 4.09, SD = 0.76), IC (M = 3.96, SD = 0.73), and CA (M = 3.93, SD = 0.80) all received positive scores, reinforcing their importance in the consumer process. Notably, the standard deviations for BP (SD = 0.82) and CA (SD = 0.80) were the highest, suggesting greater diversity of opinion on these constructs than on PD (SD = 0.68), which showed the greatest consensus among respondents.

Table 1: Descriptive Statistics of Key Variables

Variable	Mean (M)	Standard Deviation (SD)
Platform Characteristics (ST)	4.12	0.77
User Engagement (UE)	4.09	0.76
Influencer Credibility (IC)	3.96	0.73
Brand Perception (BP)	4.06	0.82
Consumer Attitudes (CA)	3.93	0.80
Purchase Intention (PI)	4.10	0.71
Purchase Decisions (PD)	4.17	0.68

Structural Model and Hypothesis Testing

Prior to SEM analysis, the data met all multivariate assumptions. Skewness and kurtosis values fell within the acceptable range of ± 2.0, confirming univariate normality. Additionally, Variance Inflation Factor (VIF) values were strictly below 3.0, indicating no multicollinearity issues among the independent variables.

The proposed structural model was tested using Structural Equation Modeling (SEM). The model's fit indices indicate an excellent fit to the data (χ^2 = 2.365, df = 4, p = 0.669; CMIN/DF = 0.591; GFI = 0.998; CFI = 1.000; RMSEA = 0.000). The non-significant chi-square (p > 0.05) and the values for CFI, GFI, and RMSEA all fall well within the thresholds for an outstanding model fit, providing strong support for the model's structure and allowing for a confident interpretation of the individual path coefficients, as shown in Figure 1 and Table 2.

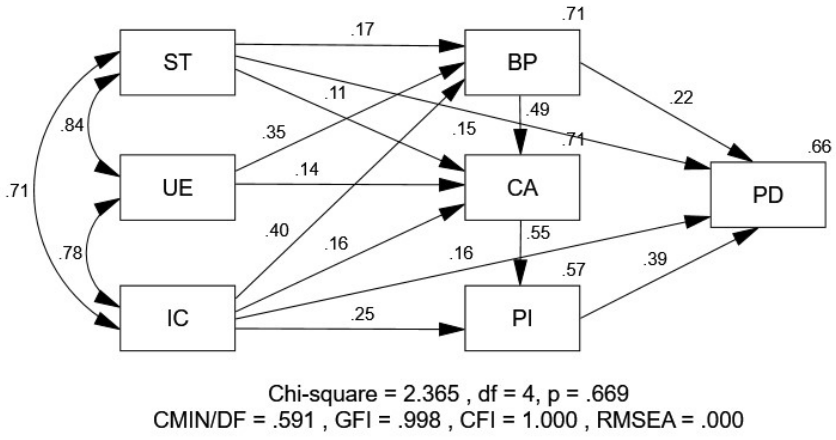


Figure 1: Fit of the Proposed Structural Model to the Empirical Data

The hypothesis testing results and effects of variables are shown in Tables 2 and 3

Table 2: Hypothesis Testing Results

Hypotheses	b	SE	β	t-value	Summarized
H11: ST ⟶ PD	.135	.040	.15	3.334**	Supported
H12: ST ⟶ BP	.178	.055	.17	3.254**	Supported
H13: ST ⟶ CA	.118	.053	.11	2.212*	Supported
H21: UE ⟶ BP	.373	.061	.35	6.065**	Supported
H22: UE ⟶ CA	.149	.062	.14	2.408*	Supported
H31: IC ⟶ PD	.147	.048	.16	3.070**	Supported
H32: IC ⟶ BP	.447	.049	.40	9.085**	Supported
H33: IC ⟶ CA	.173	.052	.16	3.322**	Supported
H34: IC ⟶ PI	.246	.048	.25	5.169**	Supported
H41: BP ⟶ CA	.477	.048	.49	9.900**	Supported
H42: BP ⟶ PD	.180	.044	.22	4.073**	Supported
H51: CA ⟶ PI	.490	.044	.55	11.203**	Supported
H61: PI ⟶ PD	.365	.038	.39	9.731**	Supported

Note: b = *Unstandardized regression coefficient,* β = *Standardized regression coefficient,* SE = *Standard* error. *p <.05, **p < .01

Table 3: The Effect of Variables in the Proposed Model

Variables	BP			CA			PI			PD		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ST	.17	-	.17	.11	.09	.20	-	.11	.11	.15	.08	.23
UE	.35	-	.35	.14	.17	.31	-	.17	.17	-	.14	.14
IC	.40	-	.40	.16	.20	.36	.25	.19	.44	.16	.26	.42
BP				.49	-	-	-	.27	-	.22	.10	-
CA							.55	-	.55	-	.21	.21
PI										.39	-	.39

Notes: DE = Direct effect, IE = Indirect effect, TE = Total effect (β)

Data in Figure 1 and Table 2 show that an examination of the standardized path coefficients (β) confirmed the significance of the hypothesized relationships within the model. The analysis revealed that the antecedent variables—ST, UE, and IC—exert their influence through a series of mediating variables. Furthermore, to rigorously establish the

mediating roles of BP, CA, and PI, the Standardized Direct Effects (DE), Indirect Effects (IE), and Total Effects (TE) were analyzed as shown in Table 3

Specifically, IC was a significant predictor, positively influencing BP (H32: β = 0.40), CA (H33: β = 0.16), and PI (H34: β = 0.25). UE also demonstrated a significant positive effect on both BP (H21: β = 0.35) and CA (H22: β = 0.14). The influence of ST was also supported, with positive paths to BP (H12: β = 0.17) and CA (H13: β = 0.11).

The model further illuminated the critical sequential relationship among the mediating variables. BP was a strong positive predictor of CA (H41: β = 0.49). In turn, CA strongly influenced PI (H51: β = 0.55).

Finally, all paths leading to the outcome variable PD were significant. The strongest direct predictor of a purchase decision was PI (H61: β = 0.39), followed by BP (H42: β = 0.22), IC (H31: β = 0.16), and ST, which also had a significant direct effect (H11: β = 0.15).

Model Explanatory Power (R^2)

Beyond hypothesis testing, the model's explanatory power was assessed using the Squared Multiple Correlation (R^2). The results indicate that the structural model explains a substantial amount of variance across all endogenous constructs. Specifically, the model accounts for 71% of the variance in BP (R^2 = .71), 71% in CA (R^2 = .71), and 57% in PI (R^2 = .57). Ultimately, the model explains 66% of the variance in PD (R^2 = .66), demonstrating the model's robustness in predicting the final consumer outcome.

Practical Significance of Path Coefficients

Regarding the practical significance of the findings, the standardized path coefficients (β) were evaluated according to Cohen's (1988) effect size criteria: small (~0.10), medium (~0.30), and large (>0.50). The results indicated that the relationship between CA and PI (β = 0.55) represents a large effect, with attitude identified as the most critical driver of intention. Similarly, BP exerted a strong medium-to-large effect on CA (β = 0.49), and IC showed a medium effect on BP (β = 0.40). Conversely, the direct effects of ST on PD (β = 0.15) and CA (β = 0.11) were statistically significant but represented small effects, suggesting that while platform choice matters, its impact is largely realized when combined with strong engagement and credible influencers.

Discussion

This study aimed to develop and empirically test an integrated model explaining the influence of social media advertising factors on consumer purchase decisions. The findings not only confirm the significance of the proposed relationships but also provide a nuanced understanding of the psychological mechanisms that govern the consumer journey in the digital landscape. The excellent fit of the structural model provides strong support for the conceptual framework, suggesting that it is a robust representation of the process.

A central finding of this research is that the influence of antecedent advertising factors—namely, platform characteristics, user engagement, and influencer credibility—on the final purchase decision is fully mediated. This finding extends the existing literature by clarifying that these factors typically do not operate in isolation to trigger a purchase. Instead, they function as crucial catalysts that initiate a cognitive and affective sequence. The significant impact of influencer credibility on brand perception, consumer attitudes, and purchase intention aligns perfectly with prior research highlighting the power of authenticity and trust in shaping consumer behavior (Freberg et al., 2011; Casaló et al., 2020). Our model, however, demonstrates that this credibility translates into action through the cultivation of positive brand cognitions and intentions, rather than as a direct command to buy. Similarly, the positive effects of user engagement and platform characteristics on brand perception and attitudes reinforce the importance of interactive, two-way communication channels in fostering a sense of connection that traditional media cannot replicate (Mangold & Faulds, 2009).

The validated sequential pathway among the mediating variables—from brand perception to consumer attitudes and then to purchase intention—is perhaps the most significant theoretical contribution of this study. The strong path from brand perception to consumer attitudes confirms that a positive brand image, often shaped by social media content, is a critical precursor to forming favorable attitudes, a notion supported by Aaker (1996) and Schivinski & Dabrowski (2016). Furthermore, the strong relationship between consumer attitudes and purchase intention, and, subsequently, the dominant influence of purchase intention on actual purchase decisions, provides strong empirical support for the Theory of Planned Behavior in the context of social media advertising (Ajzen, 1991). The finding that purchase intention is the most immediate and robust predictor of the final decision underscores that the goal of any advertising effort must be to solidify this intent.

The analysis of total effects provides robust evidence for the title's premise: the relationship between social media advertising and purchase decisions is predominantly mediated. While platform characteristics and engagement have small direct effects on purchases, their total impact becomes highly significant only when they successfully cultivate a positive brand perception and consumer attitude.

From a managerial perspective, these findings carry significant implications. The evidence of full mediation suggests that a successful social media strategy cannot be one-dimensional. Marketers cannot simply focus on maximizing engagement or hiring a popular influencer and expect a direct increase in sales. Instead, they must adopt a holistic approach that nurtures the consumer through the entire decision-making journey. The results emphasize that authentic influencers should be leveraged to build a positive brand perception; engaging content should be tailored to specific platforms to foster favorable attitudes; and these efforts must converge to build a firm purchase intention. The model's substantial explanatory power, accounting for 66% of the variance in purchase decisions, validates this journey-based approach and provides marketers with a clear, empirically backed roadmap for converting social media presence into tangible consumer action.

Comparison with Recent Studies and Platform-Specific Dynamics

These findings align with and extend recent research published between 2020 and 2025, which underscores that social media efficacy relies heavily on community-based trust rather than mere visibility. For instance, Mason et al. (2021) similarly found that post-pandemic consumers actively seek authenticity over polished marketing, reinforcing our finding on the pivotal role of influencer credibility.

Furthermore, the significance of Platform Characteristics in our model warrants a deeper discussion on platform-specific features. Unlike traditional social networks, algorithm-driven platforms like TikTok utilize short-form video content to create high-immersion experiences that drive immediate emotional responses, whereas Instagram relies more on aesthetic curation and social graphs (Haenlein et al., 2020; Su et al., 2020). This suggests that the "Platform Characteristics" variable captures the unique ability of specific algorithms (e.g., TikTok's "For You" page) to accelerate the journey from brand perception to purchase intention more effectively than others.

Influencer Typology and Cultural Context

While this study examined influencer credibility broadly, recent literature suggests a nuance between influencer tiers. Our results support the growing trend towards micro- and nano-influencers, who, despite having smaller followings than macro-influencers, often command higher engagement rates and perceived trustworthiness due to their "friend-like" relatability (Campbell & Farrell, 2020; Hudders et al., 2021). This distinction is crucial for understanding why credibility had a stronger effect than platform characteristics alone.

These findings also align with recent studies on post-pandemic consumer shifts (2023-2024), where the effectiveness of short-form videos (e.g., TikTok, Instagram Reels) relies heavily on AI-driven personalization and algorithmic delivery. The strong total effect of influencer credibility also supports recent literature emphasizing that contemporary consumers demand authenticity over polished traditional advertisements.

Finally, these results must be interpreted within the Thai cultural context. Thailand is characterized as a collectivist society with high social media penetration (Datareportal, 2024). Thai consumers tend to rely heavily on social validation and peer recommendations rather than direct corporate messaging. This cultural predisposition explains the strong mediating role of consumer attitudes in our model; for Thai users, "liking" and "trusting" the messenger (Influencer) are mandatory prerequisites for "trusting" the brand (Phugsarug, 2023).

Conclusion and Recommendations

This research successfully developed and empirically validated a comprehensive model that illustrates the intricate process through which social media advertising influences consumer purchase decisions. The study's primary conclusion is that the influence of key advertising factors—platform characteristics, user engagement, and influencer credibility—is not direct but is entirely mediated through a critical psychological sequence. These antecedents function as catalysts that build a positive brand perception, which in turn shapes favorable consumer attitudes. These positive attitudes are then crucial in solidifying purchase intention, the most potent and immediate predictor of an actual purchase decision. The model's excellent fit and substantial explanatory power, accounting for 66% of the variance in purchase decisions, confirm that this journey-based framework is a robust representation of modern consumer behavior in the digital sphere.

In conclusion, the empirical validation of the structural model, specifically the analysis of total and indirect effects, demonstrates that social media advertising factors primarily function as catalysts.

Academic and Social Contributions

Theoretically, this research makes a significant contribution to the body of knowledge regarding digital consumer behavior. It validates the applicability of the Theory of Planned Behavior (TPB) in the context of modern social media advertising, demonstrating that purchase decisions are not impulsive but result from a psychological process mediated by brand perception and attitudes. Socially, the findings benefit society by illuminating the mechanisms of trust in the digital age. By understanding how influencer credibility shapes decisions, consumers can better navigate the digital landscape, fostering a more digitally literate society that values authenticity over mere popularity.

Managerial Recommendations

The findings offer a clear, empirically-backed roadmap for marketers. Based on the demonstrated mechanics of the consumer journey, the following actions are recommended:

1. Prioritize Authentic Influencers: Influencer credibility was the most potent antecedent in driving the entire mediating chain. Marketers should focus on building partnerships with influencers whose authenticity and values align with the brand, as this is crucial for establishing a strong initial brand perception and trust.

2. Adopt a Journey-Centric Strategy: The evidence of complete mediation implies that a one-dimensional focus on a single metric (e.g., engagement rates) is insufficient. Brands must develop a holistic strategy that nurtures consumers at each stage: using platform-specific content to build brand perception, fostering an interactive community to shape positive attitudes, and deploying clear calls-to-action to convert those attitudes into firm purchase intention.

3. Implement Platform-Specific Formats: Marketers should use TikTok for high-immersion, short-form, entertaining videos to build brand perception through viral challenges rapidly. Conversely, Instagram Reels and grid posts should be leveraged to create highly aesthetic, lifestyle-oriented content that shapes positive consumer attitudes.

Policy Implications for Regulatory Bodies

Beyond managerial strategies, this study offers critical implications for policymakers and regulatory agencies responsible for consumer protection. Given the powerful influence of

influencer credibility found in this study, regulators should strictly enforce transparency standards, such as mandatory disclosure of sponsored content (e.g., #ad, #sponsored), to prevent deceptive advertising practices. Furthermore, agencies should establish clear guidelines to protect consumers from misleading claims made by influencers, ensuring that the digital marketplace remains a fair and safe environment for all users.

Limitations and Directions for Future Research

While this study provides valuable insights, several limitations must be acknowledged to guide future research.

1. Sampling Method: The study utilized non-probability convenience sampling, which, while practical, may introduce selection bias. Consequently, the findings may not be fully generalizable to the broader Thai population across all demographic segments.

2. Geographic Scope: The scope was confined to Thai social media users. Therefore, the results may reflect specific cultural nuances (e.g., high trust in influencers in collectivist cultures) and may not be directly applicable to Western contexts.

3. Research Design: The research employed a cross-sectional design, capturing data at a single point in time. This prevents the assessment of long-term causal relationships. Future research should employ longitudinal designs to track how consumer attitudes evolve after sustained exposure to social media campaigns.

References

Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211. https://www.researchgate.net/publication/272790646_The_Theory_of_Planned_Behavior

Audrezet, A., de Kerviler, G., & Moulard, J. G. (2020). Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation. *Journal of Business Research*, *117*, 557-569. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.008

Bigné, E., Chumpitaz, R., & Currás, R. (2010). Alliances Between Brands and Social Causes: The Influence of Company Credibility on Social Responsibility Image. *Journal of Business Ethics, 96*, 169-186. https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-010-0461-x

Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, *63*(4), 469-479. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003

Casaló, L. V., Flavián, C., & Sergio Ibáñez-Sánchez (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research, 117*, 510-529. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Datareportal. (2024). *Digital 2024: Thailand*. https://datareportal.com/ reports/digital-2024-thailand

de Vries, L., Gensler, S., & Leeflang, P. S. H. (2012). Popularity of brand posts on brand fan pages: An investigation of the effects of social media marketing. *Journal of Interactive Marketing, 26*(2), 83-91. https://aog.nl/custom/uploads/2016/06/De-Vries-Gensler-en-Leeflang-2012.pdf

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling *American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5*(1), 1-4. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11

Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review, 37*(1), 90-92. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001

Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. *California Management Review*, *63*(1), 5-25. https://doi.org/10.1177/0008125620958166

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7

Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal, 6*(1), 1-55.

Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The commercialization of social media stars: a literature review and directions for future research. *International Journal of Advertising*, *40*(3), 327-361. https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1836925

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons, 53*(1), 59-68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Lipsman, A., Mudd, G., Rich, M., & Bruich, S. (2012). The power of 'like': How brands reach (and influence) fans through social-media marketing. *Journal of Advertising Research, 52*(1), 40-52. https://doi.org/10.2501/JAR-52-1-040-052

Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons, 52*(4), 357-365. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002

Mason, A. N., Narcum, J., & Mason, K. (2021). Social media marketing gains importance after COVID-19. *Cogent Business & Management*, *8*(1), 1870797. https://www.mendeley.com/catalogue/b7a91af3-8fa8-3d1b-a694-8888ab20b821/

Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. *Journal of Advertising*, *19*, 39-52. https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673191

Phugsarug, J. (2023). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention Towards E-Retailing Businesses in Thailand. *The 2023 International Academic Multidisciplines Research Conference in Amsterdam*, 180-185. http://icbtsproceeding.ssru.ac.th/index.php/ICBTSAMSTERDAM2023/article/view/782/766

Pöyry, E., Pelkonen, M., Naumanen, E., & Laaksonen, S. M. (2022). A call for authenticity: Audience responses to social media influencer endorsements in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, *16*(1), 49-68. https://doi.org/10.1080/1553118X.2021.1965476

Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2016). The impact of brand communication on brand awareness and brand attitude. *International Journal of Market Research, 58*(1), 53-70. https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0007

Anderson, M., Faverio, M. & Gottfried, J. (2023). *Teens, Social Media and Technology 2023*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/2023/12/11/teens-social-media-and-technology-2023/

Statista. (2023). *Social media advertising spending worldwide from 2017 to 2027*. Statista. https://www.statista.com/topics/1538/social-media-marketing/

Stratton, S. J. (2021). Population research: Convenience sampling strategies. *Prehospital and Disaster Medicine*, *36*(4), 373-374. https://doi.org/10.1017/S1049023X2100064X

Su, Y., Baker, B. J., Doyle, J. P., & Yan, M. (2020). Fan engagement in 15 seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via TikTok. *International Journal of Sport Communication*, *13*(3), 436-446. https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0239

Yang, Y., Zhao, Y., & Ma, Y. (2022). Analysis of the factors influencing the effect of short video marketing based on the SOR model. *Frontiers in Psychology*, *13*, 899538. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.899538

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

กลยุทธ์การพัฒนานักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการข้ามศาสตร์เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างสายวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้

Strategies for Developing Interdisciplinary Entrepreneurs to Achieve Balance Between Science and Social Science Disciplines: A Case Study in Maejo University

สุรชัย ศรีนรจันทร์*

Surachai Srinorajan*

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290 ประเทศไทย

Faculty of Liberal Arts, Maejo University

63 Sansai-Phrao Road, Nongharn, Sansai District, Chiang Mai, 50290 Thailand

***รับบทความ**: 17 ตุลาคม 2568 **ปรับปรุงบทความ**: 21 กุมภาพันธ์ 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

กลยุทธ์การพัฒนานักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการข้ามศาสตร์เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างสายวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภายใต้งานวิจัยเรื่อง ศึกษาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยกลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (กลุ่ม 2) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ รวมถึงเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการข้ามศาสตร์ในมหาวิทยาลัย ด้วยการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักศึกษา 420 คน และข้อมูลเชิงคุณภาพ 33 คน ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมนักศึกษามีปัจจัยภายในอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.36) มีจุดอ่อนสำคัญ คือ การบริหารความเสี่ยง อยู่ในระดับน้อยที่สุด (Mean = 2.11) ขณะที่ปัจจัยภายนอกโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (Mean = 2.24) โดยเฉพาะด้านการให้เงินสนับสนุนอยู่ในระดับน้อยที่สุด (Mean = 1.53) ทั้งนี้ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง (t-test) พบว่า กลุ่มวิทยาศาสตร์ฯ ปัจจัยภายในมีการรับรู้ที่สูงในด้านการบริหารความเสี่ยง ปัจจัยภายนอก เช่น การให้เงินสนับสนุน และเครือข่ายตลาด กลุ่มมนุษยศาสตร์ฯ มีความโดดเด่น

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: surachaisrinorajan@gmail.com

ด้านแรงขับเคลื่อนภายใน เช่น มีความฝัน และ ความอดทน/ทุ่มเท ทั้งนี้งานวิจัยจึงเสนอได้ กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการข้ามศาสตร์เพื่อสร้างความสมดุล โดยเน้น การบูรณาการหลักสูตรข้ามศาสตร์ เพื่อเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์ของสายสังคมฯ เข้ากับเทคโนโลยีและการจัดการความเสี่ยงของสายวิทย์ฯ รวมถึงการพัฒนากลไกเชิงโครงสร้าง เช่น การจัดตั้งกองทุน Startup Fund เพื่อแก้ไขจุดอ่อนด้านการเงินและเครือข่ายของทั้งสองกลุ่ม

คำสำคัญ

ทักษะผู้ประกอบการ, ระบบนิเวศนวัตกรรม, การพัฒนาผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัย

Received: *October 17, 2025* ***Revised:*** *February 21, 2026* ***Accepted:*** *April 22, 2026*

Abstract

This study proposes strategies for developing undergraduate students into cross-disciplinary entrepreneurs to achieve a balance between science-based and social science–based competencies. Conducted under the research project “A Study of Entrepreneurial Ecosystems for Undergraduate Students in Technology Development and Innovation Promotion Universities (Group 2)”, the objectives were to examine internal and external environmental factors conducive to student entrepreneurship and to formulate strategic recommendations for fostering cross-disciplinary entrepreneurship within universities. A mixed-methods research design was employed, comprising quantitative data collected from 420 undergraduate students and qualitative data from 33 key informants. The findings reveal that, overall, students’ internal entrepreneurial factors were at a moderate level (Mean = 3.36), with risk management identified as a critical weakness at the lowest level (Mean = 2.11). External environmental factors were perceived to be at a low level overall (Mean = 2.24), particularly financial support, which was rated at the lowest level (Mean = 1.53). Comparative analysis using t-tests indicates that students in science-related disciplines reported higher perceptions of internal factors related to risk management, as well as external factors such as financial support and market networks. In contrast, students in humanities and social science disciplines demonstrated stronger internal motivational drivers, including having entrepreneurial aspirations and perseverance/dedication. Based on these findings, the study proposes cross-disciplinary entrepreneurship development strategies aimed at achieving balance between disciplines. Key recommendations include the integration of interdisciplinary

curricula that combine the creativity and social insight of social science disciplines with the technological competencies and risk management capabilities of science disciplines. Additionally, the development of structural support mechanisms—such as the establishment of a university-level Startup Fund—is recommended to address financial and networking constraints faced by students across both disciplinary groups.

Keywords

Entrepreneurial Skills, Innovation Ecosystem, Entrepreneurship Development in Universities

บทนำ (Introduction)

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้และบุคลากรด้านการเกษตรและเทคโนโลยีของประเทศ โดยจัดอยู่ในมหาวิทยาลัยกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม ตามประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยในการเป็น “มหาวิทยาลัยชั้นนำที่มีความเป็นเลิศในระดับนานาชาติ” และยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยแม่โจ้สู่ปีที่ 100 (พ.ศ. 2477–2577) ที่สร้างสังคมแห่งการ “กินดี” (Organic Live) “อยู่ดี” (Green Growth) และ “มีสุข” (Eco System) โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) (กองแผนงาน มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2561) ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ได้ดำเนินโครงการ “พลิกโฉมมหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Reinventing University)” อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของผู้เรียนให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างผลงานที่เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ทั้งยังส่งเสริมการเรียนรู้เชิงบูรณาการควบคู่กับการปฏิบัติจริง เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและทักษะการเป็นผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม อีกทั้งยังมุ่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมทั้งในและต่างประเทศ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตรสมัยใหม่ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม

ในเชิงนโยบายและการบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ได้ดำเนินโครงการ “พลิกโฉมมหาวิทยาลัย (Reinventing University)” อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งพัฒนาระบบการเรียนรู้เชิงบูรณาการ การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (experiential learning) และการส่งเสริมทักษะด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้เชิงพาณิชย์และเชิงสาธารณะได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม และภาคชุมชน ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเชิงวิชาการเกี่ยวกับ “ระบบนิเวศนวัตกรรมของมหาวิทยาลัย” (University Innovation Ecosystem) ที่มองว่าการพัฒนานวัตกรรมไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากตัวบุคคลเพียง

ลำพัง แต่ต้องอาศัยสภาพแวดล้อม โครงสร้างสนับสนุน และความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วน

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในเชิงประจักษ์จากผลการประเมินตนเองของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ตามระบบตัวชี้วัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา (U-Class) พบว่า ตัวชี้วัดด้าน “รางวัลด้านผู้ประกอบการ” และ “การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคลากรกับภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรม” ยังอยู่ในระดับต่ำ แม้ว่ามหาวิทยาลัยจะมีจำนวนนักศึกษาและบัณฑิตที่เป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูงก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาในเชิงสัดส่วนกลับพบว่านักศึกษาที่ผ่านการอบรมหรือได้รับการส่งเสริมด้านการเป็นผู้ประกอบการมีเพียงร้อยละ 6.62 ของนักศึกษาทั้งหมด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างนโยบายและการปฏิบัติจริง รวมถึงข้อจำกัดของระบบสนับสนุนและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมและผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง

ในเชิงวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนามหาวิทยาลัยสู่การเป็นมหาวิทยาลัยเชิงนวัตกรรมส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับนโยบายระดับชาติ โครงสร้างการบริหาร หรือผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมในภาพรวม ขณะที่การศึกษาปัจจัยด้าน “สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา” ในระดับสถาบัน โดยเฉพาะมิติที่เชื่อมโยงนักศึกษา คณาจารย์ ศิษย์เก่า และระบบสนับสนุนภายในมหาวิทยาลัย ยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของมหาวิทยาลัยกลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตร ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทั้งในด้านพันธกิจ อัตลักษณ์ และความสัมพันธ์กับชุมชนและภาคการผลิตจริง

จากบริบทดังกล่าว จึงเกิดช่องว่างที่สำคัญ คือ การขาดองค์ความรู้เชิงประจักษ์ที่อธิบายได้อย่างเป็นระบบว่า สภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยในมิติใดบ้างที่เอื้อต่อหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และผู้ประกอบการของนักศึกษาและบุคลากร และปัจจัยเหล่านี้ควรถูกพัฒนาและเชื่อมโยงกันอย่างไร เพื่อให้มหาวิทยาลัยสามารถบรรลุบทบาทตามการจัดกลุ่มมหาวิทยาลัยได้อย่างแท้จริง ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนามหาวิทยาลัยแม่โจ้ให้ตอบสนองต่อบทบาทการเป็นมหาวิทยาลัยกลุ่มที่ 2 อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในมิติของการพัฒนานักศึกษา บุคลากร และระบบสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงบูรณาการระหว่างบริบทเชิงนโยบาย แนวคิดเชิงวิชาการ และปัญหาเชิงประจักษ์ เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายและแนวทางการพัฒนาที่สามารถยกระดับบทบาทของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ให้เป็นศูนย์กลางนวัตกรรมเกษตรสมัยใหม่ที่สร้างทั้งมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าเชิงสังคมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการระหว่างนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กับกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
2) เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการข้ามศาสตร์ (Interdisciplinary Strategy) เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อนของนักศึกษาแต่ละกลุ่มคณะ

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1) นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กับนักศึกษากลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีระดับ ปัจจัยภายในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2) นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กับนักศึกษากลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีระดับ ปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ

ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมของบุคคลที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในสังคม โดยมีลักษณะของการริเริ่ม การคิดเชิงสร้างสรรค์ การรับความเสี่ยง และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Onuoha, 2007; Majid and Koe, 2012) แนวคิดนี้มีวิวัฒนาการจาก 4 สาขาวิชาหลัก คือ เศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์ จิตวิทยา และการจัดการ ซึ่งแต่ละศาสตร์อธิบายมุมมองต่างกัน เช่น นักเศรษฐศาสตร์มองผู้ประกอบการในฐานะผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ นักจิตวิทยามองว่าผู้ประกอบการคือผู้ที่มีแรงขับจากภายในและกล้ารับความเสี่ยง ขณะที่นักบริหารจัดการมองว่าคือผู้ที่สามารถสร้างธุรกิจใหม่ได้อย่างมีระบบและยั่งยืน อีกทั้ง Ardichvili et al. (2003, 105-123) และ Harms et al. (2009, 57-71) ชี้ว่าผู้ประกอบการคือผู้มุ่งแสวงหาและพัฒนาโอกาสทางธุรกิจ ส่วน Venkataraman (2002, 45-57) เน้นการจัดการความไม่แน่นอน การสร้างนวัตกรรม และการกระจายทรัพยากรอย่างมีประสิทธิผล ขณะเดียวกัน Longenecker et al. (2006, 167-183) และ Hatten (2006) เห็นว่าผู้ประกอบการคือผู้ที่กล้าเผชิญความเสี่ยง มีความคิดสร้างสรรค์ และมีเป้าหมายในความสำเร็จทางธุรกิจ ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้เป็นหัวใจของการสร้างนวัตกรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ

ปัจจัยภายใน ที่เป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนบุคลิกภาพและศักยภาพภายในของผู้ประกอบการ โดยรวมถึงคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) การสร้างนวัตกรรม (Innovation) การจัดการความเสี่ยง (Risk Management) ภาวะผู้นำ (Leadership) และความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ (Performance Intention) (Hatten, 2006; Bygrave and Zacharakis, 2010)

อีกทั้ง Bygrave and Zacharakis (2010) เสนอหลัก “10Ds” ของผู้ประกอบการ เช่น Dream, Decisiveness, Doers, Determination, Dedication, Devotion, Details, Destiny, Dollars และ Distribute ซึ่งสะท้อนถึงแรงบันดาลใจ ความมุ่งมั่น และความสามารถในการเปลี่ยนแนวคิดให้เกิดผลจริง เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2565) ได้ขยายแนวคิดนี้ให้ครอบคลุมถึง 10 องค์ประกอบของผู้ประกอบการ ได้แก่ การเป็นนักบุกเบิก การลงมือทำ การรวบรวมปัจจัยการผลิต การตัดสินใจ การประสานงาน การนำเสนอ

นวัตกรรม การบริหารงบประมาณ การยอมรับความเสี่ยง การสร้างองค์กร และการสร้างความยั่งยืน ทั้งนี้ยังต้องมี “จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ” ตามแนวคิดของ นารา กิตติเมธีกุล (2563, 334-349) ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ การตั้งเป้าหมาย การเห็นโอกาส การจัดการความเสี่ยง การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ นวัตกรรม ภาวะผู้นำ และความคิดเชิงบวก

ปัจจัยภายนอกในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการใหม่ (Entrepreneurial Ecosystem) โดยแนวคิดนี้พัฒนามาจากหลักระบบนิเวศธุรกิจ (Business Ecosystem) ของ Moore (1993, 75-86) ที่อธิบายว่าธุรกิจจะเติบโตได้ต้องอาศัยการเชื่อมโยงของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย และ Mason and Brown (2014) ได้สรุปองค์ประกอบของระบบนิเวศผู้ประกอบการไว้ 6 ด้าน ได้แก่ 1) นโยบายและภาครัฐ (Policy and Government) ที่เอื้อต่อการจดทะเบียน การลงทุน และการสร้างสตาร์ตอัพ 2) ทุนทางการเงิน (Financial Capital) เพื่อสนับสนุนการเริ่มต้นและขยายธุรกิจ 3) วัฒนธรรมและต้นแบบแห่งความสำเร็จ (Culture and Success Stories) ที่สร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 4) การสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนและภาคประชาสังคม (Support Professions) เช่น ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจและโครงการที่ปรึกษา 5) ทุนมนุษย์และระบบการศึกษา (Human Capital) ที่เน้นการพัฒนาทักษะและนวัตกรรม และ 6) ตลาดและเครือข่ายธุรกิจ (Markets and Networks) ที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความรู้และขยายตลาดสู่สากล

ทั้งนี้ ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น วรวุฒิ พันธาภา และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (2565, 19-34) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และคุณลักษณะของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความใฝ่ใจในการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีอิทธิพลสูงต่อการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ส่วนของ จินตนา ปรัสพันธ์ และ กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์ (2564, 181-198) ได้สร้างกระบวนการพัฒนาคุณลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น พบว่าคุณลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ แรงจูงใจภายใน ภาวะผู้นำ ความสามารถในการจัดการ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

โดยสรุป ความเป็นผู้ประกอบการจึงมิได้หมายถึงเพียงการสร้างธุรกิจใหม่เท่านั้น แต่เป็นการผสมผสานระหว่าง “คุณลักษณะภายในของบุคคล” และ “สภาพแวดล้อมภายนอกที่เอื้อต่อการเติบโต” ซึ่งเมื่อเชื่อมโยงกันอย่างสมดุลแล้ว จะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม การพัฒนาเศรษฐกิจ และการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ยั่งยืน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2565, นารา กิตติเมธีกุล, 2563; Mason and Brown, 2014)

แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Entrepreneurship)

ความเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Entrepreneurship: IDE) เป็นแนวคิดที่สะท้อนการผสานระหว่างการสร้างสรรค์ทางความคิดและการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านนวัตกรรมทั้งในรูปแบบสินค้า บริการ กระบวนการ และรูปแบบธุรกิจ โดยไม่ใช่เพียงการเริ่มต้นธุรกิจทั่วไป แต่

คือการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจด้วยองค์ความรู้ เทคโนโลยี และกลไกที่สร้างโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืน ในบริบทไทยที่ศึกษาถึงพลังของนวัตกรรมต่อการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาองค์ประกอบของผู้ประกอบการ จากบทความผลกระทบและนโยบายที่สนับสนุนวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมของประเทศไทย: การประสานระบบนิเวศนวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัยร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐและเอกชน (Thawesaengskulthai et al., 2024) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลนักลงทุนและผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรมกว่า 800 รายในประเทศไทย พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเติบโตเชิงนวัตกรรม คือ ทีมงานที่มีคุณภาพ ความเข้าใจใน Product-Market Fit และการสนับสนุนจากระบบนิเวศ (ecosystem) ระหว่างภาคการศึกษา ภาครัฐ และภาคเอกชน ซึ่งตัวงานวิจัยนี้ได้เสนอกรอบแนวคิดในการเชื่อมต่อระบบนวัตกรรมและผู้สนับสนุนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของ IDE ในประเทศไทย

ในมุมการปฏิบัติจริง ประสาน นันทะเสน (2565, 1-17) กล่าวว่า รูปแบบความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพไทย พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสามารถด้านนวัตกรรม คือ นโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐ และลักษณะผู้ประกอบการเอง ซึ่งทั้งหมดส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของสตาร์ทอัพ นั่นคือยิ่งธุรกิจสร้างและจัดการนวัตกรรมได้ดีเท่าใด ผลลัพธ์ทั้งด้านรายได้และการเติบโตก็ยิ่งชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้แบบจำลองความสามารถทางนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นยังมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อีกด้วย ขณะที่ Pimsuwan et al., (2023, 141-157) ได้เสนอว่า พฤติกรรมเชิงผู้ประกอบการ เช่น ความพร้อมในการลองผิดลองถูก ความคิดริเริ่ม และความสามารถในการจัดการความเสี่ยง มีผลเชื่อมโยงอย่างมีนัยสำคัญกับการทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถอยู่รอดในตลาด ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

ส่วนในบริบทของ ผู้ประกอบการเชิงสังคม (Social Entrepreneurs) งานวิจัยที่ศึกษา รูปแบบนวัตกรรมธุรกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรกรรุ่นใหม่ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ก็สะท้อนแนวคิดนี้อย่างชัดเจน โดยพบว่านวัตกรรมในรูปของการปรับปรุงกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และเครือข่ายการแลกเปลี่ยนความรู้ ช่วยสร้างทั้งมูลค่าเชิงเศรษฐกิจและเชิงสังคมควบคู่กัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด IDE ที่ไม่เพียงเน้นการเติบโตทางการเงินเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและระบบเศรษฐกิจโดยรวม (สุธาวัลย์ สัจจสมบูรณ์ และคณะ, 2567, 93-107)

สรุปได้ว่า แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมในบริบทไทย เป็นการบูรณาการระหว่างองค์ความรู้ นวัตกรรม และระบบสนับสนุนทั้งในระดับบุคคล (ผู้ประกอบการ), องค์กร และนโยบายของรัฐ โดยงานวิจัยที่ศึกษาในไทยชี้ว่าการสร้างนวัตกรรมไม่ใช่เรื่องของเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะการจัดการ ความร่วมมือเชิงระบบนิเวศ และการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถขยายผลจากไอเดียสู่การเติบโตที่แท้จริงได้อย่างยั่งยืนในบริบทเศรษฐกิจของประเทศไทย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

งานวิจัยนี้ ใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ไปยังกลุ่มเป้าหมาย 3 ส่วน คือ นักศึกษา คณาจารย์ และศิษย์เก่า ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อให้ได้ปัจจัยที่จะส่งผลต่อการส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการ กับคณะที่เปิดการเรียนการสอนภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ระดับปริญญาตรี ระหว่างปี 2564 ถึง 2568 ประกอบด้วยคณะต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้น 13 คณะ

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการ โดยกำหนดขนาดตัวอย่างวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และการใช้สูตรการคำนวณของกลุ่มตัวอย่างตามหลักของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 รวมจำนวนทั้งสิ้น 420 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ และ 33 กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ดังตาราง

ตารางที่ 1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ระเบียบวิธีวิจัย	กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน
การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	นักศึกษา	10
	คณาจารย์ เจ้าหน้าที่	10
	ศิษย์เก่า	10

ตารางที่ 2 ประชากรกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ระเบียบวิธีวิจัย	กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน	N
การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	**กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี**		
	คณะวิทยาศาสตร์	1,574	30
	คณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ	515	20
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม	480	20
	คณะผลิตกรรมการเกษตร	2,604	40
	คณะวิศวกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร	864	20
	คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยี	1,063	20
	วิทยาลัยพลังงานทดแทน	878	20
	กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์		
	คณะบริหารธุรกิจ	4,784	70
	คณะศิลปศาสตร์	1,260	30
	คณะสารสนเทศและการสื่อสาร	1,322	30
	คณะพัฒนาการท่องเที่ยว	1,042	30
	คณะเศรษฐศาสตร์	979	20
	วิทยาลัยบริหารศาสตร์	1,356	30
	รวมทั้งสิ้น	18,721	400

ข้อมูล ณ วันที่ 20 มกราคม 2568

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์ โดยการใช้ประเด็นหรือคำถามแนว มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกถึงสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการกับประชากรกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ จำนวน 20 ข้อ และ 2) แบบสอบถาม โดยการใช้ประเด็นคำถามเพื่อถามความคิดเห็น ด้วยแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) จำนวน 70 ข้อ จากนั้นผู้วิจัยได้นำเครื่องมือเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมนำมาวิเคราะห์ความสอดคล้องรายข้อคำถาม พบว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นมีค่าเท่ากับ 0.82 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ใช้การคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยมุ่งเน้นให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถสะท้อนมุมมองที่หลากหลายและครอบคลุมประชากรกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม และใช้แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 นักศึกษา กลุ่มที่ 2 คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ กลุ่มที่ 3 ศิษย์เก่า แล้วนำข้อมูลไปสังเคราะห์เพื่อออกแบบสอบถาม ไปยังประชากรกลุ่มเป้าหมายเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่1 ประชากรศาสตร์ ส่วนที่2 ปัจจัยภายในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการ ส่วนที่3 ปัจจัยภายนอกในด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ และส่วนที่4 ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมบุคลิกภาพและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ได้ใช้กระบวนการสังเคราะห์ข้อมูลและการเชื่อมโยงผลการวิเคราะห์แบบผสมผสาน (Mixed Methods Integration) โดยเริ่มต้นจากการนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (นักศึกษา คณาจารย์ ศิษย์เก่า) มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) อย่างเป็นระบบ โดยคณะผู้วิจัยถอดเทปการสัมภาษณ์และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นทำการอ่านข้อมูลซ้ำหลายครั้งเพื่อทำความเข้าใจภาพรวมของเนื้อหา ก่อนทำการกำหนดรหัสข้อมูล (Coding) จากถ้อยคำหรือข้อความที่มีความหมายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จัดกลุ่มรหัสข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันให้เป็นหมวดหมู่ (Categories) และสังเคราะห์เป็นประเด็นหลัก (Themes) เพื่อค้นหารูปแบบการอธิบาย (Patterns) และประเด็นร่วมที่สะท้อนถึงปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ รวมถึงมุมมองและประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่ม จากนั้น จึงทำการเชื่อมโยงข้อมูลเชิงปริมาณที่แสดงระดับความคิดเห็นเชิงสถิติ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้การคำนวณค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบบรรยาย

2) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) กับข้อมูลเชิงคุณภาพที่สะท้อนประสบการณ์และมุมมองของผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีความครอบคลุมทั้งเชิงลึกและเชิงกว้าง โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความเห็นต่อปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ
4.21-5.00	หมายถึง ระดับมากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึง ระดับมาก
2.61-3.40	หมายถึง ระดับปานกลาง
1.81-2.60	หมายถึง ระดับน้อย
1.00-1.80	หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

3) การวิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงปริมาณ (t-test) เผยให้เห็น "ความเหลื่อมล้ำของการสนับสนุนจากภายนอก" โดยนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีการรับรู้โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเครือข่ายตลาดที่สูงกว่ากลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยการสังเคราะห์เชิงคุณภาพที่ระบุว่า การจัดสรรทรัพยากรของมหาวิทยาลัยมีแนวโน้มสอดคล้องกับพันธกิจกลุ่ม 2 ที่เน้นเทคโนโลยีสูงกว่า ดังนั้น การบูรณาการข้อมูลทั้งสองรูปแบบจึงนำไปสู่ข้อสรุปเชิงรูปธรรมที่ว่า การพัฒนาผู้ประกอบการให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัย กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการข้ามศาสตร์ (Interdisciplinary Entrepreneurial Strategy) เพื่อเสริมจุดแข็งของแต่ละศาสตร์ (แรงจูงใจและความฝันของสายสังคมฯ กับทักษะการจัดการความเสี่ยงของสายวิทย์ฯ) และแก้ไขจุดอ่อนเชิงโครงสร้างด้านปัจจัยภายนอกให้เกิดความสมดุลและเท่าเทียมกัน

ผลการวิจัย (Results)

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษานักศึกษาในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มจำแนกตามศาสตร์การสอน ได้แก่ กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แหล่งรายได้ อาชีพของผู้ปกครอง ความต้องการประกอบอาชีพในอนาคตของนักศึกษา พบว่า นักศึกษามีรายได้ที่หมายถึงการได้มาจากผู้ปกครองและการหารายได้ระหว่างเรียน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 47.6 รองลงมาคือรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 39.8% แสดงถึงการพึ่งพิงรายได้จำกัด ในส่วนของแหล่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่มาจากการสนับสนุนทางการเงินจากครอบครัว ร้อยละ 66.9 รองลงมา คือ ทุนการศึกษา เช่น กยศ. หรือทุนอื่น ๆ ร้อยละ 29% และมีการหารายได้พิเศษ เพียงร้อยละ 4% ซึ่งมาจาก การทำงานพาร์ทไทม์ หรือกิจกรรมเสริมรายได้อื่น ๆ หากมองไปยังอาชีพของผู้ปกครอง พบว่า อาชีพของผู้ปกครองที่พบมากที่สุด คือ เจ้าของธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 41.2 ลูกจ้างทั่วไป ร้อยละ 26.7 พนักงานรัฐและเอกชน ร้อยละ 14% เกษตรกรรม ร้อยละ 13.6 และข้าราชการ ร้อยละ 4.5 ตามลำดับ แต่ทั้งนี้เมื่อสอบถามถึงอนาคตของนักศึกษาในความต้องการประกอบอาชีพ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะประกอบธุรกิจด้วยตนเองในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ ทำงานเป็นพนักงานรัฐและเอกชน ร้อยละ 37.4 ส่วนการสืบสานธุรกิจต่อจากครอบครัว มีเพียงร้อยละ 9.5 ซึ่งทำให้เห็นว่า นักศึกษามีความต้องการในการประกอบอาชีพตามครอบครัวน้อย ทั้งนี้เมื่อสามารถแบ่งผลการวิจัยออกตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ ระหว่างนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กับกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลการพัฒนานักศึกษาเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ

จากการศึกษาที่ได้มีการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อหาประเด็นร่วมและความแตกต่างในความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล แล้วสังเคราะห์เป็นสาระสำคัญซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยภายที่เป็นสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ จากนั้นก็นำมาเป็นประเด็นคำถามในแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) แบ่งออกเป็นปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ที่มีผลต่อสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยภายในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการ

จากการศึกษา ปัจจัยภายในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการที่นักศึกษามีอยู่ในปัจจุบัน โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน โดยรวมพบว่า นักศึกษามีภายในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.36 ซึ่งพิจารณาแยกตามประเด็นแล้ว ปัจจัยภายในที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and Innovation) (Mean =3.7457) ความสามารถในการจัดการทรัพยากร (General Management) (Mean =3.9133) มีความฝัน (Dream) (Mean=4.1371) 7) มีความอดทนทำงานเชิงรุก มีความทุ่มเทแรงกายและใจ (Devotion) (Mean =4.0762) ส่วนปัจจัยภายในที่มีระดับน้อย คือ การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) มีค่าเฉลี่ยเพียง 2.1088 ดังตาราง

ตารางที่ 3 ปัจจัยภายในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการ

ปัจจัยภายใน	Mean	S.D.	แปลผล
มุ่งแสวงหาการพัฒนาโอกาส (recognition)	2.5510	.62865	ปานกลาง
ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and Innovation)	3.7457	.71633	มาก
การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)	2.1088	.71094	น้อย
ความสามารถในการจัดการทรัพยากร (General Management)	3.9133	.70370	มาก
ภาวะผู้นำ (Leadership)	2.9670	.71637	ปานกลาง
มีความฝัน (Dream)	4.1371	.72478	มาก
มีความอดทนทำงานเชิงรุก มีความทุ่มเทแรงกายและใจ (Devotion)	4.0762	.63299	มาก
รวมปัจจัยภายใน	**3.3570**	**.59934**	**ปานกลาง**

ปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ

จากการศึกษา ปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน โดยภาพรวมพบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการอยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเพียง 2.244 โดยพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ตั้งแต่นโยบายและภาครัฐ (policy and government) (Mean =2.1418) การให้เงินสนับสนุนผู้ประกอบการ (financial capital) (Mean = 1.5318) การสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาครัฐ (support professions) (Mean =2.0614) การตลาดในการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการและลูกค้า (markets and networks) (Mean =1.7224) แต่ในโอกาสของสภาพแวดล้อมภายนอกที่สามารถเป็นปัจจัยหนุนเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมได้ คือ วัฒนธรรมและบุคคลต้นแบบที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการ (culture and success stories) อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.6114 และทุนมนุษย์ ระบบการศึกษา และโอกาสการพัฒนาทักษะของแรงงาน (human capital, educational institutions and labor) (Mean =3.6072) ดังตาราง

ตารางที่ 4 ปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ

ปัจจัยภายนอก	Mean	S.D.	แปลผล
นโยบายและภาครัฐ (policy and government)	2.1418	.71970	น้อย
การให้เงินสนับสนุนผู้ประกอบการ (financial capital)	1.5318	.79066	น้อย
วัฒนธรรมบรรทัดฐานและบุคคลต้นแบบที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการ (culture and success stories)	3.6114	.71613	มาก
การสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาครัฐ (support professions)	2.0614	.69608	น้อย
ทุนมนุษย์ระบบการศึกษาและการพัฒนาทักษะของแรงงาน (human capital, educational institutions and labor)	3.6072	.74989	มาก
การตลาดในการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการและลูกค้า (markets and networks)	1.7224	.83228	น้อย
รวมปัจจัยภายนอก	**2.2442**	**.56604**	**น้อย**

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการข้ามศาสตร์ (Interdisciplinary Strategy) เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อนของนักศึกษาแต่ละกลุ่มคณะ

นอกจากนี้ในการศึกษาวิจัยได้มองเห็นถึงผลการศึกษาที่มีความแตกต่างกันระหว่าง นักศึกษากลุ่มคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กับกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จึงได้นำข้อมูลมาศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการศาสตร์การเรียนการสอน (t-test) พบว่า กลุ่มการศาสตร์การเรียนการสอนทั้ง 2 กลุ่ม มีความเหมือนและแตกต่างกัน ดังนี้

ปัจจัยภายใน ที่มีความไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and Innovation) ความสามารถในการจัดการทรัพยากร (General Management) และ ภาวะผู้นำ (Leadership)

ปัจจัยภายใน ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ มุ่งแสวงหาการพัฒนาโอกาส (Recognition) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีมากกว่า กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีมากกว่า กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ แต่ก็อยู่ในระดับปานกลาง มีความฝัน (Dream) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีน้อยกว่า กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความอดทนทำงานเชิงรุก มีความทุ่มเทแรงกายและใจ (Devotion) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีน้อยกว่า กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ปัจจัยภายนอก ที่มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ได้แก่ นโยบายและภาครัฐ (policy and government) การสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาครัฐ (support professions) ทุนมนุษย์ระบบการศึกษาและการพัฒนาทักษะของแรงงาน (human capital, educational institutions and labor) และวัฒนธรรมบรรทัดฐานและบุคคลต้นแบบที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการ (culture and success stories)

ปัจจัยภายนอก ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ได้แก่ การให้เงินสนับสนุนผู้ประกอบการ (financial capital) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีมากกว่า กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ การตลาดในการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการและลูกค้า (markets and networks) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีมากกว่า กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ดังตาราง

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการศาสตร์การเรียนการสอน (t-test)

ปัจจัย	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี			มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์		
	Mean	S.D.	แปลผล	Mean	S.D.	แปลผล
มุ่งแสวงหาการพัฒนาโอกาส (recognition)	3.5587	.58329	มาก	2.6515	.63819	ปานกลาง
ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and Innovation)	3.8936	.67698	มาก	3.5861	.72497	มาก
การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)	2.8459	.68109	ปานกลาง	1.6020	.72235	น้อย
ความสามารถในการจัดการทรัพยากร (General Management)	4.1110	.58046	มาก	3.7000	.76184	มาก
ภาวะผู้นำ (Leadership)	2.9991	.62498	ปานกลาง	2.7248	.78028	ปานกลาง
มีความฝัน (Dream)	3.2807	.55324	ปานกลาง	3.9822	.84740	มาก
มีความอดทนทำงานเชิงรุก มีความทุ่มเทแรงกายและใจ (Devotion)	3.1835	.58719	ปานกลาง	3.9604	.66108	มาก

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการศาสตร์การเรียนการสอน (t-test) (ต่อ)

นโยบายและภาครัฐ (policy and government)	2.0303	.70312	น้อย	2.4802	.69433	น้อย
การให้เงินสนับสนุนผู้ประกอบการ (financial capital)	3.7183	.72056	มาก	1.3307	.81500	น้อย
วัฒนธรรมบรรทัดฐานและบุคคลต้นแบบที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการ (culture and success stories)	3.8679	.66136	มาก	3.7475	.76764	มาก
การสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาครัฐ (support professions)	2.2844	.61309	น้อย	2.0366	.77655	น้อย
ทุนมนุษย์ระบบการศึกษาและการพัฒนาทักษะของแรงงาน (human capital, educational institutions and labor)	3.8835	.75751	มาก	3.7248	.73456	มาก
การตลาดในการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการและลูกค้า (markets and networks)	3.8523	.83209	มาก	3.5812	.81127	มาก

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผลการวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยภายในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยกลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (กลุ่ม 2) สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ปัจจัยภายในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่า นักศึกษามีปัจจัยภายในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีปัจจัยที่มีการรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ มีความฝัน (Dream) และ มีความอดทนทำงานเชิงรุก มีความทุ่มเทแรงกายและใจ (Devotion) ซึ่งมีเพียงบางปัจจัยที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (10Ds) ของ Bygrave & Zacharakis (2010) นอกจากนี้ นักศึกษายังมีคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and Innovation) และ ความสามารถในการจัดการทรัพยากร (General Management) อยู่ในระดับ มาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของผู้ประกอบการที่ต้องมีความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรม ของ นารา กิตติเมธี

กุล (2563) และผลการศึกษาของ วรวุฒิ พันธาภา และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (2565, 19-34) ที่ได้ศึกษาถึงคุณสมบัติที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการที่ต้องมีความคิดสร้างสรรค์และรูปแบบการสร้างนวัตกรรม ส่วนในด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) อยู่ในระดับน้อย ทำให้มีความแตกต่างจากแนวคิดที่ระบุว่าผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความเสี่ยงตามนิยามของ Longenecker et al. (2006, 167-183) และ Hatten (2006) ซึ่งอาจทำให้เป็นปัจจัยสู่การยอมรับความเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งการบริหารความเสี่ยงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ และเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการทำธุรกิจ (Venkataraman, 2002; นารา กิตติเมธีกุล, 2563; ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ และ ปิยะวิทย์ ทิพรส, 2564)

ปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ โดยภาพรวมพบว่าสภาพแวดล้อมภายนอกที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการอยู่ในระดับ น้อย โดยเฉพาะปัจจัยด้าน การให้เงินสนับสนุนผู้ประกอบการ (financial capital) และ การตลาดในการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการและลูกค้า (markets and networks) ที่มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดระบบนิเวศผู้ประกอบการของ Isenberg (2011) ซึ่งเสนอไว้ว่าการประกอบธุรกิจต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือ ในทางกลับกัน ปัจจัยภายนอกที่นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับ มาก คือ วัฒนธรรมบรรทัดฐานและบุคคลต้นแบบที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการ (culture and success stories) และ ทุนมนุษย์ ระบบการศึกษาและโอกาสการพัฒนาทักษะของแรงงาน (human capital, educational institutions and labor) ซึ่งปัจจัยทั้งสองนี้เป็นปัจจัยหลักในระบบนิเวศผู้ประกอบการ

แต่ด้วยความแตกต่างของปัจจัยภายในและภายนอกของศาสตร์การเรียนการสอน 2 กลุ่ม ชี้ให้เห็นว่านักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีความพร้อมและรับรู้ในด้าน การแสวงหาโอกาส และ การบริหารความเสี่ยง ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่สำคัญในการนำเทคโนโลยีไปสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ได้ดีกว่า ในทางกลับกันกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มีความโดดเด่นในด้านแรงขับเคลื่อนจากภายในคือ มีความฝัน ที่อยู่ในระดับมาก สิ่งนี้บ่งชี้ว่า นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีความรู้สึกว่าตนเองมีโอกาสเข้าถึง แหล่งเงินทุน และ เครือข่ายตลาด ที่เอื้อต่อการทำธุรกิจในระดับที่สูงกว่า ซึ่งอาจเป็นผลมาจากพันธกิจของมหาวิทยาลัยกลุ่ม 2 ที่เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการร่วมมือเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมกับภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นกลไกที่ส่งผลต่อการรับรู้สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการในกลุ่มนี้

สรุป (Conclusion)

งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่เชิงประจักษ์ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ศาสตร์การเรียนการสอน กับ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการมิได้ส่งผลต่อผู้เรียนทุกกลุ่มในลักษณะเดียวกัน หากแต่มีความแตกต่างเชิงโครงสร้างระหว่างนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ซึ่งองค์ความรู้นี้ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัยโดยตรง กล่าวคือ ผลการเปรียบเทียบทำให้

เข้าใจว่า กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีจุดแข็งด้านทักษะเชิงวิเคราะห์ การจัดการทรัพยากร และการบริหารความเสี่ยง ขณะที่กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มีจุดเด่นด้านแรงขับเคลื่อนภายใน ความฝัน และความมุ่งมั่นทุ่มเท แต่ยังขาดทักษะเชิงกลยุทธ์บางประการและโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรสนับสนุนจากภายนอก นอกจากนี้ งานวิจัยยังสร้างองค์ความรู้ใหม่ในเชิงระบบ โดยสะท้อนให้เห็นว่า “ความเหลื่อมล้ำของสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ” มิได้เกิดจากศักยภาพของนักศึกษาเพียงอย่างเดียว แต่มีรากฐานมาจากการจัดสรรทรัพยากร กลไกสนับสนุน และทิศทางเชิงนโยบายของมหาวิทยาลัยที่สอดคล้องกับพันธกิจด้านเทคโนโลยีมากกว่าสังคมศาสตร์ องค์ความรู้นี้ช่วยอธิบายเชิงลึกถึงข้อจำกัดของการใช้แนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการแบบ “หนึ่งกลยุทธ์ใช้ได้กับทุกศาสตร์” และนำไปสู่ข้อค้นพบสำคัญว่า การพัฒนาผู้ประกอบการในบริบทมหาวิทยาลัยจำเป็นต้องออกแบบกลยุทธ์ที่คำนึงถึงความแตกต่างเชิงศาสตร์อย่างเป็นระบบ

ในส่วนของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 งานวิจัยได้นำองค์ความรู้จากผลการเปรียบเทียบดังกล่าวมาสังเคราะห์เป็นแนวคิด “กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการข้ามศาสตร์” ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่เชิงบูรณาการที่เสนอให้เชื่อมโยงจุดแข็งของแต่ละศาสตร์เข้าด้วยกัน กล่าวคือ การผสานแรงจูงใจ ความคิดสร้างสรรค์ และจิตวิญญาณผู้ประกอบการจากสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เข้ากับทักษะด้านเทคโนโลยี การจัดการ และการบริหารความเสี่ยงของสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ควบคู่กับการพัฒนากลไกเชิงโครงสร้าง เช่น ระบบเงินทุนและเครือข่ายภายนอก เพื่อแก้ไขจุดอ่อนของปัจจัยภายนอกอย่างเป็นรูปธรรม โดยสรุป งานวิจัยนี้มิได้เพียงอธิบายระดับของปัจจัยที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ได้ยกระดับความเข้าใจไปสู่การมอง “ผู้ประกอบการข้ามศาสตร์” ในฐานะผลลัพธ์ของการออกแบบระบบการเรียนรู้และระบบสนับสนุนอย่างสมดุล องค์ความรู้ที่ได้จึงมีคุณค่าเชิงทฤษฎีในการเติมเต็มช่องว่างของการศึกษาด้านผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษา และมีคุณค่าเชิงนโยบายในการเป็นกรอบแนวทางให้มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนากลยุทธ์การสร้างผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับบริบท ความหลากหลายของศาสตร์ และเป้าหมายการพัฒนานวัตกรรมอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

กองแผนงาน มหาวิทยาลัยแม่โจ้. (2561). *แผนแม่บทการเปลี่ยนผ่านมหาวิทยาลัยแม่โจ้ครบ 100 ปี จาก 2477 สู่ 2577* [PDF]. https://planning2.mju.ac.th/goverment/20111119104835_planning/Doc_25610314144632_144668.pdf

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2565). 10 องค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurship. https://agro-industry.rmutsv.ac.th/agro/project_agro/ch_4/rf_527.html

จินตนา ปรัสพันธ์ และ กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. (2564). การพัฒนาคุณลักษณะและพฤติกรรม ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น. *วารสารมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6*(1), 181-198. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/244820.

นารา กิตติเมธีกุล. (2563). แนวคิดการพัฒนาจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารสมาคมนักวิจัย, 25*(3), 334-349. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/247621

ประสาน นันทะเสน. (2565). การพัฒนารูปแบบความสามารถทางนวัตกรรม ของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา, 11*(2), 1-17. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/BJBM/article/view/256611

วรวุฒิ พันธาภา และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์), 8*(1), 19-34. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB_Journal/article/view/249862

ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ และ ปิยะวิทย์ ทิพรส. (2564). การเป็นผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล . *วารสารสุทธิปริทัศน์, 35*(3), 98–113. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/254770

สุธาวัลย์ สัจจสมบูรณ์, ภูษณิศา เตชเถกิง, ปรีดา ศรีนฤวรรณ และจักรพงษ์ สุขพันธ์. (2567). รูปแบบนวัตกรรมธุรกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรกรรุ่นใหม่ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารธรรมศาสตร์, 43*(2). 93-107. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tujo/article/view/275227

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of Business Venturing, 18*(1), 105-123. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4.

Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2010). *Entrepreneurship* (2nd ed.). John Wiley & Sons.

Harms, R., Schulz, A., Kraus, S., & Fink, M. (2009). The conceptualisation of 'opportunity' in strategic management research. *International Journal of Entrepreneurial Venturing (IJEV), 1*(1), 57-71. https://doi.org/10.1504/IJEV.2009.023820

Hatten, T.S. (2006). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond* (3rd Ed). Boston: Houghton Mifflin.

Isenberg, D. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Institute of International and European Affairs, Dublin, Ireland, 12 May 2011, 1-13.

Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty, J. W., Palich, L. E., & McKinney, J. A. (2006). Ethical attitudes in small businesses and large corporations: Theory and empirical findings from a tracking study spanning three decades. *Journal of Small Business Management, 44*(2), 167-183. http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00162.x

Majid, I.A. & Koe, W.L. (2012) "Sustainable Entrepreneurship (SE): A Revised Model Based on Triple Bottom Line (TBL)." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2*(6): 293-310. https://www.researchgate.net/publication/268188411_Sustainable_Entrepreneurship_SE_A_Revised_Model_Based_on_Triple_Bottom_Line_TBL

Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. *The Hague: OECD, LEED Programme; the Dutch Ministry of Economic Affairs.*

Moore, J. F. (1993). Predators and prey: A new ecology of competition. *Harvard Business Review, 71*(3), 75-86. https://www.researchgate.net/publication/13172133_Predators_and_Prey_A_New_Ecology_of_Competition

Onuoha G.(2007). Entrepreneurship. *AIST International Journal 10*, 20-32.

Pimsuwan, H., Phosaard, S., & Sungsanit, M. (2023). Effects of entrepreneurial behaviors and product innovation performance towards start-up business survival in Thailand. *Asian Administration & Management Review, 6*(2), 141-157. https://doi.org/10.14456/aamr.2023.26

Thawesaengskulthai, N., Chatmarathong, J., & Koiwanit, J. (2024). Innovation-driven entrepreneurship in Thailand: Policy implications and ecosystem development. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 13*(1), Article 71. https://doi.org/10.1186/s13731-024-00371-x.

Venkataraman, S. (2002). Stakeholder Value Equilibration and the Entrepreneurial Process.*The Ruffin Series of the Society for Business Ethics, 3*, 45-57. https://doi.org/10.5840/ruffinx2002313

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

ผลของกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อเสริมสร้างทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ

Effects of Gamification-Based Learning Activities on Enhancing Teamwork Skills among Undergraduate Business Management Students

กรวินท์ เขมะพันธุ์มนัส*

Korawin Kemapanmanas*

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

เลขที่ 31 หมู่ 6 ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 ประเทศไทย

Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University Suratthani Campus

31 Moo 6, Makham Tia Subdistrict, Mueang District, Surat Thani Province 84000, Thailand

***รับบทความ**: 9 พฤศจิกายน 2568 **ปรับปรุงบทความ**: 7 มีนาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น แบบกลุ่มเดียว โดยวัดผลก่อนและหลังการทดลอง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ชั้นปีที่ 3 ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2567 ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง จากผู้ที่สมัครใจเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและส่งแบบประเมินครบทุกครั้ง จำนวน 89 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ กิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันผ่านแพลตฟอร์มคาฮูท (Kahoot!) 5 ขั้นตอน คือ การกำหนดภารกิจ การเสริมแรงจูงใจ การปฏิบัติการ การให้รางวัล และการให้ผลตอบกลับ และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินทักษะการทำงานเป็นทีม 2 รูปแบบ คือ แบบประเมินตนเอง และแบบประเมินเพื่อนร่วมทีม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบทีแบบไม่เป็นอิสระจากกัน ผลการวิจัยพบว่า ทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาหลังการเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งจากการประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีม โดยทักษะทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การสื่อสารภายในกลุ่ม หลักการทำงานร่วมกัน การ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: korawin.s@gmail.com

ทำงานที่มีประสิทธิภาพ ภาวะผู้นำ และการยอมรับศักยภาพสมาชิก มีค่าเฉลี่ยหลังการเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

คำสำคัญ

เกมมิฟิเคชัน ทักษะการทำงานเป็นทีม การเรียนรู้เชิงรุก นักศึกษาระดับปริญญาตรี

***Received**: November 9, 2025* ***Revised**: March 7, 2026* ***Accepted**: April 22, 2026*

Abstract

This study aimed to compare the teamwork skills of Business Management students before and after participating in gamification-based learning activities. A pre-experimental research design with a one-group pretest-posttest approach was employed. The sample consisted of 89 third-year Business Management students enrolled in the first semester of the 2024 academic year, selected through purposive sampling based on voluntary and continuous participation in the learning activities and complete submission of all assessments. The research instruments comprised gamification-based learning activities conducted via the Kahoot! platform, which consisted of five stages: mission assignment, motivation reinforcement, task execution, reward provision, and feedback delivery. Data were collected using two forms of teamwork skills assessment: self-assessment and a peer assessment. Data analysis was performed using means, standard deviations, and a paired samples t-test. The results revealed that students' teamwork skills after participating in the gamification-based learning activities were significantly higher than those before participation at the .05 level of significance, as measured by both self-assessment and peer assessment. All five dimensions of teamwork skills including intra-group communication, collaborative work principles, work efficiency, leadership, and recognition of team members' potential showed statistically significant improvement at the .05 level across all dimensions.

Keywords

Gamification, Teamwork Skills, Active Learning, Undergraduate Students

บทนำ (Introduction)

ทักษะที่จำเป็นต่อเยาวชนในยุคปัจจุบันเพื่อเตรียมความพร้อมที่จะทำงานในอนาคต นอกเหนือจากการมีทักษะทางวิชาชีพ (Hard Skills) แล้ว ยังต้องมีทักษะทางอารมณ์และสังคม (Soft Skills: 4Cs) โดยเฉพาะ

ทักษะ 4Cs ซึ่งประกอบด้วย Creativity, Critical Thinking, Communication, และ Collaboration (Thornhill-Miller et al., 2023, 1-32) ซึ่งเป็นทักษะสำคัญสำหรับผู้เรียนในระดับปริญญาตรี ที่มีเป้าหมายการประกอบอาชีพหลังจากสำเร็จการศึกษา และเมื่อพิจารณาถึงลำดับความสำคัญของทักษะที่จำเป็นในการประกอบอาชีพจากมุมมองของผู้ประกอบการ พบว่า "ทักษะการประสานงาน" ซึ่งหมายถึงความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีคุณธรรม ได้รับการจัดอันดับให้เป็นทักษะที่มีความสำคัญสูงสุดในโลกยุคใหม่ (วัชรสินธุ์ เพ็งบุบผา, 2564, 137-149) สอดคล้องกับผลการสำรวจของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ที่พบว่า ทักษะด้าน Soft Skill เกี่ยวกับการประสานงานเป็นทักษะที่มีความต้องการสูงสุดในประกาศรับสมัครงานออนไลน์ของกลุ่มคุณวุฒิระดับปริญญาตรี (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2567) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ซึ่งเป็นสายงานที่ต้องอาศัยทักษะการประสานงานร่วมกับผู้อื่นเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนงานและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (Baviera et al., 2022)

แม้ทักษะการทำงานเป็นทีมจะมีความสำคัญตามข้อมูลข้างต้น แต่จากการสำรวจความคิดเห็นของนายจ้างในสถานประกอบการ พบว่า นายจ้างร้อยละ 51 มีความเห็นว่า บัณฑิตจบใหม่ยังมีข้อจำกัดในด้านทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะการปรับตัวเข้ากับสังคมในองค์กร ซึ่งเป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม (ฐานเศรษฐกิจ, 2568) สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างของทักษะ ที่บัณฑิตมีกับทักษะที่ตลาดแรงงานต้องการ ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันเข้าทำงานของบัณฑิตที่จะสำเร็จการศึกษา และประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมยังส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจ และเพิ่มรายจ่ายที่จะต้องพัฒนาทรัพยากรบุคคลในองค์กรให้มีทักษะการทำงานเป็นทีมที่ดีขึ้น ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่จัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี จึงต้องลดช่องว่างของทักษะนี้ โดยการพัฒนาและจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้บัณฑิตได้พัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา มีโอกาสประสบความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพต่อไป

รายวิชาวิจัยธุรกิจ เป็นรายวิชาที่นักศึกษาสาขาวิชาทางด้านบริหารธุรกิจหรือสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ จำเป็นต้องใช้ทักษะการทำงานเป็นทีมที่สูงมาก เนื่องจากกระบวนการในการวิจัยทางธุรกิจต้องอาศัยความร่วมมือในขั้นตอนการทำวิจัย และใช้ระยะเวลาในการทำงานร่วมกันระหว่างสมาชิกในทีมเป็นเวลานาน และจากการสังเกตการสอนพบว่า นักศึกษามักประสบปัญหาการสื่อสารภายในทีม การกระจายภาระงานที่ไม่เท่าเทียมกัน การขาดความรับผิดชอบร่วมกัน และการไม่สามารถแก้ไขปัญหาความขัดแย้งภายในกลุ่มได้อย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับผลการสะท้อนคิดของนักศึกษาผ่านคำถามของผู้สอน ที่ให้นักศึกษาฝากสิ่งสำคัญในการทำโครงงานวิจัยธุรกิจให้สำเร็จถึงรุ่นน้อง ที่นักศึกษากล่าวถึงมากที่สุด คือ การทำงานเป็นทีม โดยแนะนำให้รุ่นน้องพิจารณาการเลือกสมาชิกในทีมที่ดี และวางแผนการทำงานร่วมกันให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาทักษะการทำงานเป็นทีมที่นักศึกษาได้มีประสบการณ์มา รวมทั้งจากการประเมินความรู้สึกก่อนเรียนของผู้เรียนรายวิชาวิจัยธุรกิจ โดยให้เขียนความรู้สึกสั้น ๆ ผ่านกระดานแสดงความคิดเห็นออนไลน์ Mentimeter โดยมีคำถามว่า นักศึกษารู้สึกอย่างไรเมื่อต้องเรียนวิชาวิจัยธุรกิจ คำตอบที่มากที่สุด คือ รู้สึกเครียด และกังวล ดังนั้นการพัฒนาวิธีการสอนที่สามารถส่งเสริมทักษะทำงานเป็นทีมและลดความเครียดใน

การเรียน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในรายวิชาวิจัยธุรกิจ เพื่อที่จะช่วยลดความวิตกกังวลระหว่างการเรียนของนักศึกษา และเพิ่มแรงจูงใจในการเรียนของศึกษาให้เพิ่มสูงขึ้น

จากการศึกษางานวิชาการที่ผ่านมาพบว่า การจัดการเรียนรู้แบบเกมมิฟิเคชัน (Gamification) เป็นการประยุกต์แนวคิดและกลไกของเกมมาใช้ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้บนพื้นฐานของการแข่งขันและความสนุก สามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมและเกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้ ช่วยสร้างบรรยากาศที่มีชีวิตชีวาและลดความตึงเครียดในห้องเรียน (ธนันท์รัฐ สินธุประสิทธิ์, 2564, 29-40) และจากการศึกษาโดย Manzano-León et al. (2021, 1-14) ที่ทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบระหว่างปี 2016-2020 พบว่าเกมมิฟิเคชันมีอิทธิพลต่อผลการเรียน (Performance) ความมุ่งมั่น (Commitment) และแรงจูงใจ (Motivation) ของผู้เรียน และสามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมทักษะการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Nyahuye & Steyn, 2022, 111–128) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่ผู้เรียนมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและมีอุปกรณ์เคลื่อนที่เป็นของตนเอง การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้จึงเป็นเรื่องที่ทำได้โดยสะดวก รวมทั้งจากการศึกษาของ Zhang & Yu (2021, 4507-4535) ที่ได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับอิทธิพลของการใช้ระบบตอบคำถามแบบเกม (Game-Based Student Response System (GSRS)) โดยใช้แพลตฟอร์ม Kahoot! ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน ต่อผลการเรียนรู้ของผู้เรียน พบว่า เมื่อใช้อย่างเหมาะสมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการเรียนรู้ สามารถส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้เรียนได้ และเกิดทักษะการทำงานเป็นทีมของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา (Murillo-Zamorano et al., 2021, 1-27) และในบริบทของประเทศไทย จากผลการวิจัยของ อุดมวดี วรรณกูล (2564) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อส่งเสริมทักษะการทำงานเป็นทีมในระดับมัธยมศึกษา พบว่า ทักษะการทำงานเป็นทีมของผู้เรียนในระยะก่อน ระหว่าง และ หลังการทดลอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้เกมมิฟิเคชันในการพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมในหลายบริบท แต่ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยเฉพาะสาขาวิชาการจัดการธุรกิจที่ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานทีมอยู่ในจำนวนจำกัด การพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมจึงไม่มีแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรายวิชาวิจัยธุรกิจที่นักศึกษามักมีความวิตกกังวลสูงและประสบปัญหาการทำงานเป็นทีม จึงจำเป็นต้องศึกษาเพื่อให้เข้าใจว่า เกมมิฟิเคชันสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำเทคนิคเกมมิฟิเคชันร่วมกับการใช้แพลตฟอร์ม Kahoot! เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เสริมสร้างทักษะการทำงานเป็นทีมของผู้เรียนในระดับปริญญาตรี และลดความเครียดในระหว่างเรียน โดยศึกษาในรายวิชาวิจัยธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี โดยมีคำถามการวิจัยหลัก คือ "การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันสามารถพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาได้หรือไม่" ซึ่งผลการวิจัยนี้นอกจากจะมีประโยชน์ทางการศึกษาในการพัฒนาคุณลักษณะของผู้เรียนและสร้างความสนุกสนานในการ

เรียนแล้ว ยังมีประโยชน์ต่อเนื่องไปยังภาคธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบัณฑิต อีกทั้งยังช่วยให้สถาบันการศึกษาและผู้พัฒนาหลักสูตรเข้าใจถึงประสิทธิภาพของเกมมิฟิเคชันในการจัดการเรียนการสอน ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาวิธีการสอนให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องต่อไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน โดยการประเมินตนเอง
2. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน โดยการประเมินเพื่อนร่วมทีม

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1. ทักษะการทำงานเป็นทีม

ทักษะการทำงานเป็นทีม (Teamwork Skills) เป็นทักษะสำคัญของศตวรรษที่ 21 ที่ปรากฏในกรอบแนวคิด “4Cs” ซึ่งประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) การคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) การสื่อสาร (Communication) และการทำงานร่วมกัน (Collaboration) ที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ครั้งแรกใน กรอบการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 (Framework for 21st Century Learning) โดย Partnership for 21st Century Skills (P21) ซึ่งปัจจุบันคือ Battelle for Kids (Battelle for Kids, 2019)

ในบริบทของประเทศไทย พิมพันธ์ เดชะคุปต์ และ พเยาว์ ยินดีสุข (2562, 6) และ สิริยุพิน ศุภ์ธนัชภัคชนา (2565, 21-22) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทักษะ ในศตวรรษที่ 21 ของเยาวชนไทย เรียกว่า E(3R+8C) โดยทักษะการทำงานเป็นทีม เป็นทักษะในกลุ่ม 8C ในหัวข้อ Collaboration Teamwork and Leadership Skills หมายถึง ทักษะการทำงานอย่างร่วมพลัง การทำงานเป็นทีม และภาวะผู้นำ

ในบริบทการศึกษา ทักษะการทำงานเป็นทีม หมายถึง ความสามารถในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อุดมวดี วรรณกูล และคณะ, 2564, 130-138) ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารภายในทีมที่มีประสิทธิภาพ หลักการทำงานร่วมกันภายในทีม การทำงานในทีมที่มีประสิทธิภาพ ภาวะผู้นำ การยอมรับศักยภาพของสมาชิกในทีม นอกจากนี้ De Prada et al. (2022, 1-13) ได้เสนอองค์ประกอบของทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบด้วย ความสามารถในการปรับตัว การประสานงาน การตัดสินใจ ความเป็นผู้นำ การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ การสื่อสาร

ในส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเป็นทีม จากการศึกษาของ หนึ่งฤทัย มะลาไวย์ และคณะ (2565, 425-438) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลนั้น แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มจิตลักษณะ ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ และ แรงจูงใจภายใน 2) กลุ่มจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ เจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการรับรู้ความสามารถของตนเองในการทำงานเป็นทีม และ 3) กลุ่มลักษณะสาเหตุด้านสถานการณ์ หมายถึง สิ่งที่อยู่รอบตัวบุคคลทั้งสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต เช่น การสนับสนุนของครู บรรยากาศภายในห้องเรียน

โดยวิธีประเมินทักษะการทำงานเป็นทีม ที่นิยมใช้ประเมินผู้เรียนในระดับปริญญาตรี ได้แก่ 1) การ

ประเมินตนเอง 2) การประเมินโดยผู้สอน และ 3) การประเมินโดยเพื่อนร่วมทีม (ปริพัส ศรีสมบูรณ์, 2559) โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การประเมินตนเอง (Self-Assessment) และการประเมินโดยเพื่อนร่วมทีม (Peer Assessment) เป็นเครื่องมือในการประเมินทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษา เนื่องจากทั้งสองวิธีผู้ตอบแบบประเมินสามารถมองเห็นพฤติกรรมได้อย่างชัดเจนในมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนเกี่ยวกับการประเมินทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษา

2. การจัดการเรียนรู้ด้วยเกมมิฟิเคชัน

เกมมิฟิเคชัน (Gamification) หมายถึง การนำรูปแบบ กลไก และแนวคิดของเกมมาใช้ในบริบทที่ไม่ใช่การเล่นเกมโดยตรง เช่น การเรียนการสอนหรือการพัฒนาทักษะ เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจ ความสนใจ และการมีส่วนร่วมของผู้เรียนผ่านระบบรางวัล การสะสมแต้ม และการให้ข้อเสนอแนะ (เบญจภัค จงหมื่นไวย์ และคณะ, 2561. 34-43; สุดารัตน์ ตันติวิวัทน์ และ กฤตติพัฒน์ ชื่นพิทยาวุฒิ, 2567, 109-126) โดยทั่วไปประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก คือ ขั้นนำ เป็นการชี้แจงวัตถุประสงค์และกติกา ขั้นกิจกรรม เป็นการเล่นเกมตามกติกาที่ออกแบบไว้ และ ขั้นสรุปผล เป็นการให้รางวัลและสะท้อนการเรียนรู้ร่วมกัน (อุดมวดี วรรณกูล และคณะ, 2564, 130-138) โดยกระบวนการจัดการเรียนรู้แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย 2) การกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ 3) การออกแบบโครงสร้างประสบการณ์ 4) การกำหนดทรัพยากร และ 5) การออกแบบองค์ประกอบเกมมิฟิเคชัน เช่น ระบบสะสมแต้ม การจัดอันดับ หรือการร่วมมือในกิจกรรม (ชนัตถ์ พูนเดช และ ธนิตา เลิศพรกุลรัตน์, 2559, 331-339) โดย Hellín et al. (2023, 1-20) ได้เสนอองค์ประกอบที่สำคัญของเกมมิฟิเคชันที่ใช้ในการเรียนการสอนได้แก่ คะแนน (Points) ความสำเร็จ/ป้ายรางวัล (Achievements/Badges) กระดานจัดอันดับ (Leaderboards) ร้านค้า (Store) และการทดสอบ (Tests) และผลตอบกลับ (Feedback) ซึ่งสำหรับผู้เรียนในระดับปริญญาตรี จิระ จิตสุภา และมุทิตา ทาคำแสน (2564, 30-42) ได้เสนอแนวทางปฏิบัติ เช่น การเขียนแผนการสอนที่แทรกกลไกเกม (Points, Coins, Leaderboard) การบันทึกแต้มในระบบออนไลน์ เช่น Google Sheet หรือ Google Classroom และการจัดเตรียมรางวัลย่อยตามระดับความสำเร็จ ทั้งนี้ผู้สอนควรกำหนดวัตถุประสงค์ เกณฑ์การให้คะแนน และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างแรงจูงใจและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เรียน

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การนำกลไกเกมมิฟิเคชันมาใช้ทางด้านการศึกษา ได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีงานวิจัยที่แสดงผลของกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเกมมิฟิเคชันที่ส่งผลต่อทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ งานวิจัยของ สถาพร จะนุ และคณะ (2565, 99-108) ที่ได้พัฒนารูปแบบการเรียนออนไลน์แบบสร้างความสัมพันธ์ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และทักษะการทำงานเป็นทีมในการเขียนโปรแกรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่า ประกอบด้วย 1) กติกา 2) การแข่งขัน 3) เวลา 4) ระดับ 5) ความร่วมมือ 6) รางวัลเหรียญตรา 7) ผลสะท้อนกลับ ส่งผลให้ผู้เรียนมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และทักษะการทำงานเป็นทีมหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และการศึกษาของ ปริพัส ศรีสมบูรณ์ (2559) ในการพัฒนารูปแบบเกมมิฟิเคชันแบบทีมเสมือนจริงบนเทคโนโลยีคลาวด์เพื่อส่งเสริม

ทักษะด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีมสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดภารกิจ 2) การเสริมแรงจูงใจ 3) การปฏิบัติการ 4) การให้รางวัล และ 5) การให้ผลตอบกลับ และ การให้หอเกียรติยศ ที่ประกอบด้วยการนำเสนอความสำเร็จของผู้เล่น และ การนำเสนอความสำเร็จของทีม ส่งผลให้ทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาอยู่ในระดับดีทั้งจากการประเมินตนเองและประเมินโดยเพื่อนร่วมทีม และมีความสนุกในการเรียนอยู่ในระดับมาก และในส่วนของแพลตฟอร์มที่เหมาะสม การศึกษาของ Andrés et al. (2023, 66-78) พบว่า การใช้แพลตฟอร์ม Kahoot! และการนำเสนอวิดีโอของนักศึกษา ส่งผลให้คะแนนทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสูงกว่าเมื่อเทียบกับวิธีการแบบดั้งเดิม

สำหรับการจัดกิจกรรมออฟไลน์ กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเกมมิฟิเคชันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทักษะการทำงานเป็นทีมของผู้เรียนเช่นเดียวกัน ตามที่ อุดมวดี วรรณกูล และคณะ (2564, 130-138) ได้ศึกษาพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน เพื่อส่งเสริมทักษะการทำงานเป็นทีมในรายวิชาการศึกษาค้นคว้าและสร้างองค์ความรู้ พบว่า การกำหนดเป้าหมาย การให้คะแนน กฎเกณฑ์ ระดับ การจัดการแข่งขัน ระยะเวลา การให้รางวัล และกระดานแสดงสลับ ด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม 5 ขั้น คือ การเปิดประเด็นปัญหา ศึกษาเรียนรู้ เกมเสริมความรู้ พิชิตภารกิจ และสรุปบทเรียน ส่งผลให้ทักษะการทำงานเป็นทีมในระยะก่อน ระหว่าง และหลังการทดลอง แตกต่างกัน รวมทั้ง Nyahuye & Steyn (2022) ที่ได้ศึกษาเรื่อง Gamification to Increase Undergraduate Students' Teamwork Skills พบว่าการจัดการเรียนรู้ด้วยกลไกเกมมิฟิเคชัน ทำให้ผู้เรียนระดับปริญญาตรีรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีมและช่วยส่งเสริมทักษะการทำงานเป็นทีมของผู้เรียน และช่วยให้ทีมประสบความสำเร็จมากขึ้น และการนำกลไกเกมมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนความรู้เกี่ยวกับการวิจัย เช่น Stevens (2022, 111-128) ได้ศึกษาเรื่อง Gamification and experiential learning in the pedagogy of Research Methods: Introducing the Research Methods Roadmap Game พบว่าองค์ประกอบของเกมมิฟิเคชัน ทำให้นักศึกษาเกิดความพึงพอใจต่อการเรียนวิชาวิจัย

จากวรรณกรรมข้างต้นสรุปได้ว่า การนำแนวคิดเกมมิฟิเคชันมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้ จะช่วยพัฒนาพฤติกรรม และส่งเสริมการทำงานร่วมกันของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันผ่านแพลตฟอร์ม Kahoot! ที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดภารกิจของกิจกรรม การเสริมแรงจูงใจ การปฏิบัติการ การให้รางวัล และ การให้ผลตอบกลับและการให้หอเกียรติยศ มาศึกษาเป็นตัวแปรอิสระ และทักษะการทำงานเป็นทีม เป็นตัวแปรตาม โดยประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ การสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ หลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม การทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ ภาวะผู้นำ และการยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม โดยใช้การประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนจากทั้งสองมุมมอง

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น (Pre-experimental Research) แบบกลุ่มเดียววัดผลก่อนทดลองและหลังทดลอง (One group pretest-posttest design) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ชั้นปีที่ 3 ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 101 คน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ต้องเตรียมความพร้อมในการฝึกงานในสถานประกอบการในชั้นปีที่ 4 และต้องนำทักษะการทำงานเป็นทีมไปใช้ในการฝึกงานต่อไป

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาที่สมัครใจทำกิจกรรมในชั้นเรียนและส่งแบบประเมินครบทุกครั้ง จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 88.12 ของประชากรนักศึกษาทั้งหมด ซึ่งไม่น้อยกว่าการกำหนดขนาดตัวอย่างโดย Krejcie & Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงถือเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอและเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้ โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) จากนักศึกษาที่สมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม โดยนักศึกษาที่ไม่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน เกิดจากการลาหรือขาดเรียนในบางสัปดาห์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ชี้แจงให้นักศึกษาทราบว่ากิจกรรม Kahoot! Quiz Game เป็นกิจกรรมเสริมการเรียนรู้ โดยไม่นำคะแนนกิจกรรมมาเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการเรียน และการไม่เข้าร่วมกิจกรรมไม่ส่งผลกระทบต่อผลการเรียนในรายวิชานี้แต่อย่างใด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) กิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันผ่านแพลตฟอร์ม Kahoot! ในระบบ Team Mode โดยการแบ่งกลุ่มตอบคำถามตามเนื้อหาของแต่ละคาบเรียน และออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ โดยประยุกต์จาก ปริพัส ศรีสมบูรณ์, (2559) และ Hellín et al., (2023, 1-20) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดภารกิจของกิจกรรม 2) การเสริมแรงจูงใจ 3) การปฏิบัติการ 4) การให้รางวัล และ 5) การให้ผลตอบกลับ และ การให้หอเกียรติยศ ดังแสดงในตารางที่ 1 ซึ่งการเรียนการสอนในแต่ละครั้งจะดำเนินการตามแผนการสอน โดยไม่ได้ผ่านการประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจากเป็นการบูรณาการกับการเรียนการสอนแบบปกติ ได้แก่ การบรรยาย การสาธิต การฝึกปฏิบัติ โดยใช้คำถามตามเนื้อหาของแต่ละคาบเรียนซึ่งผู้สอนเป็นผู้ออกแบบและดำเนินกิจกรรมเอง

ตารางที่ 1 องค์ประกอบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยแนวคิดเกมมิฟิเคชันในรายวิชาวิจัยธุรกิจ

ขั้นตอนเกมมิฟิเคชัน	กิจกรรม	องค์ประกอบของเกมมิฟิเคชัน
1. การกำหนดภารกิจของกิจกรรม	ชี้แจงวัตถุประสงค์และกติกากิจกรรม ให้นักศึกษาสมัครเข้าระบบ Team Mode ในแพลตฟอร์ม Kahoot	เป้าหมาย (Goals), กฎเกณฑ์ (Rules)
2. การเสริมแรงจูงใจ	แจ้งรางวัลและระบบสะสมคะแนนของตนเองและของกลุ่ม	รางวัล (Rewards), การแข่งขัน (Competition)
3) การปฏิบัติการ	ทำกิจกรรม Kahoot! Quiz (Team Mode) จำนวน 9 ครั้ง แต่ละครั้ง มี 5 คำถาม โดยใช้เวลา 10 นาทีในท้ายคาบเรียนแต่ละครั้ง	คะแนน (Points), เวลา (Time Pressure), ความร่วมมือ (Collaboration)
4) การให้รางวัล (รายสัปดาห์)	หลังจบเกมประกาศทีมที่ชนะ มอบรางวัลเล็กน้อยแก่ Team MVP หรือทีมที่ได้คะแนนสูงสุด และมอบรางวัลให้	รางวัล (Rewards), การยอมรับ (Recognition)

ตารางที่ 1 องค์ประกอบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยแนวคิดเกมมิฟิเคชันในรายวิชาวิจัยธุรกิจ (ต่อ)

	ทุกคนในทีม และมอบรางวัลให้ผู้ที่ทำคะแนนสุงสุด 3 อันดับแรก	
5) การให้ผลตอบกลับ และ การให้หอเกียรติยศ	อธิบายแนวคิดของการตอบคำถามที่ถูกต้องหลังจบแต่ละคำถามและแสดงคะแนนและอันดับแบบเรียลไทม์ และประกาศอันดับในภาพรวมหลังการทำกิจกรรมสิ้นสุดในสัปดาห์สุดท้าย เพื่อรับรางวัลรวม	ผลตอบกลับ (Feedback), กระดานจัดอันดับ (Leaderboard)

2) แบบประเมินทักษะการทำงานเป็นทีมพัฒนาจากการทบทวนงานวิจัยของนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศ (อุดมวดี วรรณกูล, 2564; สถาพร จะนุ และคณะ, 2565, 99-108; หนึ่งฤทัย มะลาไวย์ และคณะ , 2565, 425-438; กิ่งแก้ว อภิรักษสกุล และ ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์, 2567, 140-152; จีรัษติธร มุกดาเพชร, 2567, 13-22; ชลธิชา ชลสวัสดิ์ และคณะ, 2567, 22-31; Britton et al., 2017, 378-397; De Prada et al., 2022, 1-13; Hebles et al., 2022, 510-528) ประกอบด้วย 2 ชุด คือ แบบประเมินตนเอง จำนวน 35 ข้อ และแบบประเมินเพื่อนร่วมทีม จำนวน 35 ข้อ มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด แบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ตามองค์ประกอบของการทำงานเป็นทีม ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ การสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ หลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม การทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ ภาวะผู้นำ และการยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) โดยคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่ประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พบว่า ค่า IOC ของแบบประเมินทักษะการทำงานเป็นทีม อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ทุกคำถาม ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.50 จึงนำไปใช้ทดสอบความเชื่อมั่นต่อไป (วรรณี แกมเกตุ, 2555)

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษาชั้นปีเดียวกัน ในหลักสูตรที่ใกล้เคียงกันและเรียนวิชาคล้ายคลึงกัน จำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha) ของตัวแปรองค์ประกอบการทำงานเป็นทีมแต่ละด้าน พบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีค่ามีค่าสูงกว่า 0.70 (กัลยา วาณิชย์บัญชา และ ฐิตา วานิชย์บัญชา, 2564) จึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความเชื่อมั่นของตัวแปรองค์ประกอบทักษะการทำงานเป็นทีม

ตัวแปร	Cronbach's alpha แบบประเมินตนเอง		Cronbach's alpha แบบประเมินเพื่อนร่วมทีม	
	ก่อนเรียน	หลังเรียน	ก่อนเรียน	หลังเรียน
การสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ	.945	.929	.911	.816
หลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม	.935	.920	.918	.805
การทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ	.942	.906	.925	.783
ภาวะผู้นำ	.928	.911	.913	.852
การยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม	.959	.906	.952	.825

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบประเมินทักษะการทำงานเป็นทีม ในรูปแบบเอกสาร (Paper-based questionnaire) โดยนักศึกษาประเมินตนเอง และ ประเมินเพื่อนร่วมทีม ซึ่งคะแนนที่ได้ไม่ส่งผลต่อการประเมินผลการเรียนของนักศึกษา โดยประเมินครั้งที่ 1 ก่อนทำกิจกรรมการเรียนรู้ และประเมินครั้งที่ 2 หลังทำกิจกรรมการเรียนรู้ ตามองค์ประกอบของการทำงานเป็นทีมของนักศึกษา

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบประเมินทักษะการทำงานเป็นทีม ก่อนและหลังการทำกิจกรรมการเรียนรู้ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เนื่องจากนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมไม่ครบทุกคน จึงทำการทดสอบค่าเฉลี่ย ก่อนและหลังการทำกิจกรรมด้วยสถิติเชิงอนุมาณ การทดสอบทีแบบไม่เป็นอิสระจากกัน (Paired Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยก่อนและหลังการทดลอง โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ Jamovi (The jamovi Project, 2025)

ผลการวิจัย (Results)

ผลการวิจัยมีนักศึกษาที่ส่งแบบประเมินครบถ้วนทั้ง 2 ครั้ง (ก่อนและหลังการทดลอง) จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 88.12 ของประชากรทั้งหมด ผลการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลการเปรียบเทียบทักษะการทำงานเป็นทีมของ ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน โดยการประเมินตนเอง

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับทักษะการทำงานเป็นทีมก่อนและหลังการทำกิจกรรมโดยการประเมินตนเอง

ด้าน	เวลาประเมิน	Mean	S.D.	n	Mean Diff.	t	Df	Cohen's d	*p*-value
การสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ	ก่อนเรียน	3.96	0.71	89	0.38	5.83*	88	0.59	< .001
	หลังเรียน	4.34	0.58						
หลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม	ก่อนเรียน	3.91	0.69	89	0.34	5.52*	88	0.52	< .001
	หลังเรียน	4.25	0.64						
การทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ	ก่อนเรียน	3.97	0.69	89	0.38	5.88*	88	0.58	< .001
	หลังเรียน	4.35	0.61						
ภาวะผู้นำ	ก่อนเรียน	3.90	0.66	89	0.36	5.63*	88	0.57	< .001
	หลังเรียน	4.26	0.62						
การยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม	ก่อนเรียน	4.12	0.68	89	0.29	4.93*	88	0.44	< .001
	หลังเรียน	4.41	0.60						
ภาพรวม	ก่อนเรียน	3.99	0.60	89	0.34	6.50*	88	0.59	< .001
	หลังเรียน	4.33	0.55						

หมายเหตุ *$p < .05$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยการประเมินตนเองต่อทักษะการทำงานเป็นทีมโดยภาพรวม ของนักศึกษาหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน (*Mean = 4.33, S.D. = 0.55*) สูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม (*Mean = 3.99, S.D. = 0.60*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34 ($t(88) = 6.50, p < .001, d = 0.59$) ซึ่งมีขนาดอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทักษะการทำงานเป็นทีมแต่ละด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยทักษะการทำงานเป็นทีมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านที่มีการเปลี่ยนแปลงค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ รองลงมาตามลำดับได้แก่ การทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ ภาวะผู้นำ หลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม และการยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม

2. ผลการเปรียบเทียบทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน โดยการประเมินเพื่อนร่วมทีม

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับทักษะการทำงานเป็นทีมก่อนและหลังการทำกิจกรรม โดยการประเมินเพื่อนร่วมทีม

ด้าน	เวลาประเมิน	Mean	S.D.	n	Mean Diff.	t	Df	Cohen's d	p-value
การสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ	ก่อนเรียน	3.99	0.78	89	0.29	4.19*	88	0.38	< .001
	หลังเรียน	4.28	0.71						
หลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม	ก่อนเรียน	3.93	0.78	89	0.28	4.10*	88	0.36	< .001
	หลังเรียน	4.21	0.76						
การทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ	ก่อนเรียน	3.91	0.80	89	0.32	4.84*	88	0.41	< .001
	หลังเรียน	4.23	0.74						
ภาวะผู้นำ	ก่อนเรียน	4.10	0.53	89	0.14	2.50*	88	0.20	.014
	หลังเรียน	4.24	0.77						
การยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม	ก่อนเรียน	4.07	0.91	89	0.28	2.54*	88	0.32	.013
	หลังเรียน	4.35	0.86						
ภาพรวม	ก่อนเรียน	3.97	0.74	89	0.30	4.57*	88	0.42	< .001
	หลังเรียน	4.27	0.69						

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยการประเมินเพื่อนร่วมทีมต่อทักษะการทำงานเป็นทีมโดยภาพรวม ของนักศึกษาหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน *(Mean = 4.27, S.D. = 0.69)* สูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม *(Mean = 3.97, S.D. = 0.74)* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 *($t(88) = 4.57$, $p < .0010$, $d = 0.42$)* ซึ่งมีขนาดอิทธิพลอยู่ในระดับเล็ก และเมื่อพิจารณาทักษะการทำงานเป็นทีมแต่ละด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยทักษะการทำงานเป็นทีมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านที่มีการเปลี่ยนแปลงค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ รองลงมาตามลำดับได้แก่ การสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ หลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม การยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม และภาวะผู้นำ

3) การเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงของทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษา ระหว่างการประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีม

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงทักษะการทำงานเป็นทีมจากการประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีม

ด้าน	การประเมินตนเอง		การประเมินเพื่อนร่วมทีม	
	Mean Diff.	Cohen's d	Mean Diff.	Cohen's d
การสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ	0.38	0.59	0.29	0.38
หลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม	0.34	0.52	0.28	0.36
การทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ	0.38	0.58	0.32	0.41
ภาวะผู้นำ	0.36	0.57	0.14	0.20
การยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม	0.29	0.44	0.28	0.32
ภาพรวม	**0.34**	**0.59**	**0.30**	**0.42**

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ขนาดอิทธิพลของการประเมินทักษะการทำงานเป็นทีมโดยการประเมินตนเอง (*d = 0.59*) สูงกว่าการประเมินเพื่อนร่วมทีม (*d = 0.42*) โดยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงทักษะการทำงานเป็นทีมในทิศทางเดียวกัน โดยทักษะการทำงานเป็นทีมในภาพรวมและในรายด้าน มีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทั้งการประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีม โดยด้านที่มีความแตกต่างระหว่างการประเมินทั้ง 2 วิธีมากที่สุด คือ ด้านภาวะผู้นำ โดยการประเมินตนเองมีขนาดอิทธิพล (*d = 0.57*) สูงกว่าการประเมินเพื่อนร่วมทีม (*d = 0.20*) และด้านที่มีขนาดอิทธิพลใกล้เคียงกันระหว่างการประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีมมากที่สุด คือ ด้านการทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ โดยการประเมินตนเองมีขนาดอิทธิพล (*d = 0.58*) สูงกว่าการประเมินเพื่อนร่วมทีม (*d = 0.41*) ไม่มากนัก

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน ด้วยการทำกิจกรรมควิซเกมผ่านแพลตฟอร์ม Kahoot! แบบ Team Mode ในรายวิชาวิจัยธุรกิจ ส่งผลให้นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ มีทักษะการทำงานเป็นทีมหลังทำกิจกรรมสูงกว่าก่อนทำกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกันทั้งจากการประเมินตนเอง และการประเมินเพื่อนร่วมทีม แสดงให้เห็นว่าการนำแนวคิดเกมมิฟิเคชัน มาบูรณาการกับการจัดการเรียนการในรายวิชาวิจัยธุรกิจ ผ่านกลไกเกม 5 ขั้นตอนบนแพลตฟอร์ม Kahoot! มีประสิทธิผลช่วยเสริมสร้างทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nyahuye & Steyn (2022, 111-128) และ Murillo-Zamorano et al. (2021, 1-27) ที่พบว่าเกมมิฟิเคชัน เป็นเครื่องมือที่มีช่วยในการปรับปรุง Soft Skills โดยเฉพาะทักษะการทำงานร่วมกัน รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยในบริบทของประเทศไทยที่ สถาพร จะนุ และคณะ (2565, 99-108) ได้ศึกษาพบว่า การจัดการเรียนรู้ออนไลน์ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันส่งผลให้ผู้เรียนมีทักษะการทำงานเป็นทีมหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และผลการศึกษาของ อุดมวดี วรรณกูล (2564) ที่พบว่า การใช้กลไกเกมมิฟิเคชันส่งผลให้ทักษะการทำงานเป็นทีมของผู้เรียน ในระยะ ก่อน ระหว่าง และหลังการทดลอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งจากการสังเกตนักศึกษาระหว่างการทำกิจกรรมพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น และ

มีความตั้งใจในการทำควิซเกมผ่านแพลตฟอร์ม Kahoot! ช่วยให้ห้องเรียนมีบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา และเอื้อต่อการเรียนรู้แบบร่วมมือ (ธนันท์รัฐ สินธุประสิทธิ์, 2564, 29-40) ซึ่งบรรยากาศในการเรียนเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเป็นทีม (หนึ่งฤทัย มะลาไวย์ และคณะ, 2565, 425-438) ทั้งนี้ผลการวิจัยดังกล่าวอาจได้รับอิทธิพลจากบริบทของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เนื่องจากเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ที่กำลังเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกงานในชั้นปีที่ 4 ต่อไป รวมทั้งเรียนในรายวิชาวิจัยธุรกิจที่ต้องทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง จึงมีความตระหนักว่าทักษะการทำงานเป็นทีมมีความสำคัญต่อวิชาชีพของตนเอง เมื่อมีการทำกิจกรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือกัน จึงส่งผลให้นักศึกษามีความตั้งใจในการทำกิจกรรมและตอบสนองต่อกิจกรรมได้ดี

2. เมื่อพิจารณาทักษะการทำงานเป็นทีมในแต่ละด้าน พบว่า ทั้ง 5 ด้าน มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

2.1 ด้านการสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยพบว่า มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นด้านที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงที่สุด ทั้งการประเมินตนเอง และการประเมินเพื่อนร่วมทีม ซึ่งอาจเกิดจากกิจกรรมควิซเกมของแพลตฟอร์ม Kahoot! มีกำหนดเวลาในการตอบคำถามแต่ละข้อที่สั้น ทำให้สมาชิกในทีมต้องสื่อสารและตกลงคำตอบร่วมกันภายในเวลาจำกัด ส่งผลให้นักศึกษาต้องพัฒนาทักษะการสื่อสารที่รวดเร็ว ชัดเจน และตรงประเด็น และการตอบคำถามในแพลตฟอร์ม Kahoot! จะทำให้นักศึกษาทราบผลการตอบทันที และแต่ละทีมสามารถปรับปรุงการสื่อสารที่มีประสิทธิผลหรือไม่มีประสิทธิผลได้ในข้อถัดไป และปรับปรุงได้ในการทำควิซเกมในครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ De Prada et al. (2022, 1-13) ที่ระบุว่า การสื่อสาร เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อุดมวดี วรรณกูล และคณะ (2564, 130-138) ที่พบว่า การสื่อสารภายในทีมที่มีประสิทธิภาพเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการทำงานเป็นทีม นอกจากนั้น การทำกิจกรรมเกมมิฟิเคชันในรูปแบบ Team Mode บนแพลตฟอร์ม Kahoot! สอดคล้องกับแนวคิดของ Andrés et al. (2023, 66-78) ที่พบว่า การใช้ Kahoot! ในลักษณะการทำงานเป็นทีมส่งผลให้ทักษะการสื่อสารของนักศึกษาพัฒนาขึ้น เนื่องจากต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และในประเด็นการพัฒนาทักษะการสื่อสารนี้ ยังสะท้อนถึงความสำคัญของการสื่อสารที่เป็นหนึ่งในทักษะ 4C ที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 (Thornhill-Miller et al., 2023, 1-32)

2.2 ด้านหลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งการประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีม ซึ่งเมื่อนักศึกษาได้ทำกิจกรรมภายในเวลาจำกัดร่วมกัน ด้วยกิจกรรมที่จัดขึ้นต่อเนื่องกันหลายสัปดาห์ ทำให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันซ้ำ ๆ และเมื่อได้เห็นผลการแข่งขัน ทั้งคะแนนในภาพรวมของทีม และคะแนนที่แต่ละคนทำให้ทีมประสบความสำเร็จ นักศึกษาได้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีม ช่วยส่งเสริมความร่วมมือ และการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการยอมรับในความรู้ความสามารถของเพื่อนร่วมทีม สอดคล้องกับแนวคิดของพิมพันธ์ เดชะคุปต์ และ พเยาว์ ยินดีสุข (2562, 6) ที่อธิบายว่า ทักษะการทำงานเป็นทีม หมายถึง ทักษะ

การทำงานอย่างรวมพลัง ซึ่งต้องอาศัยหลักการทำงานร่วมกันที่ดี และเมื่อเกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองและเพื่อนร่วมทีมจะทำให้เกิดพฤติกรรมการทำงานเป็นทีมของผู้เรียนที่ดี (หนึ่งฤทัย มะลาไวย์ และคณะ, 2565, 425-438)

2.3 ด้านการทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยพบว่า มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูง ทั้งการประเมินตนเอง และการประเมินเพื่อนร่วมทีม แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมการเรียนรู้เกมมิฟิเคชันผ่านแพลตฟอร์ม Kahoot! ที่มีการกำหนดเป้าหมาย และมีผลการตอบกลับทันที ช่วยให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม เพราะต้องมีการวางแผนการตอบคำถามภายในเวลาจำกัด เช่น การอ่านคำถาม การดูตัวเลือก และการตัดสินใจ ซึ่งช่วยพัฒนาทักษะการวางแผนร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัย ของ De Prada et al. (2022, 1-13) ที่ระบุว่า การประสานงานเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทักษะการทำงานเป็นทีม ซึ่งต้องอาศัยการมีเป้าหมายร่วมกันและการจัดสรรบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสม และการที่ทีมต้องทำงานภายใต้ข้อจำกัดของเวลา ยังช่วยฝึกทักษะการจัดการจัดการเวลา ที่มีส่วนสำคัญของการทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ (ปริพัส ศรีสมบูรณ์, 2559)

2.4 ด้านภาวะผู้นำ ผลการวิจัยพบว่า มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะจากผลการประเมินตนเองของนักศึกษา แสดงให้เห็นว่านักศึกษารู้สึกมีความมั่นใจในการเป็นผู้นำมากขึ้น เนื่องจากกิจกรรมควิซเกมไม่ได้เน้นหนักไปทางด้านความรู้ทางวิชาการเพียงอย่างเดียว ต้องอาศัยไหวพริบและความรวดเร็วในการตัดสินใจ ดังนั้นเมื่อมีสถานการณ์ที่แตกต่างกันไปจากการเรียนในห้องเรียนปกติ ทำให้นักศึกษามีโอกาสแสดงความสามารถจนได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมทีม และการแสดงคะแนนของผู้ที่ได้รับคะแนนสูงที่สุดและมีส่วนช่วยทีมมากที่สุดในแต่ละสัปดาห์ ช่วยสร้างความมั่นใจในตนเองให้แก่นักศึกษามากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อุดมวดี วรรณกูล และคณะ (2564, 130-138) ที่ระบุว่า ภาวะผู้นำเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของการทำงานเป็นทีมของผู้เรียน ซึ่งการมีระบบรางวัลในรูปแบบทีมและคะแนนส่วนบุคคลที่ได้คะแนนสูงสุด ทำให้เกิดแรงจูงใจของนักศึกษาในการแสดงออกภาวะผู้นำของทีม นอกจากนั้นการที่ค่าการประเมินภาวะผู้นำหลังทำกิจกรรมที่มีต่อเพื่อนร่วมทีมต่ำกว่าการประเมินตนเองเล็กน้อย สอดคล้องกับการศึกษาของ Britton et al. (2017, 130-138) และ Hebles et al. (2022, 510-528) ที่พบว่าการประเมินภาวะผู้นำโดยผู้อื่น มักให้คะแนนต่ำกว่าการประเมินตนเอง เนื่องจากเป็นคุณลักษณะที่ต้องแสดงออกอย่างสม่ำเสมอจึงจะถูกรับรู้อย่างชัดเจน และอาจต้องใช้เวลาพัฒนานานกว่าทักษะอื่น ๆ

2.5 ด้านการยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งจากการประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีม ซึ่งการทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ทำให้สมาชิกในทีมได้แสดงความสามารถที่แตกต่างกัน ผ่านระบบการประกาศคะแนนการทำกิจกรรม ซึ่งเมื่อเมื่อสมาชิกในทีมได้เห็นความสามารถของสมาชิก จะทำให้เกิดความรู้สึกเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของสมาชิกในแต่ละคน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดมวดี วรรณกูล และคณะ (2564, 130-138) ที่พบว่า การยอมรับศักยภาพของสมาชิกในทีมเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทักษะการทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับ Nyahuye & Steyn (2022, 111-128) ที่พบว่า การจัดการเรียนรู้ด้วยกลไกเกมมิฟิเคชัน ช่วยให้ผู้เรียนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง

ของทีมและเห็นคุณค่าของสมาชิกแต่ละคน ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของทีม รวมทั้งผลการวิจัยของ หนึ่งฤทัย มะลาไวย์ และคณะ (2565, 425-438) ที่พบว่า การยอมรับศักยภาพของสมาชิกในทีมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการยอมรับและเคารพในความสามารถที่หลากหลายของสมาชิกในทีมเป็นพื้นฐานการทำงานเป็นที่ยั่งยืน (Hebles et al., 2022, 510-528)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดที่ควรพิจารณา คือ เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้ที่สมัครใจ อาจทำให้เกิด Selection Bias ในการคัดเลือก โดยนักศึกษาที่เข้าร่วมอาจมีแรงจูงใจและเจตคติที่แตกต่างจากนักศึกษาทั่วไป โดยอาจเป็นกลุ่มที่มีแรงจูงใจในการเรียนหรือมีความสนใจในเทคโนโลยีเกมมิฟิเคชันเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ซึ่งอาจส่งผลต่อการเกิดทักษะที่สูงกว่าปกติเมื่อเทียบกับกลุ่มที่ไม่สมัครใจเข้าร่วม

สรุป (conclusion)

การบูรณาการเกมมิฟิเคชันกับการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาวิจัยธุรกิจ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ แพลตฟอร์ม Kahoot! ในรูปแบบ Team Mode ส่งผลให้นักศึกษามีทักษะการทำงานเป็นทีมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งจากการประเมินตนเอง และการประเมินเพื่อนร่วมทีม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทักษะเกิดขึ้นอย่างชัดเจนในทุกด้านที่ศึกษา ได้แก่ ด้านการสื่อสารภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากกิจกรรมกำหนดให้สมาชิกต้องสื่อสารและตกลงคำตอบร่วมกันภายในเวลาจำกัด ด้านหลักการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม ที่พัฒนาขึ้นจากประสบการณ์การทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ด้านการทำงานในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ ที่เกิดจากการมีเป้าหมายชัดเจนและการให้ผลตอบกลับอย่างสม่ำเสมอ ด้านภาวะผู้นำ ที่พัฒนาจากโอกาสในการแสดงบทบาทผู้นำในสถานการณ์ต่าง ๆ และด้านการยอมรับศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม ที่เกิดจากการได้ทำงานร่วมกันจนเห็นความสามารถและเห็นคุณค่าของสมาชิกแต่ละคน รวมทั้งความสอดคล้องระหว่างการประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีมที่ให้ผลในทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาทักษะที่เกิดขึ้นเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่แท้จริงและสังเกตได้จากภายนอก ไม่ใช่เพียงการรับรู้ส่วนตัวของนักศึกษาเท่านั้น ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบกระบวนการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียนร่วมกับการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับผู้เรียนในยุคปัจจุบัน จะช่วยพัฒนาทักษะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ให้บรรลุเป้าหมายได้ รวมทั้งผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน ช่วยลดความวิตกกังวล สร้างความสนุกสนาน และแก้ปัญหาการขาดความร่วมมือในรายวิชาวิจัยธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล และสามารถพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษา ซึ่งจะช่วยลดช่องว่างของทักษะระหว่างสิ่งที่บัณฑิตมีกับสิ่งที่ตลาดแรงงานต้องการได้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) จากผลการวิจัยที่พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชัน 5 ขั้นตอน ผ่านแพลตฟอร์ม Kahoot! แบบ Team Mode สามารถเสริมสร้างทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาได้อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้สอนสามารถนำรูปแบบกิจกรรมนี้ไปบูรณาการกับการจัดการเรียนการสอนแบบปกติในรายวิชาอื่นที่ต้องการพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม เช่น รายวิชาโครงงาน รายวิชาสัมมนา ได้

2) จากผลการวิจัยที่พบว่า การประเมินตนเองและการประเมินเพื่อนร่วมทีมให้ผลไปในทิศทางเดียวกัน แต่ขนาดอิทธิพลจากการประเมินตนเองสูงกว่าการประเมินเพื่อนร่วมทีม ดังนั้น ผู้สอนควรใช้การประเมินทักษะการทำงานเป็นทีมสองวิธีควบคู่กัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งมุมมองของตนเองและมุมมองจากภายนอก ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนได้ดียิ่งขึ้น

3) ผลการวิจัยที่พบว่า ด้านภาวะผู้นำมีความแตกต่างระหว่างการประเมินตนเองกับการประเมินเพื่อนร่วมทีมมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำเป็นทักษะที่ต้องแสดงออกอย่างสม่ำเสมอจึงจะถูกรับรู้จากผู้อื่น ดังนั้น ผู้สอนควรจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงภาวะผู้นำอย่างต่อเนื่อง เช่น การหมุนเวียนบทบาทหัวหน้าทีมในการทำกิจกรรมแต่ละสัปดาห์ เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกฝนและได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมทีม

4) ผลการวิจัยที่พบว่า มีนักศึกษาบางส่วนที่ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ครบทุกครั้ง เนื่องจากการลาหรือขาดเรียน ดังนั้น หากต้องการให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมครบร้อยละ 100 ผู้สอนอาจพิจารณาจัดกิจกรรมเกมมิฟิเคชันในรูปแบบออนไลน์แบบไม่จำกัดเวลา เพื่อให้นักศึกษาที่ขาดเรียนสามารถทำกิจกรรมทดแทนได้ในภายหลัง หรือการพิจารณาจัดรางวัลพิเศษในการสะสมระยะยาวสำหรับนักศึกษาที่เข้าร่วมต่อเนื่องให้มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้แบบเกมมิฟิเคชันร่วมกับการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อนำไปสู่การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายในชั้นเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

2) ควรดำเนินการวิจัยแบบ มีกลุ่มควบคุม (Control Group) เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลของกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันกับวิธีการจัดการเรียนรู้แบบดั้งเดิมอย่างชัดเจน

3) ควรมีการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลไกเกมมิฟิเคชันที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเป็นทีมเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements)

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุน จากเงินกองทุนวิจัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ประจำปีงบประมาณ 2567 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง (References)

กัลยา วาณิชย์บัญชา, และ ฐิตา วานิชย์บัญชา. (2564). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.* โรงพิมพ์สามลดา.

กิ่งแก้ว อภิรักษสกุล, และ ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาสาขาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ, 5*(3), 140-152. https://doi.org/10.14456/ajmt.2024.31

จิระ จิตสุภา, และ มุทิตา ทาคำแสน. (2564). แนวคิดการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนออนไลน์ด้วยเกมมิฟิเคชัน. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 11*(2), 30-42. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodil/article/view/243175

จีรัษติธร มุกดาเพชร. (2567). การพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมของนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค (STAD). *วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย, 18*(1), 13-22. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ssajournal/article/view/269992

ชนัตถ์ พูนเดช, และ ธนิตา เลิศพรกุลรัตน์. (2559). แนวทางการจัดการเรียนรู้ด้วยแนวคิดเกมมิฟิเคชัน. *วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร, 18*(3), 331-339. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/66651

ชลธิชา ชลสวัสดิ์, ปาณิศา ไกรวงษ์, และ มยุรี แก้วจันทร์. (2567). ผลของกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกมมิฟิเคชันต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และความคิดเห็นต่อการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาพยาบาลในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง. *วารสารพยาบาล, 73*(2), 22-31. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/TJN/article/view/265167

ฐานเศรษฐกิจ. (28 กันยายน 2568). *60% ของนายจ้างชี้ 'ทักษะ' เด็กจบใหม่ไม่ตรงใจ เปิดปมทำไมบัณฑิตกว่า 7.8 หมื่นคนเสี่ยงตกงาน*. ฐานเศรษฐกิจ. https://www.thansettakij.com/business/639897

ธนันท์รัฐ สินธุประสิทธิ์. (2564). ความสำคัญของ Gamification และแรงจูงใจ สู่ผลลัพธ์ในแวดวงการศึกษา. *วารสารบริหารการศึกษาบัวบัณฑิต, 21*(2), 29-40. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/BUAJEAD/article/view/249203

เบญจภัค จงหมื่นไวย์, กริช กองศรีมา, แสงเพ็ชร พระฉาย, สายสุนีย์ จับโจร, และ อรัญ ซุยกระเดื่อง. (2561). เกมมิฟิเคชันเพื่อการเรียนรู้. *วารสารโครงงานวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ, 4*(2), 34-43. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/project-journal/article/view/184468

ปริพัส ศรีสมบูรณ์. (2559). *การพัฒนารูปแบบเกมมิฟิเคชันแบบทีมเสมือนจริงบนเทคโนโลยีคลาวด์เพื่อส่งเสริมทักษะด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีมสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี.* [วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ].

พิมพันธ์ เดชะคุปต์, และ พเยาว์ ยินดีสุข. (2562). *การเรียนรู้เชิงรุกแบบรวมพลังกับ PLC เพื่อการพัฒนา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณี แกมเกตุ. (2555). *วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัชรสินธุ์ เพ็งบุบผา. (2564). ทักษะการประกอบอาชีพที่สำคัญในโลกยุคใหม่ที่นักเรียนไทยควรได้รับการพัฒนา : การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น. *ครุศาสตร์สาร, 15*(1), 137-149. https://edujournal.bsru.ac.th/publishes/18/articles/332

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (27 กุมภาพันธ์ 2567). *Big Data ตลาดแรงงาน ไตรมาส 4 ปี 2566*. https://tdri.or.th/. https://tdri.or.th/2024/02/bigdata-report-labourmarket-q4-2023/

สถาพร จะนุ, อนิรุทธ์ สติมั่น, ฐาปนีย์ ธรรมเมธา, และ ศิวนิต อรรถวุฒิกุล. (2565). การพัฒนารูปแบบการเรียนออนไลน์แบบสร้างความสัมพันธ์ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และทักษะการทำงานเป็นทีมในการเขียนโปรแกรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 17*(3), 99-108. https://so04.tci-thaijo.org/ index.php/ yru_human/article/view/252683

สิริยุพิน ศุภ์ธนัชภัคชนา. (2565). *ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21: การออกแบบการเรียนการสอนเพื่อการเรียนรู้.* สาธิตบูรพา.

สุดารัตน์ ตันติวิวัทน์, และ กฤตติพัฒน์ ชื่นพิทยาวุฒิ. (2567). แนวคิดและการประยุกต์การออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 30*(1), 109-126. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/BSRI/article/view/268293

หนึ่งฤทัย มะลาไวย์, อรพินทร์ ชูชม, และ นริสรา พึ่งโพธิ์สภ. (2565). การทำงานเป็นทีมของนักเรียน: ปัจจัยเชิงสาเหตุ ข้อเสนอแนะในการวิจัย. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 7*(3), 425-438. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/252945

อุดมวดี วรรณกูล. (2564). *การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อส่งเสริมทักษะการทำงานเป็นทีมในรายวิชาการศึกษาค้นคว้าและสร้างองค์ความรู้* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. iThesis Srinakharinwirot University. https://ir-ithesis.swu.ac.th/items/76f49f05-94ed-4687-81af-d683ce179a6e/full.

อุดมวดี วรรณกูล, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, และ ฤทธิชัย อ่อนมิ่ง. (2564). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อส่งเสริมทักษะการทำงานเป็นทีมในรายวิชาการศึกษาค้นคว้าและสร้างองค์ความรู้. *วารสารราชพฤกษ์, 19*(3), 130-138. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Ratchaphruekjournal/article/view/252661

Andrés, A., Petrón, M., Carrapiso, A., Morales, S., & Timón, M. (2023). Development of Teamwork Skills Using ICTs in Undergraduate Students of Food Industry Engineering Degree. *International Journal of Engineering Pedagogy (iJEP), 13*(4), 66-78. https://doi.org/10.3991/ijep.v13i4.36971

Battelle for Kids. (2019). *Partnership for 21st Century Learning: A Network of Battelle for Kids*. https://www.battelleforkids.org/insights/p21-resources/

Baviera, T., Baviera-Puig, A., & Escribá-Pérez, C. (2022). Assessing Team Member Effectiveness among higher education students using 180° perspective. *The International Journal of Management Education*, *20*(3), 100702. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100702

Britton, E., Simper, N., Leger, A., & Stephenson, J. (2017). Assessing Teamwork in Undergraduate Education: A Measurement Tool to Evaluate Individual Teamwork Skills. *Assessment & Evaluation in Higher Education, 42*(3), 378-397. https://doi.org/10.1080/02602938.2015.1116497

De Prada, E., Mareque, M., & Pino-Juste, M. (2022). Teamwork Skills in Higher education: Is University Training Contributing to Their Mastery? *Psicologia: Reflexão e Crítica, 35*(1), 1-13. https://doi.org/10.1186/s41155-022-00207-1

Hebles, M., Yániz-Álvarez-de-Eulate, C., & Alonso-Dos-Santos, M. (2022). Teamwork Competency Scale (TCS) from the Individual Perspective in University Students. *Journal of Technology and Science Education, 12*(2), 510-528. https://doi.org/10.3926/jotse.1478

Hellín, C. J., Calles-Esteban, F., Valledor, A., Gómez, J., Otón-Tortosa, S., & Tayebi, A. (2023). Enhancing Student Motivation and Engagement through a Gamified Learning Environment. *Sustainability, 15*(19), 1-20. https://doi.org/10.3390/su151914119

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, *30*(3), 607–610. https://doi.org/10.1177/001316447003000308

Manzano-León, A., Camacho-Lazarraga, P., Guerrero, M. A., Guerrero-Puerta, L., Aguilar-Parra, J. M., Trigueros, R., & Alias, A. (2021). Between Level Up and Game Over: A Systematic Literature Review of Gamification in Education. *Sustainability, 13*(4), 1-14. https://doi.org/10.3390/su13042247

Murillo-Zamorano, L., López Sánchez,, J., Godoy-Caballero, A., & Bueno Muñoz, C. (2021). Gamification and Active Learning in Higher Education: Is It Possible to Match Digital Society, Academia and Students' Interests? *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 18*(1), 1-27. https://doi.org/10.1186/s41239-021-00249-y

Nyahuye, T., & Steyn, A. A. (2022). Gamification to Increase Undergraduate Students' Teamwork Skills. *ICT Education* (pp. 111-128). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-21076-1_7

Stevens, M. (2022). Gamification and Experiential Learning in the Pedagogy of Research Methods: Introducing the Research Methods Roadmap Game. *21st European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies.* Academic Conferences International. researchonline.ljmu.ac.uk. https://researchonline.ljmu.ac.uk/id/eprint/16892

The jamovi Project. (2025). jamovi (Version 2.6) [Computer Software]. https://www.jamovi.org.

Thornhill-Miller, B., Camarda, A., Mercier, M., Burkhard, J.-M., Morisseau, T., Bourgeois-Bougrine, S., Vinchon, F., El Hayek, S., Augereau-Landais, M., Mourey, F., Feybesse, C., Sundquist, D., & Lubart, T. (2023). Creativity, Critical Thinking, Communication, and Collaboration: Assessment, Certification, and Promotion of 21st Century Skills for the Future of Work and Education. *Journal of Intelligence, 11*(3), 1-32. https://doi.org/10.3390/jintelligence11030054

Zhang, Q., & Yu, Z. (2021). A Literature Review on the Influence of Kahoot! on Learning Outcomes, Interaction, and Collaboration. *Education and Information Technologies, 26*(4), 4507-4535. https://doi.org/10.1007/s10639-021-10459-6

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

เคล็ดลับความสำเร็จการบริหารงานปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้

The Successful Secret of Pintu Gerbang Malayu Management in Southern Border Provinces

ย่าร่อนะ ศรีอาหมัด[1*] , อัปสร อีซอ[1], พารีดา หะยีเต๊ะ[2]

Yarona Sriaremhad[1]*, Apsorn E-sor[1], Pareeda Hayeeteh[2]

[1]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

133 ถนนเทศบาล3 ตำบลสะเตง อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา 95000 ประเทศไทย

[1]Faculty of Management Sciences

133 Thetsaban 3 Rd, Sateng, Mueang, Yala Province 95000 Thailand

[2]คณะมนุษศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

133 ถนนเทศบาล3 ตำบลสะเตง อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา 95000 ประเทศไทย

[2]Faculty of Humanities and Social Sciences

133 Thetsaban 3 Rd, Sateng, Mueang, Yala Province 95000 Thailand

***รับบทความ**: 25 พฤศจิกายน 2568 **ปรับปรุงบทความ:** 21 กุมภาพันธ์ 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

สิ่งที่สำคัญกว่าความสำเร็จ คือกระบวนการที่นำไปสู่ความสำเร็จ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้ การวิจัยเป็นแบบผสานวิธีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มรวบรวมข้อมูลวิจัย ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายวิจัย ได้แก่ กลุ่มมัสยิดที่ส่งผลงานเข้าประกวดและได้รับรางวัลที่มีส่วนร่วมในการวางแผน และ/หรือดำเนินงานจนสำเร็จและนำมาซึ่งรางวัลชนะเลิศการประกวดผลงานปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้ ปี 2566-2567 ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 คน และกลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้องรวมจำนวน 15 คน ซึ่งได้แก่ ประธานและคณะกรรมการดำเนินงานโครงการปินตู กรือบัง มลายูฯ ที่ชนะเลิศสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านงานสื่อสารอิสลาม ด้านประวัติศาสตร์อิสลาม และด้านสถาปัตยกรรม/ศิลปะอิสลาม ผลการวิจัยพบว่า เคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$=2.99, S.D.=0.42) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านย่อย พบว่า ด้านบุคคล

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: yarona.s@yru.ac.th

เคล็ดลับความสำเร็จอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.40, S.D.=0.87) ส่วนด้านวัสดุ ($\overline{X}$=3.04, S.D.=0.87) และด้านเงินทุน ($\overline{X}$=3.00, S.D.=0.86) เคล็ดลับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เมื่อศึกษาเชิงลึกพบว่า เคล็ดลับความสำเร็จไม่ใช่แค่เรื่องความสวยงามของศิลปะ แต่คือระบบบริหารจัดการที่ยึดโยงกับทุนมนุษย์ในท้องถิ่น จำเป็นต้องมีโครงสร้างคณะทำงาน รวมถึงการแบ่งหน้าที่งานที่ชัดเจน มีการประชุมติดตามงานอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้มัสยิดเป็นศูนย์กลาง มีการใช้วัสดุและแรงงานท้องถิ่นเป็นหลัก มีการใช้สื่อออนไลน์และออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่โปร่งใส ตรวจสอบได้

คำสำคัญ

เคล็ดลับความสำเร็จ การบริหารงาน ปินตูกรือบังมลายู จังหวัดชายแดนใต้

***Received**: November 25, 2025* ***Revised**: February 21, 2026* ***Accepted**: April 22, 2026*

Abstract

More important than achieving success is the process that leads to it. This study aimed to examine the successful secret of Pintu Gerbang Malayu management in the southern border provinces. A mixed-methods research design was employed, incorporating quantitative data collected through a questionnaire and qualitative data gathered through a focus group interview. The target participants consisted of mosque committees that submitted projects to the competition and received awards, having been involved in the planning and/or implementation processes that led to the successful completion and resulted in winning the Pintu Gerbang Malayu competition in the southern border provinces during 2023-2024. The sample group involved 300 participants and 15 related stakeholders, included chairpersons and committee members of the Pintu Gerbang Malayu project who achieved first-place awards in the three southern border provinces, as well as specialists in Islamic communication, Islamic history, and Islamic architecture and art. The findings showed that the overall successful secret of Pintu Gerbang Malayu management was at a moderate level ($\overline{X}$=2.99, S.D.=0.42). When examined by dimensions, the human resource dimension was rated at a high level ($\overline{X}$=3.40, S.D.=0.87), while material resources dimension ($\overline{X}$=3.04, S.D.=0.87) and financial resources dimension ($\overline{X}$=3.00, S.D.=0.86) were at moderate levels. Further in-depth analysis revealed that the successful secret did not lie in the aesthetic beauty of artistic design, but rather in a management system rooted in local human capital. A clear organizational structure was essential, together with well-defined responsibilities. Regular follow-up meetings were

conducted using the mosque as the central hub. Priority was given to the use of local materials and local labor. Both online and offline communication channels were used continuously, along with the maintenance of transparent and verifiable income and expenses records.

Keywords

Successful Secret, Management, Pintu Gerbang Malayu, Southern Border Provinces

บทนำ (Introduction)

“ปินตู กรือบัง มลายู” (Pintu Gerbang Melayu) หนึ่งในสถาปัตยกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมมลายูที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้มาเยี่ยมชม ซึ่งคำว่า “ปินตู (Pintu)” หมายถึง ประตู ส่วน “กรือบัง (Gerbang)” หมายถึง ซุ้มทางเข้า และคำว่า “มลายู (Malayu) เป็นภูมินามทางภูมิศาสตร์ หมายถึงพื้นที่บริเวณคาบสมุทรมลายู ประชากรที่อาศัยอยู่ส่วนใหญ่เป็นชาวมลายู (ประพนธ์ เรืองณรงค์, 2558) เมื่อรวมคำว่า “ปินตู กรือบัง มลายู” จึงหมายถึง ซุ้มประตูชัยของชาวมลายู ซึ่งเป็นซุ้มทางเข้าหมู่บ้าน ชุมชน มัสยิด และ/หรือโรงเรียนอิสลาม ซึ่งมีความสำคัญเชิงอัตลักษณ์ของพี่น้องมุสลิมในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น และถือเป็นประเพณีปฏิบัติกันมาอย่างยาวนาน การทำปินตู กรือบัง มลายู มักนิยมทำเป็นรูปโดมแบบมัสยิด และมีสัญลักษณ์ของดาวและเดือนเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ มีเสาโครงสร้างคร่อมถนนทางเข้าหมู่บ้าน มัสยิด โรงเรียน หรือสถานที่จัดงาน โดยที่คานกลางระหว่างเสาจะมีพื้นที่สำหรับเขียนข้อความต่างๆ ซึ่งมักจะเขียนด้วยอักษรอาหรับ มลายู หรือไทย เป็นข้อความที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับงาน หรือเทศกาลของมุสลิม เช่น คำว่า “ซือลามัต” หมายถึง ยินดีต้อนรับ ส่วน “ซือลามัตตาฮนบารู” หมายถึง สวัสดีปีใหม่ หากเป็น “ซือลามัต ฮารี รายออีฎิลฟิตรี” หมายถึง ยินดีต้อนรับวันฮารีรายออีฎิลฟิตรี ฯลฯ

สำหรับจังหวัดชายแดนใต้ (ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส) เป็นที่น่าสังเกตว่า ปี 2566 ที่ผ่านมามุสลิมแต่ละพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการ ออกแบบ จัดสร้าง ปินตู กรือบัง มลายู เพื่อสร้างสีสันต้อนรับเทศกาลวันฮารีรายอมากขึ้น เนื่องจากการที่องค์กรภาครัฐ ท้องถิ่น และภาคประชาสังคมที่เริ่มให้การสนับสนุนในลักษณะการจัดประกวดแข่งขันมอบเงินรางวัล ซึ่งมีทั้งระดับหลักพันถึงระดับหลักหมื่นบาท ทั้งนี้จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านการประกวดปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้ พบว่าเริ่มต้นเมื่อปี 2566 โดยมี 3 หน่วยงานจัดประกวด ดังนี้ 1) สมัชชาประชาสังคมเพื่อสันติภาพ มีผู้ส่งผลงานรวม 40 ผลงาน โดยมีมัสยิดนูรุลอิสลามบาโง บ้านบาโง ตำบลกะรูบี อำเภอกะพ้อ จังหวัดปัตตานี ได้รับรางวัลชนะเลิศ 2) อำเภอรือเสาะ มีผู้ส่งผลงานรวม 71 ผลงาน โดยมีมัสยิด ดารุล-อามีน กูจิงลือปะห์ ตำบลเฉลิม อำเภอระแงะ จังหวัดนราธิวาส ได้รับรางวัลชนะเลิศ 3) ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีผู้ส่งผลงานรวม 31 ผลงาน โดยมีมัสยิดอิตีฮาดุลอุมมะฮ์ บ้านบันนังสิแน ตำบลยะรม อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ได้รับรางวัลชนะเลิศ (อับดุลรอซะ วรรณอาลี, สัมภาษณ์: 10 ตุลาคม 2567)

ทั้งนี้ บริเวณโดยรอบ ปินตู กรือบัง มลายูฯ ที่ชนะการประกวดดังกล่าว มีการตั้งซุ้มค้าขายของคนในพื้นที่ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและมาเลเซียเข้ามาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง จึงช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว และเศรษฐกิจขยายตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม “สิ่งที่สำคัญกว่าความสำเร็จ คือกระบวนการที่นำไปสู่ความสำเร็จ” ทั้งนี้ในรอบ 5 ปี ที่ผ่านมา ไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการบริหารงาน (หรือ 5 M) ปินตู กรือบัง มลายู โดยตรง หากแต่พบการดำเนินงานด้านอัตลักษณ์ อาทิ ด้านลวดลาย รูปทรง ภาษา สถาปัตยกรรม การสื่อความหมาย ฯลฯ อีกทั้ง พบงานวิจัยด้านการบริหารจัดการการพัฒนาของที่ระลึกที่เชื่อมโยงปินตู กรือบัง มลายู (ธนพร แรกรุ่น, 2558; จินตะหลา เชื้อโชก และคณะ, 2563; อัปสร อีซอ และคณะ, 2568; Mohd Anuar et al., 2021) เป็นที่น่าสังเกตว่ายังขาดองค์ความรู้ หรือการศึกษาวิจัยถึงเคล็ดลับความสำเร็จ หรือการบริหารงาน กระบวนการทำงาน อันนำมาซึ่งความสำเร็จดังกล่าว ซึ่งเป็นเคล็ดลับความสำเร็จที่น่าศึกษาและเรียนรู้ เนื่องจากเป็นต้นแบบของการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ถึงขั้นสามารถเอาชนะคู่แข่งขันจำนวนมากและได้รับรางวัลชนะเลิศดังกล่าวจึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้ ภายใต้คำถามวิจัย “อะไรคือเคล็ดลับความสำเร็จการบริหารงานปินตู กรือบัง มลายูจังหวัดชายแดนใต้” โดยงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง การคงเสน่ห์อัตลักษณ์อย่างสร้างสรรค์และการสื่อสาร ปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

เพื่อศึกษาเคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1. แนวคิดซุ้มประตูชัย และปินตู กรือบัง มลายู

ประตูชัย (Triumphal Arch) มีต้นกำเนิดจากจักรวรรดิโรมันเพื่อเป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจและการประกาศชัยชนะทางทหาร (Kruse, 2018) โดยใช้ประติมากรรมบันทึกเหตุการณ์ประวัติศาสตร์เพื่อตอกย้ำความชอบธรรมของผู้นำ (Pollini, 2020; D'Amico, 2023) ก่อนจะถูกปรับบทบาทในสมัยใหม่ให้เป็นสัญลักษณ์แห่งสันติภาพและการรำลึกถึงบุคคลสำคัญ เช่น ประตูชัยในปารีสและเบอร์ลิน (Kruse, 2018) สำหรับบริบทท้องถิ่น “ปินตู กรือบัง มลายู” หมายถึงซุ้มประตูชัยสะท้อนอัตลักษณ์ของชาวมลายูในคาบสมุทรมลายู (ประพนธ์ เรืองณรงค์, 2558) มักสร้างขึ้นบริเวณทางเข้าชุมชนหรือศาสนสถานในช่วงเทศกาลฮารีรายอ ซุ้มประตูนี้ไม่เพียงแต่เป็นสถาปัตยกรรมชั่วคราวที่แสดงถึงความสามัคคีของคนในชุมชน แต่ยังเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างงานและรายได้ให้แก่พื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ

2. แนวคิดการบริหารงาน

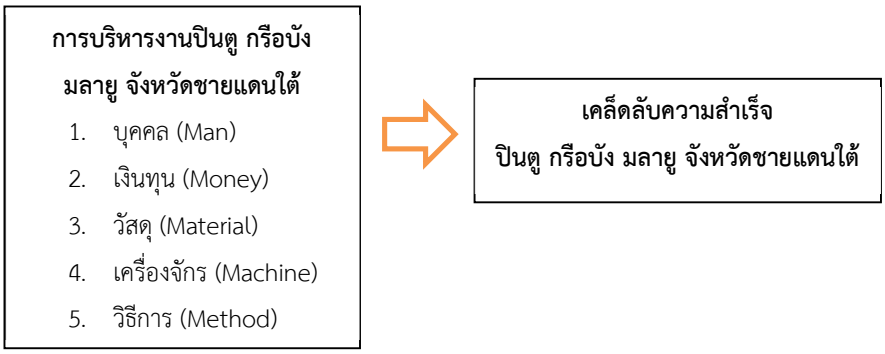
Peter F. Drucker ได้กล่าวว่า การบริหารงาน หมายถึง ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต (Drucker, 2022) ดังนี้ 1) บุคลากร (Man) ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ต้องเน้นการ

พัฒนาความรู้ ทักษะ และการบริหารอัตรากำลังเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดแก่โครงการ 2) เงินทุน (Money) ปัจจัยขับเคลื่อนกิจกรรมองค์กร ทั้งด้านค่าแรง วัสดุ และค่าดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ 3) วัสดุ (Material) ทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยยึดหลักการบริหารทรัพยากรให้เกิดประโยชน์คุ้มค่าและลดความสูญเปล่าสูงสุด 4) เครื่องจักรและอุปกรณ์ (Machine) เครื่องมือหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ช่วยเสริมขีดความสามารถของมนุษย์ ทั้งด้านความต่อเนื่อง ความแม่นยำ และมาตรฐานการทำงาน 5) วิธีการ (Method) กระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เป็นระบบ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการบรรลุเป้าหมายตามแผนงานที่กำหนด ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้แนวคิดการบริหารงาน 5 M ไม่จำกัดเฉพาะองค์กรที่แสวงหากำไร หากแต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรได้อีกด้วย โดยช่วยให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ผ่านการรณรงค์สร้างความร่วมมือแบบจิตอาสาหรือความสมัครใจต่างๆ (Drucker, 2023)

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ที่ผ่านมา ไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการบริหารงาน (หรือ 5 M) ปินตู กรือบัง มลายู โดยตรง หากแต่พบด้านการดำเนินงานด้านอัตลักษณ์ อาทิ ด้านลวดลาย รูปทรง ภาษา สถาปัตยกรรม การสื่อความหมาย ฯลฯ ดัง งานวิจัยของ ธนพร แรกรุ่น (2558) และ จินตะหลา เชื้อโชก และคณะ (2563, 450-462) สะท้อนว่ารหัสทางวัฒนธรรมและความหมายเชิงสัญลักษณ์บนสถาปัตยกรรมประตู ทำหน้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จัดเป็น วัตถุดิบสำคัญ (Material) ในการบริหารจัดการ โดยผู้บริหารต้องประยุกต์ลวดลายมงคลเพื่อสร้างจุดขายและเพิ่มคุณค่าให้โครงการ ซึ่งความเข้าใจในคติความเชื่อถือเป็นทักษะสำคัญของ บุคลากร (Man) ในการประสานความต้องการของชุมชนเข้ากับระบบการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับปินตู กรือบัง มลายู ของ อัปสร อีซอ และคณะ (2568) สะท้อนถึงการบริหาร กระบวนการทำงาน (Method) โดยถอดอัตลักษณ์มรดกท้องถิ่นมาเป็นทรัพยากรเชิงข้อมูล (Material) เพื่อสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์และผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เมธาวี จำเนียร (2564, 1-12) ที่ระบุว่าการสื่อสารแบรนด์ผ่านทุนวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการงบประมาณ (Money) เพื่อเปลี่ยนมรดกทางปัญญาให้ตอบสนองความต้องการของตลาดและสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ เช่นเดียวกับ จำเนียร ชุณหโสภาค และคณะ (2568, 123-140) ที่ชี้ว่าความสำเร็จต้องอาศัยศักยภาพของ บุคลากร (Man) เป็นตัวแปรหลัก โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของผู้นำศาสนา ชุมชน และคนรุ่นใหม่ ภายใต้ กระบวนการจัดการ (Management) ที่เน้นการสร้างความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งการมีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจนจะช่วยลดข้อจำกัดด้าน วัสดุอุปกรณ์ (Material) และนำไปสู่ความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมภายใต้กรอบการบริหารจัดการ 5M อย่างเป็นระบบ

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม รวบรวมข้อมูลวิจัยโดยมีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจทั้งระดับโครงสร้างและระดับความหมายเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเคล็ดลับความสำเร็จปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้ในที่นี้ จะเก็บข้อมูลจากมัสยิดที่ได้รับรางวัลใดรางวัลหนึ่งจากการประกวดผลงานปินตู กรือบัง มลายูฯ ปี 2566 และปี 2567 เท่านั้น อนึ่งเครื่องมือวิจัยได้รับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดยะลา รหัสจริยธรรมการวิจัย SCPHYLIRB-2567/538 ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนตุลาคม 2567 ถึงสิงหาคม 2568 ในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

1. กลุ่มเป้าหมายวิจัย

กลุ่มเป้าหมายวิจัยของงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย ประชากรวิจัย ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในการวางแผน และ/หรือดำเนินงานจนสำเร็จ (ส่งในนามมัสยิด) และนำมาซึ่งรางวัลใดรางวัลหนึ่งจากการประกวดผลงานปินตู กรือบัง มลายูฯ ปี 2566 และปี 2567 ทั้งนี้ข้อมูลหน่วยงานที่จัดประกวด จำนวนผู้ส่งผลงาน และจำนวนผลงานปินตู กรือบัง มลายูฯ ที่ได้รับรางวัล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลการจัดประกวดผลงานปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้ ช่วงปี 2566-2567 ที่ได้รับรางวัล

หน่วยงานที่จัดประกวด	จำนวนผู้ส่งผลงาน (ในนามมัสยิด)	จำนวนผลงานที่ได้รับรางวัล
ปี 2566 (ปีแรกที่มีการจัดประกวดปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้)		
ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้	31	5 รางวัล
สมัชชาประชาสังคมเพื่อสันติภาพ	40	5 รางวัล
อำเภอรือเสาะ	71	5 รางวัล
ปี 2567 (ปีล่าสุดที่มีการจัดประกวดปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้)		
สมัชชาประชาสังคมเพื่อสันติภาพ	803	5 รางวัล
รวม	**945**	20 รางวัล

ที่มา อับดุลรอซะ วรรณอาลี (สัมภาษณ์: 10 ตุลาคม 2567)

จากตารางที่ 1 กลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในการวางแผน และ/หรือดำเนินงานจนสำเร็จและนำมาซึ่งรางวัลใดรางวัลหนึ่งจากการประกวดผลงานปินตู กรือบัง มลายูฯ ปี 2566 และปี 2567 รวมประชากร 945 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ พบผลดังนี้

$$\frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ
N = จำนวนประชา
e = ค่าคลาดคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า

$$n = \frac{945}{1 + 945(0.05)^2}.$$

$$n = 281$$

จากการคำนวณ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 281 คน แต่เพื่อป้องกันการตอบกลับที่อาจไม่สมบูรณ์ จึงใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ไปยังมัสยิดที่ส่งผลงานเข้าประกวดและได้รับรางวัลซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 20 มัสยิดฯ ละ 15 คน กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการวางแผน และ/หรือดำเนินงานจนสำเร็จและนำมาซึ่งรางวัลใดรางวัลหนึ่งจากการประกวดผลงานปินตู กรือบัง มลายูฯ ปี 2566 และปี 2567 โดยกำหนดให้คละและหลากหลายตามบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบรวมถึงอายุ และเพศ

ส่วนงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มเป็นเครื่องมือวิจัย กลุ่มเป้าหมายวิจัยได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในการวางแผน และ/หรือดำเนินงานจนสำเร็จและนำมาซึ่งรางวัลชนะเลิศการประกวดผลงานปินตู กรือบัง มลายูฯ ปี 2566 และปี 2567 ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บข้อมูลจากมัสยิดที่ชนะเลิศการประกวด ปินตู กรือบัง มลายูฯ ดังนี้ 1) มัสยิดอิตตีฮาดุลฮุมมะห์ (บ้านบันนังซิแน) จังหวัด

ยะลา 2) มัสยิดนูรุลอิสลาม (บ้านบาโง) จังหวัดปัตตานี 3) มัสยิดดารุลอามีน (บ้านกูจิงลือปะ) จังหวัดนราธิวาส ซึ่งแต่ละแห่งกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์กลุ่มจากสมาชิก 5 คน ประกอบด้วย ประธานโครงการ ปินตู กรือบัง มลายูฯ รวมถึงหัวหน้าฝ่ายการเงิน ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายผลิต และฝ่ายสื่อสาร รวม 3 จังหวัด รวมกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 15 คน ในการสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อศึกษาเคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงานฯ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์วิจัยที่กำหนด งานวิจัยนี้ใช้ 2 เครื่องมือดังนี้

2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับมัสยิด ประกอบด้วยข้อมูลชื่อมัสยิดที่สร้างปินตู กรือบัง มลายูฯ หน่วยงานที่จัดประกวด และอายุมัสยิดนับตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปีที่ได้รับรางวัล โดยเป็นคำถามปลายปิดในลักษณะให้เลือกตอบข้อที่เป็นจริงมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว ตอนที่ 2 ข้อมูลเคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายูฯ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามจำแนกเป็น 5 ด้านย่อย (หรือ 5 M's) อันได้แก่ ด้านบุคคล (Man) ด้านเงินทุน (Money) ด้านวัสดุ (Material) ด้านเครื่องจักร (Machine) และด้านวิธีการ (Method) โดยข้อคำถามทั้งหมด เป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ แบ่งเป็น มีการดำเนินงานระดับมาก ปานกลาง น้อย และไม่มี (การดำเนินงาน)

2.2 แบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Interview Group) โดยเป็นคำถามปลายเปิดในการศึกษาข้อมูลเคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงานปินตู กรือบัง มลายูฯ ซึ่งจำแนกเป็น 5 ด้านย่อย อันได้แก่ ด้านบุคคล (Man) ด้านเงินทุน (Money) ด้านวัสดุ (Material) ด้านเครื่องจักร (Machine) และด้านวิธีการ (Method)

ทั้งนี้เครื่องมือวิจัยดังกล่าว ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเชิงโครงสร้างโดยผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจ ด้านมลายูอิสลาม และด้านการเป็นกรรมการประกวดปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้รวม 3 ท่าน จากนั้นจึงคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป รวมถึงปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try out) ด้านความเหมาะสมของการสื่อความหมายและหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับกับกลุ่มที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 ชุด และนำผลการทดลองมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) โดยแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.870 ส่วนแบบสัมภาษณ์กลุ่ม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.939 ซึ่งถือว่ามีคุณภาพ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของแบบสอบถาม ได้ดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ 1) ลงพื้นที่ติดต่อหน่วยงานที่จัดการประกวด ขอความอนุเคราะห์รายชื่อผู้ส่งผลงานปินตู กรือบัง มลายูเข้าประกวด รวมถึงที่อยู่มัสยิด เฉพาะที่ได้รางวัลทุกประเภท จากการประกวดปี 2566 และปี 2567 2) ส่งจดหมายขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม พร้อมแบบสอบถามไปยัง 20 มัสยิดที่ได้รับรางวัลจากการประกวด กำหนดมัสยิดละ 15 คน ใน

ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ซึ่งได้ดำเนินการตลอดเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2568 ส่วนแบบสัมภาษณ์กลุ่ม ได้ดำเนินการดังนี้ 1) ส่งจดหมายขอความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์กลุ่ม 2) ลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยเก็บรวบรวมข้อมูล 3 ครั้ง จากมัสยิดที่ชนะเลิศการประกวดจำแนกไปตามปินตู กรือบัง มลายูฯ ของแต่ละแห่ง ดังนี้ 1) มัสยิดอิตตีฮาดุลฮุมมะห์ (ยะลา) 2) มัสยิดนูรุลอิสลาม (ปัตตานี) 3) มัสยิดดารุลอามีน (นราธิวาส) ซึ่งได้ดำเนินการตลอดเดือนมกราคม 2568

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากงานวิจัยเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม จะถูกนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลอีกครั้ง ก่อนที่จะนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อทำการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแปลผลดังนี้ ค่าเฉลี่ย 3.26-4.00 หมายถึง มีการดำเนินงานระดับมากค่าเฉลี่ย 2.51-3.25 หมายถึง มีการดำเนินงานระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.76-2.50 หมายถึง มีการดำเนินงานระดับน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00-1.75 หมายถึง ไม่มีการดำเนินการ ส่วนข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม จะถูกนำไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) พร้อมวิเคราะห์สังเคราะห์ เปรียบเทียบถึงความเหมือนและความต่าง เขียนพรรณนาเชิงเหตุผล

ผลการวิจัย (Results)

ผลการวิจัย จำแนกตามวิธีการรวบรวมข้อมูลเป็นดังนี้

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างวิจัย พบว่ามีจำนวน 300 คน เกี่ยวกับมัสยิดที่สร้างปินตู กรือบัง มลายูฯ ที่ชนะเลิศการประกวดแต่ละแห่ง ทั้งมัสยิดอิตตีฮาดุลฮุมมะห์ (ยะลา) มัสยิดนูรุลอิสลาม (ปัตตานี) มัสยิดดารุลอามีน (นราธิวาส) คิดเป็นร้อยละ 33.33 ที่เท่าๆ กัน โดยหน่วยงานที่จัดประกวดปินตู กรือบัง มลายูฯ พบว่า เป็นสมัชชาประชาสังคมเพื่อสันติภาพ (CAP) คิดเป็นร้อยละ 75.50 ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) ร้อยละ 24.30 อายุมัสยิดนับตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปีที่ได้รับรางวัล พบว่า อายุมัสยิดมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 77.00 อายุมัสยิด 20 – 40 ปี ร้อยละ 23.00 ส่วนผลการวิจัยด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายูฯ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการบริหารงานปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้

ด้านการบริหารงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านบุคคล (Man) (เช่น ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบร่วม)	3.40	0.87	มาก
ด้านเงินทุน (Money) (เช่น การจัดสรรงบประมาณ การบริหารค่าใช้จ่าย และระบบบัญชีที่โปร่งใส)	3.00	0.86	ปานกลาง
ด้านวัสดุ (Material)	3.04	0.87	ปานกลาง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการบริหารงานปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้ **(ต่อ)**

(เช่น การจัดการทรัพยากรวัสดุ การระดมทรัพยากร และการใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า)			
ด้านเครื่องจักร (Machine) (เช่น การประยุกต์ใช้เครื่องมือ เทคโนโลยีสนับสนุน และอุปกรณ์เสริมในการดำเนินงาน)	2.63	0.70	ปานกลาง
ด้านวิธีการ (Method) (เช่น กระบวนการวางแผน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และการประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์)	2.87	0.67	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.99**	**0.42**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 2 พบว่า เคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายูฯ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 2.99, S.D. = 0.42) และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ด้านบุคคล เคล็ดลับความสำเร็จอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.40, S.D. = 0.87) ส่วนด้านวัสดุ เคล็ดลับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.04, S.D. = 0.87) และด้านเงินทุน ($\overline{X}$ = 3.00, S.D. = 0.86) เคล็ดลับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่ม

จากการสัมภาษณ์กลุ่ม จำแนกตามปินตู กรือบัง มลายูฯ มัสยิดที่ศึกษาในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศจากการประกวดปินตู กรือบัง มลายู 3 แห่ง ปรากฏผลดังนี้

2.1 ปินตู กรือบัง มลายู มัสยิดอิตตีฮาดุลฮุมมะห์ (บ้านบันนังซิแน) จังหวัดยะลา

ผลการศึกษาเคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายูฯ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านเงินทุน ด้านวัสดุ ด้านเครื่องจักร และด้านวิธีการ ปรากฏผลดังนี้

1) ด้านบุคคล (Man) การบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายู ที่นี่ มีการแบ่งคณะทำงานเป็นฝ่ายต่างๆ ที่ชัดเจน ประกอบด้วย ประธาน ฝ่ายการเงิน ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายผลิต และฝ่ายสื่อสาร ซึ่งแต่ละฝ่ายจะมีหน้าที่แตกต่างกัน 1) ประธานจะเป็นผู้ดำเนินการประชุมเพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ การแบ่งงานเสนอแบบเพื่อใช้ก่อสร้าง และกำหนดวันเริ่มก่อสร้าง มีการประชุมเพื่อติดตามความคืบหน้า รับฟังปัญหาอุปสรรครวมถึงหาทางแก้ไข 2) ฝ่ายการเงิน มีหน้าที่บริหารจัดการเรื่องเงิน ตั้งแต่การจัดหารายได้ การจัดหาแหล่งทุน การจัดสรรค่าใช้จ่าย การจัดทำของที่ระลึก รวมถึงการจัดเก็บเงิน โดยมีการจัดทำบัญชีรายรับ/รายจ่าย เพื่อให้สามารถรายงานผล รวมถึงตรวจสอบได้อย่างโปร่งใส 3) ฝ่ายออกแบบ มีหน้าที่ออกแบบให้มีความร่วมสมัย มีความคิดสร้างสรรค์ มีความโดดเด่น 4) ฝ่ายผลิต มีหน้าที่ก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบและเสร็จในเวลาที่กำหนด และ5) ฝ่ายสื่อสาร มีหน้าที่จัดทำสื่อทั้งในรูปแบบวิดีโอและภาพนิ่งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานปินตู กรือบัง มลายู มีการสื่อสารผ่าน Page Facebook หรือ TikTok ของมัสยิดหรือของสมาชิกกลุ่มฯ และการสื่อสารกับคนในชุมชนโดยตรงที่มัสยิดโดยเฉพาะละหมาดวันศุกร์

2) ด้านเงินทุน (Money) มีการตั้งกล่องรับบริจาคที่มัสยิดรวมถึงการขอรับบริจาคโดยตรง จากบุคลากรภาครัฐ บุคคลสำคัญที่มีชื่อเสียง รวมถึงชาวบ้านในพื้นที่ การบริจาคตามแต่จิตศรัทธา ยอดบริจาครวม 40,000 บาท อีกทั้งยังมีรายได้จากการจำหน่ายคูปองลุ้นโชค และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก อันได้แก่ พวงกุญแจ กระเป๋า เสื้อ แก้วน้ำ และเข็มกลัด ที่เชื่อมโยงลวดลายปินตู กรือบัง มลายูฯ ที่พัฒนา รวมรายได้ประมาณ 40,000 บาท นอกจากนี้ยังมีเงินรางวัลที่ได้จากการชนะประกวดปินตู กรือบัง มลายูฯ รวมเงินรางวัลทั้งสิ้น 40,000 บาท ซึ่งทั้งหมดมีการจัดทำบัญชีรายรับ/รายจ่าย และรายงานการใช้จ่ายงบประมาณต่อคณะกรรมการฯ ทุกครั้งที่มีการประชุม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ค่าใช้จ่ายหลักที่สำคัญ คือ ค่าเช่าพื้นที่ตั้งปินตู กรือบัง มลายูฯ บริเวณถนนใหญ่ เป็นเงิน 21,000 บาท เนื่องจากสถานที่ตั้งมัสยิดแคบ และมีพื้นที่จำกัดซึ่งไม่เอื้อต่อการจัดทำปินตู กรือบัง มลายูฯ ให้สวยงามอลังการได้

3) ด้านวัตถุดิบ (Material) วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่นำมาใช้ในการดำเนินงานสร้างปินตู กรือบัง มลายูฯ ได้รับการบริจาคหรือให้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน ห้างร้าน และผู้ประกอบการในพื้นที่ อาทิ วัตถุดิบประเภทสีน้ำ สีกระป๋อง แปรงทาสี แลกเกอร์ทาไม้ แลกเกอร์เคลือบเงา ตะปู กระดาษทราย ฯลฯ และวัตถุดิบประเภทไม้ เช่น ไม้ไผ่เบตง ไม้ตีนเป็ด ฯลฯ อย่างไรก็ตามมีวัตถุดิบกระจูดที่ต้องสั่งทำพิเศษจากในพื้นที่จังหวัดปัตตานีโดยตรงในการมาประดับหลังคาปินตู กรือบัง มลายูฯ

4) ด้านเครื่องจักร (Machine) เครื่องจักรที่นำมาใช้สร้างปินตู กรือบัง มลายูฯ ได้แก่ เลื่อยวงเดือน เลื่อยสว่าน ค้อน ฯลฯ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลยะรม และจากชาวบ้าน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลักษณะให้ยืม รวมถึงรถแม็คโครสำหรับปรับที่ดินเพื่อก่อสร้างปินตู กรือบัง มลายูฯ

5) ด้านวิธีการ (Method) มีการดำเนินการเป็นลำดับตั้งแต่การจัดประชุมคณะทำงาน การให้ความสำคัญกับโหวตเลือกมติตามเสียงข้างมาก เริ่มตั้งแบบปินตู กรือบัง มลายูฯ ประตูซุ้ม หลังคาซุ้ม ฯลฯ สี วัสดุที่จะนำมาใช้ การให้ผลตอบแทน สวัสดิการ การเฉลิมฉลอง และการประชาสัมพันธ์

2.2 ปินตู กรือบัง มลายู มัสยิดนูรุลอิสลาม (บ้านบาโง) จังหวัดปัตตานี

ผลการศึกษาเคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายูฯ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านเงินทุน ด้านวัสดุ ด้านเครื่องจักร และด้านวิธีการ ปรากฏผลดังนี้

1) ด้านบุคคล (Man) กลุ่มเยาวชนในชุมชนต้องการจัดสร้าง ปินตู กรือบัง มลายูฯ ด้วยเหตุนี้จึงได้มีการประชุมร่วมกันกับคณะกรรมการมัสยิด และจัดตั้งคณะกรรมการก่อสร้างโดยแบ่งคณะทำงานออกเป็น 7 ฝ่าย ได้แก่ ประธาน ฝ่ายการการเงิน ฝ่ายสื่อสาร ฝ่ายช่าง ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายสถาปัตยกรรม และฝ่ายอุปกรณ์ ซึ่งแต่ละฝ่ายจะมีประชุม ดำเนินงาน ติดตามงาน ประเมินผลกันอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านเงินทุน (Money) ดำเนินการโดยการจัดทำกล่องรับบริจาคตั้งที่มัสยิดฯ เพื่อใช้ระดมทุนจากชาวบ้านที่มาละหมาด รวมทั้งมีเปิดรับบริจาคตามแต่จิตศรัทธาจากผู้นำชุมชน บุคลากรหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่ทั้งรูปแบบเงินทองหรืออาหาร สิ่งของ วัตถุดิบ วัสดุต่างๆ อาทิ สี ปูน แลคเกอร์ ไฟประดับ หินกรวดเทพื้น ไม้ ฯลฯ คิดเป็นมูลค่าโดยรวมประมาณ 20,000 บาท อีกทั้งมีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนบริจาคผ่าน Page Facebook ปินตู กรือบัง มลายูฯ ของมัสยิดโดยตรง ทำให้คนใน

ชุมชนนอกพื้นที่ เช่น กรุงเทพฯ มาเลเซีย ฯลฯ รวมถึงมุสลิมของชุมชนอื่น ร่วมบริจาคเข้ามาอย่างต่อเนื่องได้เงินบริจาครวมทั้งสิ้น 38,000 บาท ทั้งนี้ ฝ่ายการเงินมีการจัดทำบัญชีอย่างโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

3) ด้านวัสดุ (Material) ที่นี่เน้นวัสดุที่สามารถจัดหาได้ในพื้นที่ การรับบริจาคจากเจ้าของพื้นที่ ร้านค้าที่จำหน่ายโดยตรงเป็นหลัก อาทิ ไม้ทุเรียน ไม้สะเดา ไม้ต้นโอน ไม้ต้นตาล ไม้นิบง สิ่งของ/วัสดุประเภท สี ปูน แลคเกอร์ ไฟประดับ และหินกรวด และมีวัสดุผลิตบางอย่างยังคงจำเป็นต้องจัดซื้อเข้ามาเพิ่ม เช่น ตะปู สกรู พู่กัน ลวดเย็บ สายไฟ หลอดไฟ ฯลฯ

4) ด้านเครื่องจักร (Machine) ในส่วนของเครื่องจักรต่างๆ ได้รับความอนุเคราะห์จากช่างในพื้นที่ให้ยืมใช้ เช่น เครื่องเลื่อยผ่าไม้ สว่าน เครื่องปั๊มลม สายไฟ และดอกไฟ ฯลฯ

5) ด้านวิธีการ (Method) วิธีการทำงานเน้นการทำงานเป็นทีม การจัดประชุม จัดตั้งคณะทำงาน การโหวตเลือกแบบ การประชาสัมพันธ์ การรับบริจาค รวมถึงจิตอาสา การรวมตัวทำงานของช่างผู้ชำนาญในพื้นที่ อาทิ ช่างไม้ ช่างแกะสลัก ช่างปูน ช่างยนต์ (ช่วยด้านงานเชื่อม) ช่างสี ฯลฯ การหารายได้เพิ่มโดยเปิดให้เช่าล็อคหรือบูธจำหน่ายสินค้า การเปิดกล่องรับบริจาคบริเวณปินตู กรือบัง มลายูฯ

2.3 ปินตู กรือบัง มลายู มัสยิดดารุลอามีน (บ้านกูจิงลือปะ) จังหวัดนราธิวาส

ผลการศึกษาเคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายูฯ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านเงินทุน ด้านวัสดุ ด้านเครื่องจักร และด้านวิธีการ ปรากฏผลดังนี้

1) ด้านบุคคล (Man) ก่อนเริ่มต้นเดือนรอมฎอนคณะกรรมการมัสยิดฯ และชาวบ้านร่วมประชุมเพื่อโหวตขอมติถึงการจัดสร้างและแนวคิดแบบปินตู กรือบัง มลายูฯ จากนั้นจึงมีการจัดตั้งคณะทำงาน ซึ่งแบ่งเป็น 4 ฝ่าย ประกอบด้วย ฝ่ายออกแบบ/ฝ่ายผลิต ฝ่ายช่าง ฝ่ายการเงิน และฝ่ายมวลชน โดย 1) ฝ่ายออกแบบ/ฝ่ายผลิต ทำหน้าที่ออกแบบปินตู กรือบัง มลายูฯ รวมถึงนำแบบที่ได้ไปเช็คกับเกณฑ์ของหน่วยงานที่จัดประกวดเพื่อให้ได้แบบที่ตอบโจทย์เกณฑ์การประกวดมากที่สุด 2) ฝ่ายช่าง มีการประชุมเพื่อกำหนดหัวหน้าและทีมงานที่รับผิดชอบงานโดยแบ่งเป็น 4 โซน ดังนี้ งานผลิตส่วนตรงกลาง (ล่าง) ส่วนด้านข้างปีกซ้าย ส่วนด้านข้างปีกขวา และส่วนบนของปินตู กรือบัง มลายูฯ มีการประชุมรายงานความคืบหน้าหากมีปัญหาประธานและทีมงานช่างจะช่วยกันแก้ไขปัญหาร่วมกัน 3) ฝ่ายการเงิน ทำหน้าที่บริหารเงินทั้งหมดทั้งในส่วนของรายรับและรายจ่าย ซึ่งงบประมาณจะถูกจัดสรรเพื่อใช้ในการเตรียมงานการก่อสร้าง และใช้เพื่อการตกแต่ง 4) ฝ่ายมวลชน ทำหน้าที่สื่อสารประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปินตู กรือบัง มลายู ผ่าน Page Facebook ของมัสยิดเป็นหลัก อาทิ ข่าวการรับสมัคร จิตอาสาการทำงาน การร่วมบริจาคในรูปของเงินและ/หรือสิ่งของ การรายงานความก้าวหน้าของการดำเนินงานก่อสร้าง รวมถึงการประกวด ฯลฯ

2) ด้านเงินทุน (Money) มีเงินทุนเดิมบางส่วนที่ได้มาจากการจำหน่ายอาหารในกิจกรรมกีฬา กิจกรรมวัฒนธรรม เงินรางวัลที่ได้จากการประกวดปินตู กรือบัง มลายูฯ และเงินรางวัลที่ได้จากการประกวดชุดมาลายู ของปีที่ผ่านมา รวมถึงเงินที่ได้จากการบริจาคสนับสนุนของผู้นำชุมชน และผู้นำท้องถิ่น รวมเงินทุนเดิมทั้งสิ้น 15,000 บาท อย่างไรก็ตาม จากการประชาสัมพันธ์รับบริจาคผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็น Page

Facebook ของหมู่บ้าน ทำให้เงินบริจาครวม 23,000 บาท เมื่อนำไปรวมกับเงินทุนเดิม ทำให้มีเงินใช้จ่ายในการดำเนินงานสร้างปินตู กรือบัง มลายูฯ รวมทั้งสิ้น 38,000 บาท

3) ด้านวัสดุ (Material) เน้นใช้วัตถุดิบหรือวัสดุในหมู่บ้านหรือชุมชนเป็นหลัก โดยวัตถุดิบประเภทไม้ ได้รับการบริจาคจากชาวบ้านที่ตัดให้เรียบร้อยแล้ว อย่างไรก็ตามวัตถุดิบหรือวัสดุบางอย่างก็ยังคงจำเป็นที่ต้องจัดซื้อ เช่น ตะปู สกูร หลอดไฟ นาฬิกา ฯลฯ

4) ด้านเครื่องจักร (Machine) เครื่องจักรที่จำเป็นต้องใช้ ช่างที่รับผิดชอบงานก่อสร้างปินตู กรือบัง มลายูฯ จะนำมาเอง หรือหากไม่มี จะขอยืมคนในชุมชนมาใช้ก่อน ทั้งนี้เครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างได้แก่ สว่าน วงเดือน เลื่อย วงกบ รถเครน ฯล

5) ด้านวิธีการ (Method) คณะกรรมการมัสยิด และชาวบ้านมีการประชุมระดมความคิดเห็นรวมถึงลงมติในการก่อสร้างปินตู กรือบัง มลายูฯ ล่วงหน้าสามเดือนเข้าสู่เดือนรอมฎอน จากนั้นเป็นการออกแบบโดยทำการระดมช่างผู้ชำนาญในชุมชนทั้งช่างไม้ ช่างแกะสลัก ช่างทาสี ฯลฯ เข้ามาช่วยในการก่อสร้าง โดยมีการแบ่งงานกันทำตามความถนัดในแต่ละส่วนงานอย่างชัดเจน ก่อนที่จะนำมาประกอบกันเป็นภาพรวมปินตู กรือบัง มลายูฯ ทั้งนี้เริ่มดำเนินการก่อสร้างช่วงเดือนรอมฎอนตั้งแต่กลางคืนหลังละหมาดตะลาเวะจนถึงเที่ยงคืน หากติดขัดปัญหา ประธานและทีมงานช่างมืออาชีพจะช่วยแก้ไขปัญหา ซึ่งตลอดการดำเนินการฯ จะมีเยาวชนที่เชี่ยวชาญด้านงานสื่อสารออนไลน์ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ขอรับการบริจาคสนับสนุน รวมถึงรายงานความคืบหน้าของการก่อสร้างผ่านสื่อ Page Facebook ทั้งของมัสยิดและหมู่บ้าน อีกทั้งภายหลังการได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวด คณะกรรมการดำเนินงานฯ มีการจัดทำของที่ระลึกเป็นเสื้อกีฬาสกรีนภาพปินตู กรือบัง มลายูฯ จำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกในงานกีฬาและงานวัฒนธรรมของโรงเรียนอีกด้วย

ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ประเด็นด้านการบริหารจัดการสู่ความสำเร็จของ "ปินตู กรือบัง มลายู" ทั้ง 3 แห่ง พบ ประเด็นร่วม ที่สำคัญคือ กระบวนการก่อสร้างเริ่มต้นในเดือนรอมฎอนเพื่อเป้าหมายการเฉลิมฉลองในเทศกาลฮารีรายออีดิฏฟิตรีต่อเนื่องถึงฮารีรายออีดิฏอัฎฮา มีโครงสร้างการทำงานและกลไกการติดตามงานที่ชัดเจนโดยใช้มัสยิดเป็นศูนย์กลางในการสื่อสาร ด้านการบริหารทรัพยากรมีการระดมทุนผ่านชุมชน (เฉลี่ย 30,000-40,000 บาทต่อแห่ง) เน้นวัสดุและแรงงานจิตอาสาในท้องถิ่นร่วมกับเครือข่ายผู้นำเยาวชน และผู้ประกอบการ ประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์ (Facebook) ร่วมกับสื่อกระจายเสียงมัสยิดในการประชาสัมพันธ์ ควบคู่กับระบบบัญชีที่โปร่งใสและการจัดกิจกรรมฉลองความสำเร็จ ขณะที่ ประเด็นความต่างอยู่ที่การบริหารจัดการพื้นที่ โดยมัสยิดอิตตีฮาดุลฮุมมะห์ (ยะลา) มีการเช่าพื้นที่ข้างเคียงเพิ่มเติมสำหรับการก่อสร้าง ในขณะที่อีกสองแห่งดำเนินการในพื้นที่หน้ามัสยิดโดยตรง

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

จากการวิจัย สามารถอภิปรายผลถึง 3 ลำดับหลัก ทั้งทางด้านบุคคล ด้านวัสดุ และด้านเงินทุน ที่เป็นเคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงานปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้ ดังนี้

1. ด้านบุคคล (Man) ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานด้านบุคคล (Man) จัดเป็นเคล็ดลับความสำเร็จ ปินตู กรือบัง มลายูฯ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.40, S.D. = 0.87) โดยปินตู กรือบัง มลายูฯ ที่ประสบความสำเร็จชนะเลิศการประกวดล้วนมีโครงสร้างคณะทำงานหรือการแบ่งหน้าที่งานที่ชัดเจน รวมถึงมีการประชุมติดตามงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านบุคคลรวมถึงการจัดการด้านบุคคลเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ที่ไม่จำกัดเฉพาะองค์กรที่แสวงหากำไร หากแต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรได้อีกด้วย โดยช่วยให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด (Drucker, 2023) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sriwapee et al. (2025, 113-136) ที่วิจัยเรื่องแนวทางของประเทศไทยในการรักษาสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ที่พบว่า การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น และการบริหารจัดการที่ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ เป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างการเติบโตและความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลการวิจัยเป็นไปในทิศทางเดียวกันหากแต่เป็นไปในเชิงลบสอดคล้องกับงานวิจัยของ จำเนียร ชุณหโสภาค และคณะ (2568, 123-140) ที่วิจัยเรื่อง ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนสองฝั่งคลอง โดยผลการวิจัย พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ คือ การขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน ขาดการกำหนดแนวทางการดำเนินการที่ชัดเจนทั้งจากภาครัฐ และเอกชน

2. ด้านวัสดุ (Material) ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานด้านวัสดุ จัดเป็นเคล็ดลับความสำเร็จ ปินตู กรือบัง มลายูฯ อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.04, S.D. = 0.87) ซึ่งเมื่อวิจัยเชิงลึกพบว่า มีการระดมวัสดุจากชุมชนอย่างหลากหลาย เน้นใช้วัสดุและแรงงานท้องถิ่นเป็นหลัก ผ่านการรับบริจาค รวมถึงจิตอาสา และการยืมเครื่องมือจากเครือข่ายชุมขน ซึ่งได้รับความร่วมมืออย่างดีจากผู้นำ เยาวชน ช่างผู้ชำนาญงาน ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ที่เป็นเช่นนี้สามารถอธิบายได้ว่า วัสดุดำเนินงานจัดเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดต้นทุนและส่งผลต่อคุณภาพโดยรวมของผลงาน อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ และทุนทางวัฒนธรรม ที่ได้สั่งสมและสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ก่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์สะท้อนภูมิปัญญา ความเชื่อ และวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่น เมธาวี จำเนียร (2564, 1-12) ทำให้หลายคนเห็นความสำคัญ หากแต่ไม่ห่วงกังวลในเรื่องวัสดุมากนัก เนื่องจากมีใช้อย่างเพียงพอ ผลจึงออกมาในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์ (2566, 57-71) ที่พบว่าด้านการบริหารวัสดุ (Material) ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ด้านเงินทุน (Money) จากผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานด้านเงินทุน จัดเป็นเคล็ดลับความสำเร็จ ปินตู กรือบัง มลายูฯ อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.00, S.D. = 0.86) ซึ่งเมื่อศึกษาเชิงลึกพบว่าเคล็ดลับความสำเร็จอยู่ที่การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ที่เป็นเช่นนี้สามารถอภิปรายได้ว่า เรื่องของเงินทุน หลายคนตระหนักถึงความจำเป็นและความสำคัญ อย่างไรก็ตาม ด้วยการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ที่อยู่ภายใต้มิติด้านศาสนาอิสลามกำกับ ซึ่งต้องบริสุทธิ์ใจ (อิคลาส) ในเจตนาที่ทำทุกอย่างเพื่ออัลลอฮ์ “เนื่องจากพระองค์ทรงรอบรู้สิ่งที่อยู่ในชั้นฟ้าทั้งหลายและแผ่นดิน

และทรงรอบรู้สิ่งที่พวกเจ้าปกปิดและสิ่งที่พวกเจ้าเปิดเผย และเป็นผู้ตอบแทนตามกรรมหรือการกระทำที่ทำไว้ (ซูเราะห์ At-Taghabun)" Quran.com (2568) หลายคนจึงไม่กังวลด้านเงินทุนมากนัก ด้วยเชื่อในกฎแห่งกรรม ผลจึงออกมาในระดับปานกลาง แตกต่างจากผลการศึกษาของ พิมพ์ประภัทร สกุลภัทร์เตชิน และคณะ (2568, 29-40) ที่พบว่า การบริหารด้านงบประมาณ (Money) ส่งผลต่อการบริหารทรัพยากรของหน่วยงานรัฐในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สรุป (conclusion)

เคล็ดลับความสำเร็จด้านการบริหารงาน ปินตู กรือบัง มลายู จังหวัดชายแดนใต้ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 2.99, S.D. = 0.42) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านย่อย พบว่า ด้านบุคคล เคล็ดลับความสำเร็จอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.40, S.D. = 0.87) ส่วนด้านวัสดุ ($\overline{X}$ = 3.04, S.D. = 0.87) และด้านเงินทุน ($\overline{X}$ = 3.00, S.D. = 0.86) เคล็ดลับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เมื่อศึกษาเชิงลึกพบว่าเคล็ดลับความสำเร็จจำเป็นต้องมีโครงสร้างคณะทำงาน รวมถึงการแบ่งหน้าที่งานที่ชัดเจน มีการประชุมติดตามงานอย่างสม่ำเสมอโดยใช้มัสยิดเป็นศูนย์กลาง มีใช้วัสดุและแรงงานท้องถิ่นเป็นหลัก มีการใช้สื่อออนไลน์และออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่โปร่งใส ตรวจสอบได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยประกอบด้วย ด้านนโยบายควรผลักดัน "ปินตูกรือบัง" สู่ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ผ่านมาตรการจูงใจและกลไกสนับสนุนเชิงบูรณาการจากภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม ด้านเกณฑ์การประกวดควรเพิ่มตัวชี้วัดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมที่สะท้อนการปฏิบัติงานจริงทุกมิติ และด้านอัตลักษณ์สร้างสรรค์ควรเน้นสื่อสารจุดเด่นที่แตกต่างเพื่อสร้างเอกลักษณ์เชิงท่องเที่ยวและขีดความสามารถการแข่งขันเชิงการประกวด สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรต่อยอดเชิงพาณิชย์โดยวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ "ปินตูกรือบัง" เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน รวมถึงดำเนินการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อสร้างรูปแบบแหล่งเรียนรู้ทางสังคม (Social Lab Model) ในการสืบสานและถ่ายทอดภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสู่อนุชนรุ่นหลัง

เอกสารอ้างอิง (References)

จำเนียร ชุณหโสภาค, เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร, ชเนตตี พิพัฒนางกูร, ทิพนาถ ชารีรักษ์, และ อรอุมา บุตรเริ่ม. (2568). ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนสองฝั่งคลอง. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8*(2), 123-140. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/hsrnj/article/view/283103/190489

จินตะหลา เชื้อโชก, ชัยบูรณ์ ศิริธนะวัฒน์, และ พรรณชลัท สุริโยธิน. (2563). องค์ประกอบสถาปัตยกรรมปะตูไช ในนครหลวงเวียงจันทน์ ส.ป.ป. ลาว. *สาระศาสตร์, 3*(2), 450–462. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sarasatr/article/view/241648/166251

ธนพร แรกรุ่น. (2558). *ลวดลายประดับบนซุ้มประตูชิโน-ปอร์ตุกิสในปีนัง.* สารนิพนธ์ปริญญาตรี, สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ประพนธ์ เรืองณรงค์. (2558). *ชื่อบ้านนามเมืองภาษามลายูในคาบสมุทรภาคใต้ของไทย.* https://www.damrong-journal.su.ac.th/upload/pdf/81_1.pdf.

พิมพ์ประภัทร สกุลภัทร์เตชิน, กฤษณ์ ภูรีพงศ์, สมคิด ศรีสิงห์, สุนิมิต ชุ่มพงษ์, และ ปราโมทย์ สิทธิจักร. (2568). การบริหารทรัพยากรองค์กรเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนของเทศบาลตำบลบ้านคลอง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารโพธิศาสตร์ปริทัศน์, 5*(1), 29-40. https://so09.tci-thaijo.org/index.php/BRJ/article/view/6405/4134

เมธาวี จำเนียร. (2564). อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ กรณีศึกษา การแสดงรำโทนนกพิทิด. *วารสารราชพฤกษ์, 19*(2), 1-12. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Ratchaphruekjournal/article/view/250722/171644

วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร. (2568). ประกาศวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร เรื่อง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์. คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์.

อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9*(6), 57-71. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/article/view/261726/180164

อัปสร อีซอ, ซัมซียาห์ คาเดร์, อนัน วาโซ๊ะ, สูฮัยลา บินสะมะแอ และพารีดา หะยีเตะ (2568). *การพัฒนาตราสัญลักษณ์สำหรับของที่ระลึก ปินตู กรือบัง มลายู มัสยิดบ้านน้ำใส จังหวัดปัตตานี*. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrics, 16(3), 297–334.

D'Amico, G. (2023). *Roman Imperial Monuments and Identity: The Arch and the Creation of Romanitas.* Routledge.

Drucker, P. F. (2023). *The effective executive*. (New ed.). HarperBusiness. (Original work published 1967)

Drucker, Peter F. (2022). *Peter F. Drucker on Management Essentials.* Kindle Edition.

Kruse, A. (2018). *Roman Triumphs and Public Spectacle: A Study of the Reliefs on Roman Triumphal Arches*. Routledge.

Pollini, J. (2020). *From the Triumph to the Arch: Roman Architectural and Sculptural Narratives.* Oxford University Press. Prentice-Hall International Inc.

Quran.com. (2568). *At-Taghabun*. https://quran.com/th/at-taghabun.

Sriwapee, K., Kenaphoom, S., Ruangchai, N., Insumran, Y., Pawala, T., Jumroenpat, P., & Kaewlamai, S. (2025). Thailand as a World Top Tourism Destination: Balancing Growth with Environmental and Cultural Preservation. *International Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism, 9*(1), 113-136. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/ijmmt/article/view/288693/189650

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

การพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตร อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่

Participatory Development of Digital Marketing Channel to Promote Agro-Tourism in Omkoi District, Chiang Mai Province

สวิชญา ศุภอุดมฤกษ์[1*], อรจนา แสนไชย จันทรประยูร[1], ธนิยาภรณ์ ศรีหาตา[2], จิราภา สุภา[2], จักรพงษ์ พวงงามชื่น[3]

Savichaya Supa-udomlerk[1*], Onjana Sanchai Chantraprayoon[1], Taniyabhorn Srihata[2], Chirapa Supa[2], Jukkaphong Poung-ngamchuen[3]

[1]คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290

[1]School of Tourism Development, Maejo University

63 Moo 4, Nong Han Subdistrict, San Sai District, Chiang Mai Province 50290

[2]คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290

[2]Faculty of Liberal Arts, Maejo University

63 Moo 4, Nong Han Subdistrict, San Sai District, Chiang Mai Province 50290

[3]คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290

[3]Faculty of Agricultural Production, Maejo University

63 Moo 4, Nong Han Subdistrict, San Sai District, Chiang Mai Province 50290

***รับบทความ**: 17 กันยายน 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 19 มีนาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 เมษายน 2569*

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: savichaya@gmaejo.mju.ac.th

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรของนักท่องเที่ยว ประเมินความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลและทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชน รวมถึงพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมสำหรับการท่องเที่ยววิถีเกษตรของแกนนำชุมชน เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์กับนักท่องเที่ยววิถีเกษตร 150 คน และแบบประเมินตนเองสำหรับแกนนำชุมชน 30 คน โดยใช้เทคนิค A-I-C สำหรับการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติ Paired Sample t-test ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจาก Facebook (ร้อยละ 88.00) ค้นหาข้อมูลสินค้าชุมชนจาก Shopee (ร้อยละ 88.67) ผ่านโทรศัพท์มือถือ (ร้อยละ 91.33) ต้องการข้อมูลวิถีเกษตรชุมชน (ร้อยละ 87.33) และข้อมูลที่พักของเกษตรกร (ร้อยละ 84.00) ก่อนการพัฒนา พบว่า แกนนำชุมชนไม่มีความรู้ในการวางแผนการตลาดดิจิทัล และไม่มีทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ผู้วิจัยใช้การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการร่วมกับการประชุมเชิงปฏิบัติการ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะด้านการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลของแกนนำชุมชน ซึ่งมี 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นเห็นคุณค่า (A) แกนนำชุมชนได้ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนกันทำให้ตระหนักถึงสถานการณ์ปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยว และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับขั้นปฏิสัมพันธ์ (I) แกนนำชุมชนได้ร่วมรับรู้ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ทำให้แกนนำชุมชนสามารถใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลได้ 2 ช่องทาง คือ 1) Page Facebook เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว และ 2) Shopee เพื่อใช้เป็นช่องทางในการขายสินค้าในชุมชน และขั้นควบคุม (C) แกนนำชุมชนได้ร่วมกันกำหนดผู้รับผิดชอบและวิธีการดูแลช่องทางการตลาดดิจิทัล ทำให้ได้ผู้ดูแล Page Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำนวน 4 คน จากตำบลอมก๋อย และตำบลยางเปียง และ Shopee เพื่อการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 1 คน จากตำบลยางเปียง ผลการศึกษาความรู้และทักษะแกนนำชุมชนหลังการพัฒนา พบว่า แกนนำชุมชนมีความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลเพิ่มขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (t=41.48, Sig=0.000**) และทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพิ่มขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 (t=7.81, Sig=0.000**)

คำสำคัญ

ช่องทางการตลาดดิจิทัล การมีส่วนร่วม การท่องเที่ยววิถีเกษตร สื่อประชาสัมพันธ์ สินค้าชุมชน

***Received**: September 17, 2025* ***Revised**: March 19, 2026* ***Accepted**: April 28, 2026*

Abstract

This research aimed to investigate the behaviors and requirements of tourists regarding agro-tourism public relations (PR) media; assess the digital marketing planning knowledge and digital PR production skills of community leaders; and develop as well as evaluate participatory digital marketing channels for community-led agro-tourism using a mixed methods approach. Data were collected via online questionnaires from 150 agro-tourists and self-assessment forms from 30 community leaders. The Appreciation-Influence-Control (A-I-C) technique was employed as a framework for developing the participatory digital marketing channels. Data analysis was performed using descriptive statistics and the Paired Sample t-test. The findings indicated that tourists predominantly accessed tourism information via Facebook (88.00%) and searched for community products through Shopee (88.67%), primarily via mobile devices (91.33%). Their information requirements focused on local agricultural lifestyles (87.33%) and farmstay accommodations (84.00%). Pre-development assessments revealed that community leaders lacked both digital marketing planning knowledge and digital PR media production skills. The researchers implemented a workshop training and group discussion integrated with a participatory development process, consisting of three stages: 1) Appreciation (A) Community leaders engaged in collaborative discussions to identify and acknowledge challenges in tourism management and community product distribution. 2) Influence (I) Leaders utilized survey insights into tourist behaviors and media requirements to strategically plan two digital marketing channels: (1) a Facebook Page for tourism promotion, and (2) a Shopee platform for community product sales. 3) Control (C) Responsibilities and maintenance protocols for these channels were collectively established, resulting in the appointment of four Facebook Page administrators from Omkoi and Yang Piang sub-districts and one Shopee administrator from Yang Piang sub-district. Post-development evaluations demonstrated that community leaders achieved a significant increase in digital marketing planning knowledge at a statistical significance level of 0.01 (t=41.48, Sig=0.000* * *). Furthermore, their digital PR media production skills significantly improved at the 0.01 level (t=7.81, Sig=0.000***).

Keywords

Digital Marketing Channel, Participation, Agro-tourism, Public Relations Media, Community Products

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย โดยในปี 2567 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามามากกว่า 35.55 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.27 เมื่อเทียบกับปี 2566 และสร้างรายได้รวมกว่า 1.8 ล้านล้านบาท (Tourism Authority of Thailand, 2567) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถสร้างรายได้ให้กับฟาร์มและชุมชนชนบท ช่วยเพิ่มความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจฐานราก และสามารถบูรณาการเข้ากับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน (พิมพ์ชนก พัฒนเกียรติ, 2563, 20–21) ซึ่งหากศึกษากรณีศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีบริบทการศึกษาใกล้เคียงกับพื้นที่วิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีแรงจูงใจสำคัญมาจากการต้องการสัมผัสประสบการณ์เรียนรู้ทางการเกษตร การได้กลับสู่ธรรมชาติ และความต้องการบริโภคอาหารออร์แกนิกเพื่อสุขภาพ (ณัฐกานต์ อัสโม, 2565, 40–42) นอกจากนี้ โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Bio-Circular-Green Economy : BCG) ยังถูกนำไปประยุกต์ใช้กับแหล่งเรียนรู้เกษตรปลอดภัย ซึ่งทำหน้าที่สองทางคือเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่สาธิตวิธีการเกษตรที่รักษ์สิ่งแวดล้อม (Green) ควบคู่กับการใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (กัลยกร สุขมา, 2566, 55–57)

อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่กว้างใหญ่เป็นอันดับสามของจังหวัด ด้วยเนื้อที่ประมาณ 1,312,394 ไร่ ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อน มีความสูงเฉลี่ยประมาณ 1,000 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง พื้นที่กว่าร้อยละ 98 อยู่ในเขตป่าไม้ ซึ่งประกอบด้วยป่าสงวนแห่งชาติและเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า (สำนักงานเกษตรอำเภออมก๋อย, 2565, 3) โดยมีพื้นที่อนุรักษ์ที่สำคัญคือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอมก๋อย ซึ่งเป็นผืนป่าที่อุดมสมบูรณ์และเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญ (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2560) ความสมบูรณ์ของระบบนิเวศทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง ได้แก่ ดอยม่อนจอง น้ำตกแม่ตื่นน้อย น้ำตกนางนอน และวัดแสนทอง ซึ่งประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภออมก๋อย ประสบปัญหาสำคัญด้านการสื่อสารทางการตลาดที่เกิดจากข้อจำกัด ซึ่งยังขาดทักษะด้านการสื่อสารและการสร้างแบรนด์ (Branding) ของคนในท้องถิ่น ทำให้นำเสนอจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ได้ไม่ชัดเจน โดยส่วนใหญ่ยังเป็นการขายสินค้าแบบดั้งเดิมที่ขาดการเล่าเรื่อง (Storytelling) เกี่ยวกับภูมิปัญญาชาติพันธุ์และวิถีเกษตรบนพื้นที่สูง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) ในมิติของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พบว่าการสื่อสารทางการตลาดของอำเภออมก๋อยยังเป็นลักษณะตั้งรับ (Passive Marketing) มากกว่าเชิงรุก เนื่องจากการขาดการเชื่อมโยงข้อมูลกับแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวระดับมหภาค ทำให้การรับรู้ข้อมูลถูกจำกัดอยู่เพียงกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มหรืออาศัยการบอกต่อเป็นหลัก (ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2566) ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ชุมชนไม่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองสู่ตลาดสากลได้

อย่างไรก็ตาม จากการประชุมเพื่อสำรวจความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ร่วมกับตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลอมก๋อย ตำบลยางเปียง และตำบลแม่หลอง ในปี 2566 พบว่า อำเภออมก๋อยยังขาดการพัฒนาเชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้ไม่โดดเด่นด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสนับสนุนจากหน่วยงานยังมีจำกัด และชุมชนขาดทักษะด้านการตลาด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก การพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมจึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างศูนย์กลางข้อมูล กระจายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับอำเภอ ซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงข้อมูลทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และการบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชุน ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้ เสริมสร้างการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อประเมินความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลและทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชน
3. เพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมสำหรับการท่องเที่ยววิถีเกษตรของแกนนำชุมชน

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

บริบทชุมชนใน 3 ตำบล (ตำบลแม่หลอง (ตำบลสบโขงเดิม) ตำบลยางเปียง และตำบลอมก๋อย)

ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนอมก๋อย อมก๋อยเป็นพื้นที่ที่มีความสูงจากระดับน้ำทะเลมาก อากาศเย็นสบายตลอดปี และเป็นถิ่นอาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลาย เช่น ปกาเกอะญอ (กะเหรี่ยง) และมูเซอ (ลาหู่) ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นี่จึงเป็นรูปแบบ "การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง (Highland Ethnic Community-Based Agritourism)" ชาวบ้านและชุมชนมีความเชื่อมั่นในการจัดการพื้นที่ให้มีความปลอดภัย สะอาด และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการทำเกษตรอินทรีย์และการพึ่งพิงป่า ทัศนคติของชุมชนต่อการท่องเที่ยวคือ "การท่องเที่ยวต้องช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรและไม่ถูกกดราคา" พร้อมทั้งเป็นเวทีให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2563)

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่โดดเด่น กิจกรรมในพื้นที่ทั้ง 3 ตำบลมีการผสมผสานระหว่างการเกษตร ธรรมชาติ และวิถีชุมชนอย่างลงตัว ดังนี้ 1) ตำบลยางเปียง โดดเด่นเรื่องการทำเกษตรในระบบอินทรีย์บนที่สูง โดยมี "กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์หนองสลาบ" ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้วิถีเกษตรปลอดภัย นอกจากนี้ยังเป็นจุดเชื่อมโยงสำคัญสู่ "ดอยม่อนจอง" ซึ่งมีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมูเซอร่วมกับหน่วยงานรัฐ นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตคนดูแลป่า การจัดการไฟป่าเชิงอนุรักษ์ ควบคู่ไปกับการเดินป่าชมธรรมชาติ (ศูนย์บริการการท่องเที่ยวดอยม่อนจอง, 2569 ; ประชาธรรม, 2569) 2) ตำบลอมก๋อย มีกิจกรรมเชิงเกษตรที่น่าทึ่ง คือการชมทัศนียภาพและวิถีการทำ "นาข้าวขั้นบันได" เช่นที่บ้านแม่ระมีด

น้อย ซึ่งสะท้อนภูมิปัญญาการจัดการน้ำและพื้นที่เกษตรกรรมบนเนินเขา นอกจากนี้ยังมีการเรียนรู้เรื่องการแปรรูปผลผลิตชุมชน เช่น การทอผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มสตรีพื้นเมือง และ 3) ตำบลแม่หลอง (ตำบลสบโขงเดิม) กิจกรรมในพื้นที่จะเน้นไปที่ระบบนิเวศการเกษตรแบบพึ่งพิงป่า (Agroforestry) เช่น การเดินป่าเพื่อเรียนรู้การหาของป่าตามฤดูกาลอย่างยั่งยืน การทำไร่หมุนเวียนที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม รวมถึงการเยี่ยมชมไร่กาแฟและชาที่ปลูกใต้ร่มเงาไม้ใหญ่ ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสายอนุรักษ์ได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้ (สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง, 2565)

การใช้การตลาดดิจิทัลและการสื่อสาร แม้จะอยู่ในพื้นที่ห่างไกล แต่ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอมก๋อยได้เริ่มนำเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลมาใช้ดังนี้ 1) การสร้างแพลตฟอร์มของชุมชน โดยมีการรวมกลุ่มและสร้างเว็บไซต์หรือแฟนเพจเพื่อใช้เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร ให้ข้อมูลข่าวสาร แจ้งกฎระเบียบและระบบจองคิวออนไลน์ 2) การตลาดแบบปากต่อปากบนโลกดิจิทัล (Digital Word-of-Mouth) ซึ่งชุมชนได้ประโยชน์จาก User-Generated Content (UGC) โดยนักเดินทาง บล็อกเกอร์ และยูทูบเบอร์ ที่เข้าไปสัมผัสพื้นที่แล้วนำภาพทิวทัศน์ นาขั้นบันได หรือวิถีชีวิตไปรีวิวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Lemon8 และเว็บไซต์ท่องเที่ยว ซึ่งเนื้อหาที่สื่อสารมักเน้นไปที่ "ความดิบ ความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ และวิถีชีวิตสโลว์ไลฟ์" (TheTripPacker, 2563)

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่บูรณาการการผลิตทางการเกษตร วิถีชีวิตชาวชนบท และวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว มีรากฐานมาจากการส่งเสริมของภาครัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชนบทและสร้างรายได้ให้เกษตรกร โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสและเรียนรู้กิจกรรมการเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การแปรรูปผลผลิต และการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านอย่างใกล้ชิด ซึ่งไม่เพียงสร้างความเพลิดเพลินและการพักผ่อน แต่ยังเพิ่มพูนความรู้ด้านการเกษตร และเสริมสร้างความภาคภูมิใจให้แก่เกษตรกรและชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งยังเน้นความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชนควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ รูปแบบกิจกรรมมีความหลากหลาย ตั้งแต่การสาธิตและถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตร การพักแรมในฟาร์มสเตย์เพื่อสัมผัสวิถีชีวิต ไปจนถึงการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงการเปิดลู่ทางธุรกิจใหม่ ๆ ให้ผู้ประกอบการ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นทั้งกลไกในการเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก และเป็นเวทีในการเชื่อมโยงความรู้ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่และเติบโตอย่างยั่งยืน (พิมพ์ชนก พัฒนเกียรติ, 2563, 15-22)

ความหมายของสื่อและการตลาดดิจิทัล สื่อดิจิทัลหมายถึงเนื้อหาหรือข้อมูลที่ถูกประมวลและจัดเก็บในรูปแบบรหัสฐานสอง (Binary Code) เพื่อนำไปใช้ในรูปภาพ เสียง วิดีโอ หรือสื่อผสมต่าง ๆ โดยอาศัยเทคโนโลยีฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ (รุ้งทิวา แสงสว่าง, 2563, 12) การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) หมายถึง การทำการตลาดรูปแบบหนึ่งที่อาศัยช่องทางดิจิทัลและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ (เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์) ร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ (เช่น เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย, อีเมล และแอปพลิเคชัน) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและโปรโมตสินค้าหรือบริการไปยังกลุ่มเป้าหมายบนโลกอินเทอร์เน็ต (มหาวิทยาลัย

เซาธ์อีสท์บางกอก, 2569) โดยอินเทอร์เน็ตมีบทบาททั้งในฐานะช่องทางการสื่อสาร การขาย การจัดจำหน่าย และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้บริโภค นอกจากนี้ยังช่วยในการวิจัยตลาด วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และวัดผลประสิทธิภาพของกิจกรรมทางการตลาด การตลาดดิจิทัลจึงกลายเป็นการสื่อสารธุรกิจที่เน้นความรวดเร็ว ความสะดวก และต้นทุนต่ำ อีกทั้งยังสร้างการมีส่วนร่วมและการตอบสนองแบบสองทางที่เป็นคุณค่าต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย เมื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและการดำเนินงานของธุรกิจ การตลาดดิจิทัลจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่สนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมในยุคปัจจุบัน (ณัฐพงษ์ วงศ์คำหอม, 2565, 20–22)

รูปแบบของสื่อดิจิทัลและการตลาดดิจิทัล รูปแบบของสื่อดิจิทัลสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอ (Presentation Digital Media) ซึ่งเน้นการสื่อสารทางเดียวเพื่อถ่ายทอดข้อมูลที่เตรียมไว้ เช่น การบรรยาย แนะนำองค์กร หรือเปิดตัวสินค้า และ รูปแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Digital Media) ที่เปิดให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมโดยตรงกับสื่อผ่านมัลติมีเดีย ไฮเปอร์มีเดีย ไปจนถึงเทคโนโลยีความจริงเสมือน (Virtual Reality) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่สมจริงยิ่งขึ้น (สุพิชชา จันทะคัด, 2563, 18–19) เมื่อนำสื่อดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับการตลาด ทำให้เกิดมิติใหม่ของการดำเนินงาน 5 ประการ ซึ่งประกอบด้วย 1) การเชื่อมต่อ (Connections) ที่ทำลายข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ 2) การปฏิสัมพันธ์ (Conversations) ที่นำไปสู่การสื่อสารสองทางและการทำวิจัยออนไลน์ขนาดใหญ่ 3) การร่วมกันสร้าง (Co-Creation) ที่ผู้บริโภคสามารถร่วมสร้างเนื้อหาหรือผลิตภัณฑ์ 4) การพาณิชย์ (Commerce) ที่ขับเคลื่อนผ่านอีคอมเมิร์ซ และ 5) การสร้างชุมชน (Community) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ปัณณภัสร์ สุริยจามร, 2564, 25–27) มิติทั้งห้านี้สะท้อนว่าการตลาดดิจิทัลไม่ใช่เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสารเชิงพาณิชย์ แต่ได้กลายเป็นระบบนิเวศแห่งการมีส่วนร่วมที่ส่งเสริมให้แบรนด์และผู้บริโภคสามารถสร้างคุณค่าร่วมกันได้

ปัจจัยสำคัญของ Digital Marketing ความสำเร็จของการตลาดดิจิทัลขึ้นอยู่กับการจัดการปัจจัยหลัก 4 ด้าน ดังนี้ 1) “การรู้จักตนเอง” ผ่านการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน (Goal) และสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Brand) ที่โดดเด่น เช่น Apple ที่วางตำแหน่งตนเองเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและการออกแบบ หรือ Kerry Express ที่เน้นจุดขายด้านความรวดเร็วและความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า 2) “การรู้จักลูกค้า” โดยการวิเคราะห์ Persona เส้นทางการตัดสินใจซื้อ (Customer Journey) และจุดสัมผัสดิจิทัล (Digital Touchpoint) เพื่อสร้างเนื้อหาและข้อเสนอที่ตอบโจทย์ความต้องการ 3) “การรู้จักตลาด” หรือการเลือกช่องทางการสื่อสารดิจิทัลที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับแรกบน Google (Search Engine Optimization: SEO) หรือการทำโฆษณาแบบเสียเงิน (Search Engine Marketing : SEM) ร่วมกับโซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มโอกาสการมองเห็นสินค้าและบริการ 4) “การวัดผลและทีมงาน” ซึ่งเน้นการใช้ตัวชี้วัด (KPI) ที่สอดคล้องกับเป้าหมายการตลาด เช่น จำนวนผู้เข้าชม การมีส่วนร่วม และอัตราการเปลี่ยนเป็นยอดขาย โดยมีทีมงานที่ทำงานร่วมกันเพื่อปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง การบริหารปัจจัยเหล่านี้อย่างบูรณาการทำให้ธุรกิจสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและบรรลุความสำเร็จในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธีร์จุฑา ศรีไชยยันต์, 2565, 21, 24-28; และชยพล คงได้, 2564, 15-22)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยความสำเร็จของการตลาดดิจิทัลมีกรอบแนวคิด 4 ด้าน ได้แก่ 1) การรู้จักตนเอง 2) การรู้จักลูกค้า 3) การรู้จักตลาด และ 4) การวัดผลและทีมงาน ควบคู่กับการทำงานเป็นทีมที่พร้อมนำข้อมูลมาปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

องค์ประกอบที่สำคัญของทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 5 ด้านหลัก คือ 1) การวางแผนและการคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning and Thinking) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องเริ่มต้นจากการกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และการเลือกใช้ช่องทางที่ชัดเจน การคิดเชิงกลยุทธ์ช่วยให้ผู้ผลิตสื่อสามารถออกแบบชิ้นงานที่ตอบโจทย์เป้าหมายขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความตระหนักรู้ การปรับเปลี่ยนทัศนคติ หรือการกระตุ้นพฤติกรรมของสาธารณชนได้อย่างแม่นยำและคุ้มค่า 2) การสร้างสรรค์เนื้อหาและการเล่าเรื่อง (Content Creation and Storytelling) ทักษะการเขียนและการเล่าเรื่องถือเป็นหัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ผู้ผลิตสื่อต้องมีทักษะในการแปลงข้อมูลที่ซับซ้อนให้กลายเป็นข้อความที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และสามารถดึงดูดอารมณ์ร่วมของผู้รับสารได้ การเล่าเรื่องที่ดี (Storytelling) จะช่วยสร้างความเชื่อมโยงและความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์หรือองค์กรในระยะยาว 3) การออกแบบทัศนศิลป์และกราฟิก (Visual and Graphic Design) ในยุคที่ผู้บริโภคเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำนวนมหาศาลต่อวัน การใช้ภาพกราฟิก อินโฟกราฟิก และการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่โดดเด่น จะช่วยดึงดูดความสนใจและทำให้ผู้รับสารจดจำเนื้อหาได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ทักษะนี้ต้องอาศัยความเข้าใจในทฤษฎีสี แสง เงา การใช้ตัวอักษร (Typography) และจิตวิทยาการมองเห็นของมนุษย์ 4) การผลิตสื่อดิจิทัลและมัลติมีเดีย (Digital Media and Multimedia Production) องค์ประกอบนี้ครอบคลุมถึงทักษะทางเทคนิคในการสร้างสรรค์สื่อรูปแบบต่างๆ เช่น การถ่ายภาพ การถ่ายทำวิดีโอ การบันทึกเสียง ตลอดจนการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อตัดต่อและตกแต่งสื่อ ผู้ผลิตสื่อจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับแต่งรูปแบบสื่อ (Format) ให้สอดคล้องกับธรรมชาติของแต่ละแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในปัจจุบัน และ 5) การวัดผลและการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อ (Media Analytics and Evaluation) ทักษะการผลิตสื่อไม่จบลงแค่การเผยแพร่ชิ้นงาน แต่ผู้ผลิตสื่อยุคใหม่จำเป็นต้องมีทักษะในการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (Analytics Tools) เพื่อวัดผลตอบรับ (Feedback) ยอดการเข้าถึง (Reach) และการมีส่วนร่วม (Engagement) การนำข้อมูลเชิงสถิติเหล่านี้มาวิเคราะห์จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้และนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาการผลิตสื่อในแคมเปญต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Smith, 2021; Wilcox et al., 2015; Lester, 2014; Freberg, 2022 และ Macnamara, 2018)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 5 มิติหลัก ได้แก่ 1) การคิดเชิงกลยุทธ์ 2) การสร้างสรรค์เนื้อหา 3) การออกแบบทัศนศิลป์ 4) การผลิตสื่อดิจิทัล และ 5) การวิเคราะห์ข้อมูลสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิค AIC เทคนิคกระบวนการมีส่วนร่วมแบบเอไอซี (Appreciation-Influence-Control: A-I-C) เป็นแนวคิดและกลวิธีในการประชุมกลุ่มอย่างสร้างสรรค์เพื่อการวางแผนและจัดการความเปลี่ยนแปลง ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดย William E. Smith โดยหัวใจสำคัญของเทคนิคนี้คือการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายได้ร่วมกันระดมสมอง แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และตัดสินใจร่วมกัน กระบวนการของ AIC จะแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลักที่ทำงานเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ประกอบไปด้วย 1) ขั้นตอน Appreciation (A)

หรือการสร้างความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเป็นเวทีสำหรับการเปิดใจรับฟัง แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เพื่อให้ทุกคนเห็นภาพรวม เข้าใจสถานการณ์ ข้อจำกัด และศักยภาพปัจจุบันร่วมกันอย่างรอบด้าน 2) ขั้นตอน Influence (I) หรือการสร้างอิทธิพลและแนวทาง ที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการอย่างเต็มที่ในการระดมสมอง กำหนดวิสัยทัศน์ และค้นหาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดในการแก้ไขปัญหา และ 3) ขั้นตอน Control (C) หรือการควบคุมและนำไปปฏิบัติ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนจากนามธรรมสู่รูปธรรม โดยนำแนวทางต่างๆ มาร่วมกันตัดสินใจ จัดลำดับความสำคัญ และกำหนดแผนปฏิบัติการที่ชัดเจนว่าใครต้องทำอะไร เมื่อไหร่ และอย่างไร เพื่อสร้างพันธสัญญาให้เกิดการลงมือทำและบรรลุเป้าหมายได้อย่างแท้จริง (Smith, 2009 และ ครรชิต พุทธโกษา, 2554)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า กระบวนการมีส่วนร่วมแบบ AIC มี 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ด้านการสร้างความเข้าใจ (Appreciation) ประเมินระดับการเปิดใจรับฟัง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) ด้านการสร้างแนวทาง (Influence) วัดผลการเปิดโอกาสให้ระดมสมอง การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์และค้นหาทางเลือกในการแก้ปัญหา และ 3) ด้านการควบคุมและนำไปปฏิบัติ (Control) สำรวจระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จัดลำดับความสำคัญ และการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติจริงที่ระบุชัดเจนว่าใครต้องทำอะไร เมื่อไหร่ เพื่อสร้างพันธสัญญาร่วมกัน

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ร่วมกับเทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ซึ่งได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตพื้นที่วิจัย ได้แก่ ตำบลแม่หลอง (ตำบลสบโขงเดิม) ตำบลยางเปียง และตำบลอมก๋อย อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ โดยสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) (สุวิมล ติรกานันท์, 2564, 208) โดยให้ผู้ช่วยวิจัยลงพื้นที่และเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ในพื้นที่ 3 ตำบล ซึ่งยินดีให้ข้อมูลโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ โดยผู้วิจัยได้คัดกรองนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้เกณฑ์การคัดกรองผู้ให้ข้อมูลเบื้องต้น 2 คำถาม คือ 1) ท่านเคยเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือไม่ และ 2) ท่านเคยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือสินค้าเกษตรหรือไม่ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (1977) (อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2564, 180)

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{e^2}$$

โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วน P = 0.10 (10%) และกำหนดยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ที่ e = 0.05 (5%) ซึ่ง n ≈ 138 คน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 150 คน เพื่อเพิ่มความแม่นยำและอำนาจทางสถิติ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์เพื่อความสะดวกในการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว

2. สมาชิกชุมชนที่มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือมีผลิตภัณฑ์แปรรูปที่พร้อมขาย ที่อาศัยอยู่ใน 3 ตำบลของอำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ท่องเที่ยววิถีเกษตรและมีผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ตำบลแม่หลอง (ตำบลสบโขงเดิม) ตำบลยางเปียง และตำบลอมก๋อย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควต้า (Quota Sampling) จำนวนไม่เกิน 30 คน (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2564, 185) เป็นการเลือกแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และกำหนดให้มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่มาจากทั้ง 3 ตำบลเป้าหมาย ซึ่งการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์ในการคัดกรองผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ 1) เป็นผู้ที่สมัครใจเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรผ่านเวทีการจัดประชุมเพื่อนำเสนอรายละเอียดโครงการของผู้วิจัย 2) สามารถพูด อ่าน และเขียนภาษาไทยได้ดี และ 3) เป็นผู้มีความสามารถพื้นฐานในการใช้อุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) มีเครื่องมือวิจัย 2 แบบ ดังนี้

1.1. แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยจัดทำในรูปแบบออนไลน์ สำหรับนักท่องเที่ยววิถีเกษตรที่เป็นชาวไทยหรือต่างชาติ ที่แปลเป็น 2 ภาษา โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม Scan QR Code เพื่อให้ข้อมูล ซึ่งข้อคำถามเป็นแบบปลายปิดและปลายเปิด ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ส่วนคือ **ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล** และ**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว** การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยดัชนีความสอดคล้องด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) พบว่า มีดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.96 ค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.87 จากนั้น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.2. แบบประเมินตนเอง (Self-Assessment) สำหรับแกนนำชุมชนเพื่อประเมินความรู้และทักษะแกนนำชุมชนด้านการวางแผนการตลาดและการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลซึ่งใช้ประเมิน ก่อนและหลัง กระบวนการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมโดยเป็นข้อคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิดประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ **ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลใน 4 ด้าน** คือ 1) รู้จักตนเอง (Goal & Brand) 2) รู้จักลูกค้า (Customer) 3) รู้จักตลาด (Channel) และ 4) การวัดผลลัพธ์และมีทีมที่ดี (KPI and Team) รวม 13 ข้อ (ดัดแปลงจาก ธีร์จุฑา ศรีไชย

ยันต์, 2565, 21–28) เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ คือ 0 = ไม่มีความรู้เลย 1 = ความรู้ในระดับน้อย 2 = มีความรู้ในระดับพอใช้ และ 3 = มีความรู้ในระดับมาก จากนั้น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก โดยมีการกำหนดช่วงคะแนน ได้แก่ 0.00–0.75 คะแนน = ไม่มีความรู้เลย 0.76–1.50 คะแนน=มีความรู้ในระดับน้อย 1.51–2.25 คะแนน = มีความรู้ในระดับปานกลาง และ 2.26 – 3.00 คะแนน = มีความรู้ในระดับมาก และ**ส่วนที่ 3 ทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลใน 5 ด้าน** คือ 1) การใช้อุปกรณ์สื่อสาร 2) การใช้คอมพิวเตอร์/ซอฟแวร์ 3) การออกแบบเนื้อหาในสื่อ 4) การพัฒนาภาพนิ่งและสื่อสิ่งพิมพ์ และ 5) การพัฒนาสื่อภาพเคลื่อนไหวท่องเที่ยว รวม 36 ข้อ โดยเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ คือ 0 = ไม่มีทักษะเลย 1 = มีทักษะในระดับน้อย 2 = มีทักษะในระดับพอใช้ 3 = มีทักษะในระดับมาก จากนั้น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก โดยมีการกำหนดช่วงคะแนน ได้แก่ 0.00–0.75 คะแนน = ไม่มีทักษะเลย 0.76–1.50 คะแนน = มีทักษะในระดับน้อย 1.51–2.25 คะแนน = มีทักษะในระดับปานกลาง และ 2.26–3.00 คะแนน = มีทักษะในระดับมาก (สุวิมล ติรกานันท์, 2564, 155) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยดัชนีความสอดคล้องด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) พบว่า มีดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.98 ค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.89 ส่วนการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัล และทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชนก่อนและหลังการพัฒนาด้วยสถิติ Paired Sample t-test

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ผู้วิจัยใช้เทคนิค A-I-C (Appreciation, Influence, and Control) ร่วมกับการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Group Discussion) และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training) ในการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมสำหรับการท่องเที่ยววิถีเกษตร ซึ่งมีตัวแปรในกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วม ประกอบไปด้วย 1) รู้จักตนเอง (Goal & Brand) 2) รู้จักลูกค้า (Customer) 3) รู้จักตลาด (Channel) และ 4) มีการวัดผลลัพธ์และมีทีมที่ดี (KPI and Team) จากนั้น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุป โดยเริ่มจากการลดทอนขนาดข้อมูล (Data Reduction) และใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytical Induction) ซึ่งเป็นการสร้างข้อสรุปจากข้อมูลส่วนย่อยไปสู่ภาพรวม จากนั้นจึงเรียบเรียง จัดหมวดหมู่ และจำแนกข้อมูลอย่างเป็นระบบ (Typological Analysis) และเปรียบเทียบข้อมูลประเด็นของความสอดคล้อง (Logical Descriptive Analysis) เพื่อสร้างข้อสรุปและตีความประกอบกับการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงความหมาย (Content Analysis) และนำข้อมูลทั้งหมดมาเชื่อมโยงความสัมพันธ์เพื่อนำเสนอในรูปแบบพรรณนา (สุวิมล ติรกานันท์, 2564, 252-255; นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2564, 215-218)

ผลการวิจัย (Results)

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.67) มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี (ร้อยละ 53.33) เดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 2.99 วันต่อครั้ง เฉลี่ย 1.64 ครั้งต่อปีในช่วงเดือนมกราคม (ร้อยละ 82.00) โดยเกือบทั้งหมดจะเลือกซื้อสินค้าเกษตรแปรรูป (ร้อยละ 97.33) ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สดจากฟาร์ม (ร้อยละ 94.67) โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชอบเรียนรู้กิจกรรมทางการเกษตร (ร้อยละ 74.67) และการเข้าชมสวนเกษตรเพื่อถ่ายรูป (ร้อยละ 70.67) เกือบทั้งหมดใช้โทรศัพท์มือถือ (ร้อยละ 91.33) ส่วนใหญ่ใช้ Facebook เป็นช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว (ร้อยละ 88.00) และใช้ Shopee เป็นช่องทางการค้นหาข้อมูลสินค้าชุมชน (ร้อยละ 88.67) และส่วนใหญ่ยังมีความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว (ร้อยละ 87.33) พักแรม (ร้อยละ 84.00) และสิ่งอำนวยความสะดวก (ร้อยละ 81.33)

2. ความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลและทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชน ผลการศึกษาอธิบายได้ดังนี้

2.1 ความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลของแกนนำชุมชน พบว่าแกนนำชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 70.00) มีอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 40.00) จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 66.67) มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร (ร้อยละ 86.67) และแกนนำทั้งหมดใช้โทรศัพท์มือถือ (ร้อยละ 100) อย่างไรก็ตามผลการประเมินตนเองด้านความรู้ในการวางแผนการตลาดดิจิทัลของแกนนำชุมชนก่อนการพัฒนา (ตารางที่ 1) ในภาพรวมพบว่าแกนนำชุมชนมีความรู้ในการวางแผนการตลาดดิจิทัลอยู่ในระดับ “ไม่มีเลย” ($\bar{X}$=0.46) (ตารางที่ 1) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบเพียงด้านการรู้จักตนเองที่อยู่ในระดับ “น้อย” ($\bar{X}$ = 0.80) โดยด้านรู้จักลูกค้า ($\bar{X}$=0.55) ด้านรู้จักตลาด ($\bar{X}$=0.34) และด้านมีการวัดผลลัพธ์และทีมที่ดี ($\bar{X}$=0.28) อยู่ในระดับ “ไม่มีเลย” ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ระดับความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลของแกนนำชุมชน

ความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัล	ก่อนการพัฒนา		
	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
รู้จักตนเอง (Goal & Brand)	0.80	0.25	น้อย
รู้จักลูกค้า (Customer)	0.55	0.27	ไม่มีเลย
รู้จักตลาด (Channel) ในการทำการตลาดบนโลกออนไลน์	0.34	0.27	ไม่มีเลย
มีการวัดผลลัพธ์และมีทีมที่ดี (KPI and Team)	0.28	0.31	ไม่มีเลย
รวม	**0.46**	**0.17**	**ไม่มีเลย**

2.2 ทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชน ผลการศึกษาในตารางที่ 2 พบว่าทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลในภาพรวมของแกนนำชุมชนก่อนการพัฒนาอยู่ในระดับ “ไม่มีเลย” ($\bar{x}$ = 0.50) โดยเป็นที่น่าสังเกตว่าทักษะการใช้อุปกรณ์สื่อสารเพียงประเด็นเดียวที่อยู่ในระดับ “น้อย” ($\bar{x}$ = 0.98) ส่วนทักษะด้านอื่นๆ อยู่ในระดับ “ไม่มีเลย” คือ ทักษะการพัฒนาภาพนิ่ง/สื่อสิ่งพิมพ์/ภาพเคลื่อนไหว ($\bar{x}$ = 0.70) ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์/ซอฟแวร์ /แอพพลิเคชั่นบนมือถือ ($\bar{x}$ = 0.48) ทักษะการออกแบบเนื้อหาในสื่อ ($\bar{x}$ = 0.46) ทักษะการใช้ Microsoft Publisher ($\bar{x}$ = 0.41) และทักษะการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สู่ช่องทางตลาดดิจิทัล ($\bar{x}$ = 0.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ระดับทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชน

ทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล	ก่อนการพัฒนา		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
การใช้อุปกรณ์สื่อสาร	0.98	0.38	น้อย
การใช้คอมพิวเตอร์/ซอฟแวร์ /แอพพลิเคชั่นบนมือถือ	0.48	0.25	ไม่มีเลย
ทักษะการใช้โปรแกรมแก้ไขรูปภาพ เช่น PhotoEditor Photoshop	0.41	0.37	ไม่มีเลย
การออกแบบเนื้อหาในสื่อ	0.46	0.20	ไม่มีเลย
การพัฒนาภาพนิ่ง/สื่อสิ่งพิมพ์/ภาพเคลื่อนไหว	0.70	0.26	ไม่มีเลย
การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สู่ช่องทางตลาดดิจิทัล	0.15	0.33	ไม่มีเลย
รวม	**0.50**	**0.13**	**ไม่มีเลย**

3. ช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมสำหรับการท่องเที่ยววิถีเกษตรของแกนนำชุมชน ผลการศึกษาอธิบายได้ดังนี้

3.1 การพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมสำหรับการท่องเที่ยววิถีเกษตร จากข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งข้อมูลพื้นฐานของแกนนำชุมชนด้านความรู้ในการวางแผนการตลาดดิจิทัลและทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบกระบวนการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมให้กับแกนนำชุมชนได้พัฒนาความรู้และทักษะของตนเอง ด้วยเทคนิค A-I-C (Appreciation, Influence, and Control) ร่วมกับการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Group Discussion) ตามขั้นตอนดังแสดงในภาพที่ 1 ดังต่อไปนี้

3.1.1 ขั้นเห็นคุณค่า (A) ในขั้นนี้ได้มีการจัดเวทีให้แกนนำชุมชนเข้ามาพูดคุยเกี่ยวกับสภาพการณ์และปัญหาต่างๆ พบว่า ในอดีตมีนักท่องเที่ยวไม่มากนักแต่ในปัจจุบันเริ่มมีนักท่องเที่ยววิถีเกษตรเพิ่มมากขึ้น แต่ชุมชนขาดการเตรียมพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการในด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีให้เลือกไม่มากและขายไม่ดี ทั้งนี้เกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการ และผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแกนนำชุมชนต้องการให้มีช่องทางการประชาสัมพันธ์และช่องทางการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่ ๆ

3.1.2 ขั้นปฏิสัมพันธ์ (I) ในขั้นนี้แกนนำชุมชนจะต้องร่วมกันวางแผนการตลาดดิจิทัล ภายใต้หลักการวางแผนการตลาดดิจิทัล 4 ประเด็นคือ **(1) รู้จักตนเอง** คือ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ปัญหาและความต้องการต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจากการประชุมเชิงปฏิบัติการพบว่า ในพื้นที่ 3 ตำบล ชุมชนมีความโดดเด่นแตกต่างกันไป คือ **ตำบลอมก๋อย** มีชุมชนกระเหรี่ยงที่รวมกลุ่มกันปลูกแมคคาเดเมีย นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมสวนและเรียนรู้เกี่ยวกับการแปรรูปแมคคาเดเมียได้ มีวัดแสนทองซึ่งเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองที่มีอายุหลายร้อยปี และยังมีร้านอาหารท้องถิ่นให้เลือกหลากหลาย **ตำบลยางเปียง** มีเกษตรกรบ้านยางเปาเหนือที่ทำไร่นาสวนผสมและปลูกผักอินทรีย์ มีสวนสหายมิตรที่ปลูกกาแฟในป่าและโกโก้ ที่มีองค์ความรู้ในการแปรรูปกาแฟ รวมถึงการทำไวน์จากโกโก้ มีวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์หนองสลาบ ที่มีการปลูกพืชหลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็น ข้าว งา ถั่ว หญ้าหวาน ผักตามฤดูกาล และยังมีผลไม้ เช่น ลิ้นจี่ ลูกม่อน ภายใต้การดูแลของสยามปราณาฟาร์ม มีความรู้ในการแปรรูปที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร การทำแยมจากผลไม้จากฤดูกาล การทำสบู่จากข้าว/งา รวมถึงการทำสารสกัดจากพืชต่างๆ อีกทั้งยังให้บริการที่พักแบบฟาร์มสเตย์ ซึ่งมีแม่น้ำไหลผ่านหลังสวนสามารถเดินเล่นได้ **ตำบลแม่หลอง** มีเกษตรกรกะเหรี่ยงในหมู่บ้านขุนอมแฮดใน ที่มีกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าและการย้อมสีจากวัตถุดิบธรรมชาติ มีผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่พร้อมขาย เช่น เสื้อ ชิ่น ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ และผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักสำหรับสายแคมป์ปิ้ง คือ “ดอยแบแล” ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่โครงการสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูง ตามพระราชดำริดอยแบแล นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเรียนรู้ด้านการเกษตร เช่น ทดลองสาธิตปลูกไม้มีค่าทางเศรษฐกิจบนพื้นที่สูง ทั้งพืชผัก ไม้ดอก และไม้ผลเมืองหนาว รวมถึงกาแฟด้วย โดยทั้ง 3 ตำบล มีเป้าหมายในการทำท่องเที่ยวของชุมชน มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม คือ ต้องการรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงความอุดมสมบูรณ์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านสังคมและวัฒนธรรม คือ อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง รวมถึงเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อันจะสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนได้ช่วยกันรักษาวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตสืบไป และด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชนจากการท่องเที่ยว เช่น ยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยว ซึ่งไม่เพียงแต่รายได้จากการให้บริการทางการท่องเที่ยวเท่านั้น ยังมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวมักอุดหนุนเพื่อเป็นสินค้าที่ระลึกเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน **(2) รู้จักลูกค้า** คือ การวางแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อแก้ไขปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยว ทำให้แกนนำชุมชนได้เรียนรู้ว่า นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี เดินทางท่องเที่ยว 3 วันต่อครั้ง ในช่วงเดือนตุลาคม - กุมภาพันธ์ นักท่องเที่ยวมักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดจากฟาร์ม) และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (อาหารแปรรูป) นิยมพักโรงแรมหรือรีสอร์ท ใช้ทั้งบริการร้านอาหารในชุมชนและอาหารที่แหล่งท่องเที่ยวจัดให้ ส่วนใหญ่มักเที่ยวเองโดยไม่ใช้บริการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ชื่นชอบ ประกอบไปด้วย การทำกิจกรรมระยะสั้น ได้แก่ เข้าชมสวนเกษตร และถ่ายรูป ทำกิจกรรมพื้นบ้านร่วมกับชาวบ้าน เช่น ขี่ควาย นั่งเกวียน ฯลฯ การอบรมให้ความรู้

ด้านการเกษตรและภูมิปัญญาชาวบ้าน ได้แก่ เรียนรู้การปลูกและการดูแลรักษาพืชผลทางการเกษตร และเรียนรู้พืชผักพื้นเมืองที่กินได้ การซื้อผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร ได้แก่ ซื้อสินค้าแปรรูปจากการเกษตร เช่น ผักดอง ผลไม้ตากแห้ง เนื้อตากแห้ง ฯลฯ และซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น งานผ้า งานไม้ งานปั้น งานจักสาน ฯลฯ การหาลู่ทางธุรกิจ ได้แก่ หาแนวทางทำธุรกิจโดยเอาผลผลิตเกษตรไปใช้ในการแปรรูปแล้วขาย และหาแนวทางทำธุรกิจด้านการเลี้ยงสัตว์ ความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลประกอบไปด้วย ทรัพยากรท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่พักแรม (Accommodation) กิจกรรม (Activity) ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมใช้ Facebook เพื่อค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว และใช้ Shopee เพื่อค้นหาข้อมูลสินค้าชุมชน **(3) รู้จักตลาด** คือ การพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งแกนนำชุมชนเกิดการเรียนรู้ว่ามีข้อมูลสำคัญด้านการตลาดที่จำเป็นต้องเรียนรู้ ได้แก่ รู้สถิติการใช้งานของนักท่องเที่ยวในตลาดออนไลน์ รู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้ช่องทางตลาดออนไลน์ และรู้ประเภทของข้อมูล/เนื้อหาที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว และ **(4) การวัดผลลัพธ์และมีทีมที่ดี** พบว่าแกนนำชุมชนเกิดการเรียนรู้ในด้านการประเมินผลการตลาดดิจิทัลด้านจำนวนการปรากฏ (Impression) ด้านจำนวนการรับชม (View) ด้านระยะเวลาในการชม (Watch time) และรู้ว่ามีใครในชุมชนสามารถสนับสนุนการผลิตสื่อดิจิทัลได้

3.1.3 ขั้นควบคุม (C) ในขั้นนี้ พบว่า แกนนำชุมชนได้ร่วมกันวางแผนและกำหนดวิธีการดำเนินงาน ด้วยการกำหนดกิจกรรมในการพัฒนาช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และการแสวงหาผู้รับผิดชอบในการจัดทำและกำกับดูแลช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและขายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

3.2 ด้านรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้วิจัยใช้การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training) ในกระบวนการพัฒนาความรู้และทักษะแกนนำชุมชนในด้านการใช้อุปกรณ์สื่อสาร การใช้แอพพลิเคชั่นบนมือถือ การใช้โปรแกรมแก้ไขรูปภาพ การออกแบบเนื้อหาในสื่อ การพัฒนาภาพนิ่ง/สื่อสิ่งพิมพ์/ภาพเคลื่อนไหว และการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สู่ช่องทางตลาดดิจิทัล โดยร่วมกันพิจารณาเลือกสื่อจากผลสรุปของการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรของนักท่องเที่ยว จากนั้นนำข้อสรุปที่ได้มาพัฒนาช่องทางได้ 2 รูปแบบ ดังนี้ **1) Page Facebook** ภายใต้ชื่อ “ศูนย์บริการท่องเที่ยว อำเภออมก๋อย Omkoi Tourism Center” (ภาพที่ 2) เพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตร แกนนำชุมชนได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการดูแลและจัดการความเคลื่อนไหว โดยมีผู้ที่เข้าร่วมดูแลจำนวน 4 คน (ภาพที่ 3) ประกอบไปด้วย ตำบลอมก๋อย จำนวน 1 คน และตำบลยางเปียง จำนวน 3 คน ส่วนตำบลสบโขง (แม่หลอง) ยังไม่มีตัวแทนที่มีความพร้อมด้านทักษะในการดูแล **2) Shopee** สร้างบัญชีผู้ขายในแอพพลิเคชั่น ภายใต้ชื่อ “Omkoi Community Shop” (ภาพที่ 4) เพื่อเป็นช่องทางในการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีมติให้ตัวแทนจากตำบลยางเปียง จำนวน 1 คน เป็นผู้ดูแลและจัดการความเคลื่อนไหว ด้วยข้อจำกัดของ Shopee ที่ระบบจะต้องมีการยืนยันตัวตน จึงไม่สามารถมีผู้ดูแลได้

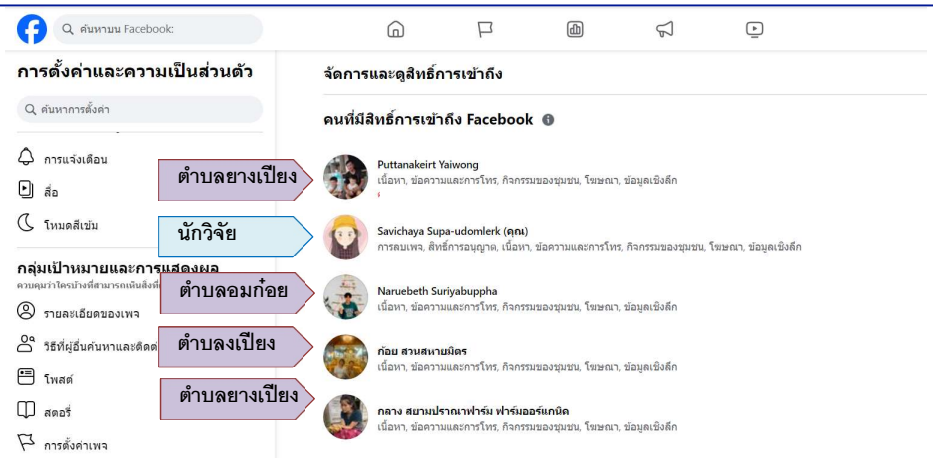
มากกว่า 1 คน โดยตัวแทนผู้ที่มีผลิตภัณฑ์พร้อมขายจาก 3 ตำบล เลือกใช้ช่องทาง Group Chat Messenger ในการสื่อสารกันเรื่องผลิตภัณฑ์ (ภาพที่ 5)



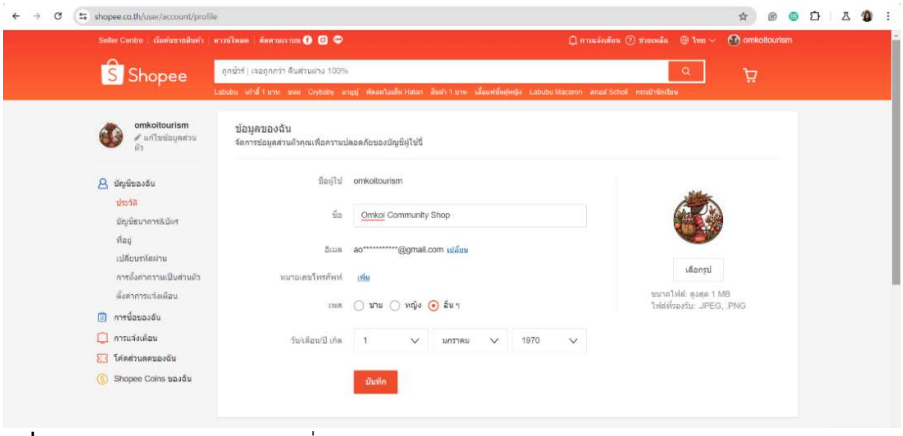
ภาพที่ 2 กระบวนการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรแบบมีส่วนร่วม



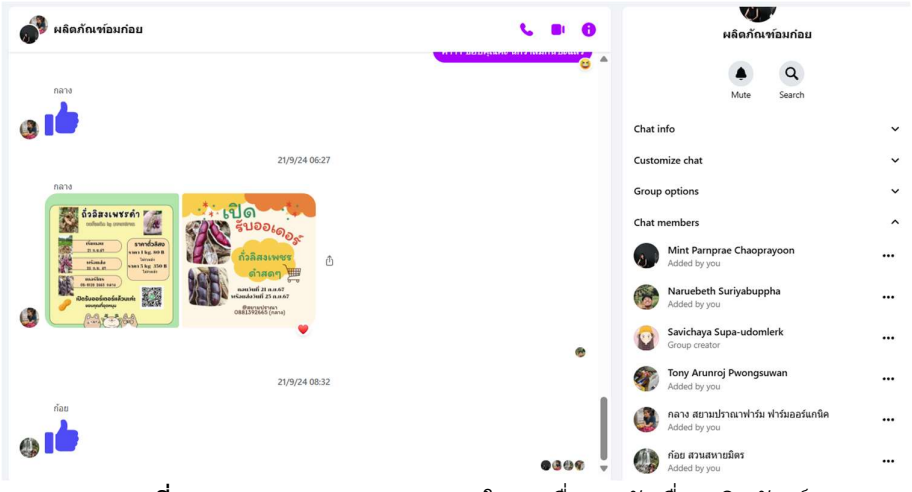
ภาพที่ 3 Page Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนในอำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 4 ผู้ร่วมดูแล Page Facebook “ศูนย์บริการท่องเที่ยว อำเภออมก๋อย Omkoi Tourism Center”



ภาพที่ 5 บัญชีผู้ขาย Shopee เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 6 Group Chat Messenger ในการสื่อสารกันเรื่องผลิตภัณฑ์

3.3 การประเมินผลการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชน การประเมินผลหลังจากกระบวนการพัฒนาความรู้และทักษะของชุมชน คณะผู้วิจัยดำเนินการประเมินใน 3 ขั้นตอนดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.3.1 การประเมินความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลของแกนนำชุมชน จากการพัฒนาทักษะแกนนำชุมชนด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Group Discussion) ผลการประเมินตามตารางที่ 3 พบว่าในภาพรวมแกนนำชุมชนมีความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลในระดับ “น้อย” ($\bar{x}$=1.24) เพิ่มขึ้นจากเดิมหนึ่งระดับ โดยด้านรู้จักตลาด ($\bar{x}$=1.28) และด้านมีการวัดผลลัพธ์และมีทีมที่ดี ($\bar{x}$=0.90) แกนนำชุมชนมีความรู้อยู่ในระดับ “น้อย” ซึ่งเพิ่มขึ้นหนึ่งระดับเช่นกัน ในขณะที่ด้านรู้จักลูกค้าอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ($\bar{x}$=1.54) เพิ่มขึ้นสองระดับจากเดิม แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าด้านรู้จักตนเองนั้นแกนนำชุมชนมีความรู้อยู่ในระดับ “น้อย” ($\bar{x}$=1.27) เช่นเดิม

ตารางที่ 3 ระดับความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลของชุมชนก่อนและหลังการพัฒนา

ความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัล	ก่อนการพัฒนา			หลังการพัฒนา		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
รู้จักตนเอง (Goal & Brand)	0.80	0.25	น้อย	1.27	0.29	น้อย
รู้จักลูกค้า (Customer)	0.55	0.27	ไม่มีเลย	1.54	0.30	ปานกลาง
รู้จักตลาด (Channel)	0.34	0.27	ไม่มีเลย	1.28	0.34	น้อย
มีการวัดผลลัพธ์และมีทีมที่ดี (KPI and Team)	0.28	0.31	ไม่มีเลย	0.90	0.31	น้อย
รวม	**0.46**	**0.17**	**ไม่มีเลย**	**1.24**	**0.17**	**น้อย**

3.3.2 การประเมินทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชน จากการพัฒนาทักษะแกนนำชุมชนด้วยวิธีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training) ผลการประเมินตามตารางที่ 4 พบว่าในภาพรวมแกนนำชุมชนมีทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลอยู่ในระดับ “ไม่มีเลย” ($\bar{x}$=0.74) โดยพบเพียงประเด็นการพัฒนาภาพนิ่ง/สื่อสิ่งพิมพ์/ภาพเคลื่อนไหวเท่านั้นที่แกนนำชุมชนมีทักษะอยู่ในระดับ “น้อย” ($\bar{x}$=0.98) เพิ่มขึ้นจากเดิมหนึ่งระดับ สำหรับด้านการใช้อุปกรณ์สื่อสาร ($\bar{x}$=1.48) ด้านการออกแบบเนื้อหาในสื่อ ($\bar{x}$=0.63) ด้านการใช้โปรแกรมแก้ไขรูปภาพ ($\bar{x}$=0.60) ด้านการใช้คอมพิวเตอร์/ซอฟแวร์/แอพพลิเคชั่นบนมือถือ และด้านการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สู่ช่องทางตลาดดิจิทัล ($\bar{x}$ = 0.53) แกนนำชุมชนมีทักษะอยู่ในระดับเดิมตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของชุมชนก่อนและหลังการพัฒนา

ทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล	ก่อนการพัฒนา			หลังการพัฒนา		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
การใช้อุปกรณ์สื่อสาร	0.98	0.38	น้อย	1.48	0.40	น้อย
การใช้คอมพิวเตอร์/ซอฟแวร์ /แอพพลิเคชั่นบนมือถือ	0.48	0.25	ไม่มีเลย	0.53	0.32	ไม่มีเลย
ทักษะการใช้โปรแกรมแก้ไขรูปภาพ	0.41	0.37	ไม่มีเลย	0.60	0.50	ไม่มีเลย
การออกแบบเนื้อหาในสื่อ	0.46	0.20	ไม่มีเลย	0.63	0.39	ไม่มีเลย
การพัฒนาภาพนิ่ง/สื่อสิ่งพิมพ์/ภาพเคลื่อนไหว	0.70	0.26	ไม่มีเลย	0.98	0.29	น้อย
การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สู่ช่องทางตลาดดิจิทัล	0.15	0.33	ไม่มีเลย	0.53	0.63	ไม่มีเลย
รวม	**0.50**	**0.13**	**ไม่มีเลย**	**0.74**	**0.27**	**ไม่มีเลย**

3.3.3 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลและทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชน ผลการศึกษาตามตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าแกนนำชุมชนมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการพัฒนาเท่ากับ 0.46 และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการพัฒนาเท่ากับ 1.33 โดยผลการทดสอบความแตกต่างพบว่า ความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลก่อนการพัฒนา มีความแตกต่างจากความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลหลังการพัฒนาของแกนนำชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (t=41.48, Sig=0.000**) นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าแกนนำชุมชนมีค่าเฉลี่ยทักษะก่อนการพัฒนาเท่ากับ 0.50 และมีค่าเฉลี่ยทักษะหลังการพัฒนาเท่ากับ 0.74 โดยผลการทดสอบความแตกต่างพบว่าทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลก่อนการพัฒนา มีความแตกต่างจากทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลหลังการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (t=7.81, Sig=0.000**)

ตารางที่ 5 ความแตกต่างของความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัล และทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชนก่อนและหลังการพัฒนา

ความรู้และทักษะชุมชน	$\bar{x}$	SD.	t	Sig.
ความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัล				
ก่อนการพัฒนา	0.46	0.17	41.48	0.000**
หลังการพัฒนา	1.33	0.17		
ทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล				
ก่อนการพัฒนา	0.50	0.27	7.81	0.000**
หลังการพัฒนา	0.74	0.13		

หมายเหตุ * มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยใน 5 ประเด็นดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี เดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 2.99 วันต่อครั้ง เฉลี่ย 1.64 ครั้งต่อปีในช่วงเดือนมกราคม โดยเกือบทั้งหมดจะเลือกซื้อสินค้าเกษตรแปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรที่สดจากฟาร์ม ชอบเรียนรู้กิจกรรมทางการเกษตร และการเข้าชมสวนเกษตรเพื่อถ่ายรูป ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ Facebook เป็นช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว และใช้ Shopee เป็นช่องทางการค้นหาข้อมูลสินค้าชุมชน นักท่องเที่ยวมีความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการศึกษาสอดคล้องกับ ปิยกาญจน์ เฮงสวัสดิ์ (2564, ช) ที่พบว่านักท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่สนใจเข้าชมบริเวณสวนผลไม้ ซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร รวมถึงผลิตภัณฑ์พื้นเมืองและสินค้าที่ระลึก ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการรับรู้ข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิถีเกษตรของชุมชนผ่านเฟสบุ๊คมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ กิตติทัช เขียวฉ้อน และคณะ (2565, 1,368) ที่พบว่านักท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงผ่านสื่อเฟสบุ๊คมากที่สุด ส่วนด้านต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่า ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว ที่พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับ กรมส่งเสริมการเกษตร (2565, 22) ที่ระบุว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งประกอบไปด้วย ที่พัก ร้านอาหาร รวมถึงยานพาหนะรับส่งในแหล่งท่องเที่ยว

2. ความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลของแกนนำชุมชน ผลการศึกษาพบว่า แกนนำชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งผลการประเมินตนเองด้านความรู้ในการวางแผนการตลาดดิจิทัลของแกนนำชุมชนก่อนการพัฒนา สะท้อนข้อจำกัดของคนในชนบทที่ยังขาดทักษะดิจิทัล ทั้งด้านการรู้จักตลาด การวิเคราะห์ลูกค้า และการวัดผล ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐริกานต์ แก้วกอรัตน์ (2568, 112–115) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง โดยยังมีข้อจำกัดด้านความสามารถในการวิเคราะห์ตลาดและการใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนกลยุทธ์ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3. ทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชนก่อนได้รับการพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า ทักษะการใช้อุปกรณ์สื่อสารเพียงประเด็นเดียวที่อยู่ในระดับ “น้อย” ส่วนทักษะด้านอื่นๆ อยู่ในระดับ “ไม่มีเลย” คือ ทักษะการพัฒนาภาพนิ่ง/สื่อสิ่งพิมพ์/ภาพเคลื่อนไหว ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์/ซอฟแวร์ / แอพพลิเคชั่นบนมือถือ ทักษะการออกแบบเนื้อหาในสื่อ ทักษะการใช้ Microsoft Publisher และทักษะการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สู่ช่องทางตลาดดิจิทัล จากผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธณิศา สุขขารมย์ (2568, 72–74) ที่ศึกษากลุ่มอาชีพชุมชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แม้สมาชิกในชุมชนจะสามารถใช้อุปกรณ์ดิจิทัล เช่น สมาร์ทโฟนได้ในระดับหนึ่ง แต่ทักษะด้านการใช้โปรแกรมเพื่อสร้างสื่อดิจิทัลกลับอยู่ใน

ระดับต่ำที่สุด และการใช้สื่อดิจิทัลส่วนใหญ่ยังจำกัดอยู่เพียงการสื่อสาร ไม่ได้พัฒนาไปสู่การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ

4. การประเมินผลการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชน จากการใช้เทคนิค A-I-C ในกระบวนการพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบมีส่วนร่วม แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการบูรณาการข้อมูลจากทั้งความต้องการของนักท่องเที่ยว และความสามารถพื้นฐานของแกนนำชุมชน เพื่อสร้างแนวทางการประชาสัมพันธ์และช่องทางการตลาดที่ตอบสนองต่อความต้องการของทั้งสองฝ่าย การมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในทุกขั้นตอนช่วยเสริมสร้างความเป็นเจ้าของ (ownership) และทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะผู้วิจัยดำเนินการประเมินใน 3 ขั้นตอนดังรายละเอียดต่อไปนี้ **1) การประเมินความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลของแกนนำชุมชน** ในภาพรวมพบว่า แกนนำชุมชนมีความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลในระดับ “น้อย” ($\bar{X}$=1.24) เพิ่มขึ้นจากเดิมหนึ่งระดับ ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดและสภาพความเป็นจริงของชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดำเนินการโดยคนในชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตผูกพันกับภาคการเกษตรและอาจขาดความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี เมื่อเปรียบเทียบกับชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรแห่งอื่นๆ พบว่าต้องเผชิญกับความท้าทายในลักษณะเดียวกัน ดังที่ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA, 2563, 45) รายงานว่า ผู้ประกอบการชุมชนและ OTOP ส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับเริ่มต้น (Beginner) นอกจากนี้งานวิจัยของ Faiza et al. (2025, 102) ที่พบว่า ผู้ประกอบการในชุมชนชนบท “ยังขาดความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัล” ส่งผลให้การนำไปใช้ยังไม่เต็มศักยภาพ และจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาสมรรถนะเพิ่มเติมอย่างเป็นระบบ **2) การประเมินทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชน** พบว่าในภาพรวมแกนนำชุมชนมีทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลอยู่ในระดับ “ไม่มีเลย” ($\bar{X}$=0.74) โดยพบเพียงประเด็นการพัฒนาภาพนิ่ง/สื่อสิ่งพิมพ์/ภาพเคลื่อนไหวเท่านั้นที่แกนนำชุมชนมีทักษะอยู่ในระดับ “น้อย” ($\bar{X}$=0.98) เพิ่มขึ้นจากเดิมหนึ่งระดับ ประเด็นนี้สามารถอธิบายได้จากธรรมชาติของการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่คนในชุมชนมีความเชี่ยวชาญใน "สาระสำคัญ" (Content) เช่น การทำเกษตร การดูแลผลผลิต แต่ขาดทักษะในการ "เล่าเรื่อง" (Storytelling) ผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งมีความซับซ้อนและต้องใช้ความชำนาญทางเทคนิค สอดคล้องกับข้อค้นพบในหลายพื้นที่การท่องเที่ยวชุมชน เช่นเดียวกับที่ ชนาภา แบสท์ และคณะ (2567, 68–70) ที่พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีข้อจำกัดด้านทักษะการผลิตสื่อดิจิทัลและการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการออกแบบเนื้อหาและการนำเสนอเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลให้ต้องมีการ “พัฒนาและฝึกอบรม” เพื่อยกระดับศักยภาพการประชาสัมพันธ์ แม้ว่าชุมชนจะมีทุนด้านเนื้อหาและทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่แล้วก็ตาม **3) การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลและทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของแกนนำชุมชน** เมื่อเปรียบเทียบพบว่า แกนนำชุมชนมีระดับความรู้สูงกว่าทักษะการปฏิบัติอย่างชัดเจน เหตุผลสำคัญที่ทำให้ชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรประสบปัญหานี้ คือ "บริบทด้านเวลาและวิถีชีวิต" ชาวบ้านและเกษตรกรสามารถทำความเข้าใจแนวคิด (ความรู้) ได้เมื่อเข้าร่วมกิจกรรม แต่การจะเกิดทักษะ (Skill) ต้องอาศัยการฝึกซ้อมและทำซ้ำอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคนในชุมชนมักมีภาระงานประจำในแปลงเกษตร ทำให้ขาดเวลาในการลงมือปฏิบัติจริงบนแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ การศึกษาของ ชนาภา

แบสท์ และคณะ (2567) ที่ศึกษาการพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดในทำนองเดียวกันว่า การให้ชุมชนผลิตสื่อดิจิทัลด้วยตนเองนั้นจำเป็นต้องอาศัยทักษะเฉพาะทางและความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีสูง ดังนั้น การที่แกนนำชุมชนมีคะแนนประเมินทักษะการผลิตสื่อดิจิทัลอยู่ในระดับ “ไม่มีเลย” หรือ “น้อย” จึงเป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อนความเป็นจริงของชุมชนท่องเที่ยวเกษตรทั่วไป ที่อาจยังขาดแคลนคนรุ่นใหม่เข้ามาทำหน้าที่เป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content creator) นอกจากนี้ ข้อจำกัดสำคัญที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการพัฒนาช่องทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ข้อจำกัดด้านประชากรศาสตร์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยารัตน์ หัสโรค์ (2564) ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อวิสาหกิจชุมชน พบว่าปัญหาหลักของชุมชนคือการขาดทักษะการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยีในยุคสังคมดิจิทัล ซึ่งลักษณะของแกนนำชุมชนส่วนใหญ่มักเป็นผู้สูงอายุหรือเกษตรกรวัยกลางคน ทำให้ขาดทักษะและความรู้เชิงลึกในการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อสร้างเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมคะแนนประเมินด้านทักษะการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลจึงอยู่ในระดับ “ไม่มีเลย” หรือ “น้อย”

สรุป (conclusion)

การวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืนนั้น หัวใจสำคัญคือการพัฒนาความรู้และทักษะของแกนนำชุมชนและเกษตรกรให้สามารถเป็น "ผู้สร้างสรรค์สื่อดิจิทัล" (Digital Content Creators) ด้วยตนเอง โดยมีแนวทางในการพัฒนาทักษะการผลิตสื่อเพื่อนำเสนอข้อมูลให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. การสร้างทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Customer Insight Skills) ผู้นำชุมชนต้องได้รับการพัฒนาให้สามารถใช้เครื่องมือหลังบ้านของสื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวว่าชื่นชอบเนื้อหาประเภทใด ช่วงเวลาใด และมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมใดในฟาร์มมากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้การผลิตข้อมูลสอดรับกับความต้องการของตลาดได้อย่างแม่นยำ

2. การยกระดับทักษะการสร้างเนื้อหาเชิงประสบการณ์ (Experience-Based Content Creation) แนวทางสำคัญคือการเปลี่ยนจาก "การโฆษณา" เป็น "การเล่าเรื่อง" (Storytelling) โดยเน้นอัตลักษณ์วิถีเกษตรที่หาไม่ได้จากที่อื่น เช่น ทักษะการถ่ายภาพและวิดีโอสั้น เน้นความสมจริง (Authenticity) ของวิถีชีวิตเกษตรกร การเขียนคำบรรยาย (Captioning) ที่กระตุ้นให้อยากมีส่วนร่วม เช่น การบอกเล่าถึงที่มาของวัตถุดิบอาหาร หรือการชวนมาสัมผัสประสบการณ์ลงมือทำ (Hands-on Experience)

3. การพัฒนากระบวนการเรียนรู้แบบ "ปฏิบัติซ้ำเพื่อความชำนาญ" (Continuous Action Learning) เนื่องจากทักษะดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แนวทางพัฒนาจึงควรเป็นรูปแบบการรวมกลุ่มเป็น "ทีมดิจิทัลชุมชน" เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างรุ่น (Intergenerational Learning) โดยให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนช่วยเสริมทักษะด้านเทคนิค ในขณะที่ผู้นำชุมชน/เกษตรกรอาวุโสเป็นผู้ให้ข้อมูลด้านเนื้อหา (Content Source) เพื่อให้สื่อที่ผลิตออกมามีทั้งความน่าสนใจทางเทคนิคและความลุ่มลึกทางวัฒนธรรม

4. การสร้างระบบการวัดผลและปรับปรุง (Iterative Development) ชุมชนต้องมีการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนร่วมกัน ไม่ใช่เพียงแค่ยอดไลก์ (Like) แต่ต้องวัดผลไปถึงการจอง (Booking) และการซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกษตรกรเห็นความเชื่อมโยงระหว่าง "การใช้สื่อ" กับ "รายได้ที่เพิ่มขึ้น" ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญในการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม การจะขับเคลื่อนแนวทางทั้ง 4 ด้านนี้ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ แกนนำชุมชนจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องผ่านการลงมือปฏิบัติจริง (Learning by doing) และระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) เพื่อให้เกิดการทำซ้ำ สั่งสมประสบการณ์ และยกระดับทักษะการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างช่องทางการตลาดดิจิทัลที่เข้มแข็งและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง (References)

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2565). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร.

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2565). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่สูง*. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. (2560). *ข้อมูลเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าในประเทศไทย*. https://portal.dnp.go.th/Content/WildlifeConserve?contentId=27470

กัลยกร สุขมา. (2566). *แนวทางการพัฒนาศูนย์เรียนรู้การเกษตรตามแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ในจังหวัดสุพรรณบุรี* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].

กัลยารัตน์ หัสโรค์. (2564). *กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน* [ปริญญานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. DSpace at Mahasarakham University. http://202.28.34.124/dspace/handle/123456789/1492

กิตติทัช เขียวฉอ้อน, ศิริวรรณ สายทองสุข, วรานิจ โปรานานนท์, และ ณัฐวิภา รักกิจ. (2565). แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปฐมออร์แกนิกฟาร์ม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (หน้า 1363-1371). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ครรชิต พุทธโกษา. (2554). *คู่มือการพัฒนาชุมชนแห่งการเรียนรู้ฉบับสมบูรณ์*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ชนาภา แบสท์, รชต สวนสวัสดิ์, เบญญาภา โสอุบล, ประนมพร ข่าขันมาลี, และ เสกศิลป์ มณีศรี. (2567). การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฐานรากสร้างสรรค์กุดหมากไฟ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 6*(3), 62-76. https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/3750/2776

ชยพล คงได้. (2564). *กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็กผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

ณัฐกานต์ อัสโม. (2565). *แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่].

ณัฐพงษ์ วงศ์คำหอม. (2565). *กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

ณัฐริกานต์ แก้วกอรัตน์. (2568). แนวทางการส่งเสริมการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 18(2), 167–186. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ssrugraduate/article/view/285439/188626

ธณิศา สุขขารมย์. (2568). การพัฒนาทักษะดิจิทัลในกลุ่มอาชีพชุมชนตำบลขุนทะเล อำเภอเมืองฯ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารการอ่าน, 29(2), 65–82. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/rdj/article/view/282201/182284

ธีร์จุฑา ศรีไชยยันต์. (2565). *ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok* [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2564). *การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์: หลักการและแนวปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประชาธรรม. (2569, 16 กุมภาพันธ์). *“ไฟไม่มีเจ้าของ แต่เราต้องดูแล” คนอมก๋อยกับการจัดการไฟเพื่อดูแลป่าม่อนจองและยางเปียง*. สำนักข่าวประชาธรรม. https://www.prachatham.com/posts/16022569

ปัณณภัสร์ สุริยจามร. (2564). *กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์* [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

ปิยกาญจน์ เฮงสวัสดิ์. (2564). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ตำบลบุศิริ อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิมพ์ชนก พัฒนเกียรติ. (2563). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม].

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก. (2569, 10 มกราคม). การตลาดดิจิทัล คืออะไร?. มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก. https://www.southeast.ac.th/blog/digital-marketing-careers/

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2563). *ความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มชาติพันธุ์: กรณีศึกษา ตำบลยางเปียง อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:168864

รุ้งทิวา แสงสว่าง. (2563). *การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการถ่ายภาพสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา* [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].

ศูนย์บริการการท่องเที่ยวดอยม่อนจอง. (2569, 13 มีนาคม). *ศูนย์บริการการท่องเที่ยวดอยม่อนจอง ชุมชนบ้านมูเซอ*. https://doimonjong.web.app/

ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเกษตรจังหวัดเชียงใหม่. (2566). *รายงานสถานการณ์ภาคการเกษตรและวิสาหกิจชุมชนอำเภออมก๋อย ประจำปี 2566*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน). (2565, 8 มิถุนายน). *“สบโขง” กลยุทธ์หยุดหมอกควันบนพื้นที่สูง*. https://www.hrdi.or.th/Activities/detail/428

สำนักงานเกษตรอำเภออมก๋อย. (2565, 20 มิถุนายน). *ข้อมูลการเกษตร*. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. https://chiangmai.doae.go.th/omkoi/?page_id=157

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2563). *รายงานสถานภาพดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนและ OTOP ไทย*. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล.

สุพิชชา จันทะคัด. (2563). *การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ เรื่อง การใช้งานโปรแกรม Microsoft PowerPoint 2016 สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1* [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].

สุวิมล ติรกานันท์. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 15). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Faiza, N., Diantoro, E., Suheri, S., Hidayat, S., & Arianto, B. (2025). The role of digital marketing in developing rural creative economy. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen, 12*(1), 95–105. https://www.researchgate.net/publication/391963300_The_Role_Of_Digital_Marketing_In_Developing_Rural_Creative_Economy

Freberg, K. (2022). *Social media for strategic communication: Creative strategies and research-based applications* (2nd ed.). SAGE Publications.

Lester, P. M. (2014). *Visual communication: Images with messages* (6th ed.). Cengage Learning.

Macnamara, J. (2018). *Evaluating public communication: Exploring new models, standards, and best practice*. Routledge.

Smith, R. D. (2021). *Strategic planning for public relations* (6th ed.). Routledge.

Smith, W. E. (2009). *The creative power: Transforming ourselves, our organizations, and our world*. Routledge.

TheTripPacker. (2563, 13 กุมภาพันธ์). *ดอยม่อนจอง มูเซอ อำเภออมก๋อย*. https://m.thetrippacker.com/th/review/ดอยม่อนจอง/13069/94235

Tourism Authority of Thailand. (2567, December 27). *Thailand welcomes over 35 million visitors in 2024, a milestone paving the way for 2025*. TAT News. https://www.tatnews.org/2024/12/thailand-welcomes-over-35-million-visitors-in-2024-a-milestone-paving-the-way-for-2025

Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2015). *Public relations: Strategies and tactics* (11th ed.). Pearson.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

ปัจจัยส่วนบุคคล สังคม และสื่อที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอล ความเสี่ยงติดพนัน และผลกระทบต่อประชาชน จังหวัดเชียงใหม่

Personal, Social, and Media Factors Influencing Football Gambling, Gambling Risk, and Impacts on the People in Chiang Mai Province

นภาวรรณ อาชาเพ็ชร*, มัณฑนา ภาคสุวรรณ์, ภควิชญ์ ดำรงเกียรติศักดิ์, วิชญา โคตรฐิติธรรม

Napawan Archaphet*, Mantana Pharksuwan, Pakawich Damrongkiattisak, Witchaya Khotarathititham

คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290 ประเทศไทย

Faculty of Information and Communication, Maejo University

63 Moo 4, Nong Han Subdistrict, San Sai District, Chiang Mai Province, 50290, Thailand

***รับบทความ**: 4 ตุลาคม 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 8 เมษายน 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

จังหวัดเชียงใหม่มีปัญหาการพนันฟุตบอลและสถิติจับกุมต่อเนื่อง สะท้อนว่าประชาชนในพื้นที่มีความเสี่ยงติดพนันฟุตบอล งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไป พฤติกรรมเล่นพนัน การติดพนันฟุตบอล ปัจจัยที่มีผล และผลกระทบ ภายใต้กรอบแนวคิดการพนันฟุตบอล การเรียนรู้ทางสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ และทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด สุ่มกลุ่มตัวอย่างที่เคยเล่นพนันฟุตบอลตามความสะดวก 400 คน ใช้แบบสอบถามและแบบประเมินปัญหาการพนันเป็นเครื่องมือ โดยคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัย วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าผู้เล่นพนันส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เริ่มเล่นเพราะเพื่อน เกินครึ่งเสี่ยงติดการพนัน ปัจจัยส่วนบุคคล สังคม และสื่อมีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลมากเช่น สนุก เพื่อน อัตราต่อรอง ผลกระทบจากการเล่นพนันปานกลางเช่น เครียด นอนไม่หลับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้เคยได้หรือเสียเงินมากมีความเสี่ยงติดพนันสูงกว่ากลุ่มอื่น ปัจจัยทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเสี่ยงติดพนันฟุตบอลอย่างมีนัยสำคัญ และสามารถร่วมกันทำนายความเสี่ยงติดพนันได้ (Adjusted R^2 = .257, F = 20.751, p < .001) งานวิจัย

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: roysdigicomm@gmail.com

เสนอ G-SHIELD (Gambling Shield) Model เป็นแนวทางเชิงทฤษฎีและมาตรการเชิงนโยบายเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงในระดับบุคคล ครอบครัว สังคม และสื่อ

คำสำคัญ

การเล่นพนันฟุตบอล ความเสี่ยงติดพนัน ปัจจัยที่มีผล ผลกระทบ จังหวัดเชียงใหม่ PGSI

***Received**: October 4, 2025* ***Revised**: April 8, 2026* ***Accepted**: April 28, 2026*

Abstract

Chiang Mai Province faces ongoing football gambling problems and consistent arrest statistics, reflecting those residents are at risk of gambling addiction. This research aimed to study the general characteristics, football gambling behaviors, risk of gambling addiction, influencing factors, and impacts under the framework of Football Gambling, Social Learning Theory, Uses and Gratifications Theory, and Technological Determinism. Data were collected from 400 respondents who had engaged in football gambling using convenience sampling. A questionnaire and the Problem Gambling Severity Index (PGSI) were used as research instruments, considering research ethics. Data were analyzed using descriptive statistics, Pearson correlation, and multiple regression. The results showed that most football gamblers were male and initiated gambling due to peer influence. More than half were at risk of football gambling addiction. Personal, social, and media factors strongly influenced football gambling behaviors, including enjoyment, peer influence, and betting odds. Moderate impacts were reported, such as stress and insomnia. Hypothesis testing indicated that individuals who had won or lost large amounts of money had a higher risk of gambling addiction than other groups. All three factors were positively associated with gambling risk. Multiple regression analysis showed that these factors significantly predicted the risk of football gambling addiction (Adjusted $R^2 = .257$, $F = 20.751$, $p < .001$). This study proposes the G-SHIELD (Gambling Shield) Model as a theoretical framework and policy measures to prevent and address football gambling problems, aiming to reduce risks at the individual, family, social, and media levels.

Keywords

Football Gambling, Gambling Risk, Influencing Factors, Impacts, Chiang Mai, PGSI

บทนำ (Introduction)

สังคมไทยผูกโยงกับวัฒนธรรมการพนันมานาน ค่านิยมการพนันส่งผลให้เกิดปัญหาสังคมหลายมิติ เช่น ครอบครัวแตกแยก อาชญากรรม ปัญหาการพนันบางส่วนเกิดจากการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีทำให้การพนันขยายตัวเช่น จากโต๊ะบอลสู่การพนันฟุตบอลออนไลน์ ซึ่งสามารถเล่นพนันผ่านโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ได้ จึงกลายเป็นช่องทางสร้างนักพนันหน้าใหม่ (ศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน [ICGP] มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, 2561, 3-6)

ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนันรายงานว่าในปี 2564 ประชาชนภาคเหนือร้อยละ 57.3 เล่นการพนัน โดยคนไทยมากกว่า 3.8 ล้านคนเล่นพนันฟุตบอล วงเงินหมุนเวียนในตลาดพนันฟุตบอลมากกว่า 181,000 ล้านบาท สูงกว่าวงเงินหมุนเวียนของสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน แม้มีจำนวนผู้เล่นพนันน้อยกว่า 5 เท่า นักพนันหน้าใหม่ที่เล่นพนันฟุตบอลมีจำนวนเพิ่มขึ้นสูงที่สุดเมื่อเทียบกับนักพนันประเภทอื่น (ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, 2564)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ที่แหล่งให้บริการพนันฟุตบอลแพร่หลายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ตัวอย่างข่าวเช่น ปี 2565 ชุดสืบสวนภาค 5 ได้จับกุมผู้ให้บริการเว็บไซต์พนันออนไลน์รายใหญ่ที่มีผู้เล่นกว่า 10,000 คน (เดลินิวส์, 2565) และในปี 2566 เจ้าหน้าที่ตำรวจได้จับกุมอดีตประธานสโมสรทีมฟุตบอลชื่อดังในภาคเหนือที่พัวพันกับเครือข่ายเว็บไซต์พนันออนไลน์ (Springnews, 2566) เหตุการณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความเสี่ยงที่จะเป็นผู้เล่นพนันและติดการพนันฟุตบอล

สาเหตุที่คนเล่นพนันฟุตบอลเกิดจากหลายปัจจัยเช่น เบื่อ ต้องการคลายเครียด ปัญหาการเงิน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ทำให้การพนันเกิดขึ้นได้ทุกที่ ทุกเวลา รวมทั้งการเห็นโฆษณาเชิญชวนให้เล่นพนันออนไลน์ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2567, 3) นอกจากนี้สื่อมีอิทธิพลต่อการทายผลโดยผู้เล่นพนันฟุตบอลเกือบร้อยละ 83.0 ใช้ข้อมูลเช่น อัตราต่อรองฟุตบอล การวิเคราะห์ของคอลัมน์นิสต์กีฬา เซียนบอลในโซเชียลมีเดียหรือไลฟ์สด หนังสือพิมพ์กีฬา เว็บไซต์ประกอบการเล่นพนัน (ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, 2565, 52)

การเล่นพนันทำให้เกิดผลกระทบหลายลักษณะเช่น การติดพนันทำให้สมองเปลี่ยนแปลงซึ่งจะทำให้ทักษะการใช้ชีวิตและความสามารถในการตัดสินใจลดลง ด้านจิตใจ ผู้เล่นรู้สึกตื่นเต้น ลืมปัญหาขณะเล่น แต่หลังเล่นพนันแล้วกลับมีสภาวะทางอารมณ์เป็นลบ โกรธ วิตกกังวล หรือเกิดอารมณ์สองขั้ว ด้านสังคมทำให้เกิดการทะเลาะในครอบครัว สูญเสียความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิด นอกจากนี้ผู้เล่นพนันมักมีปัญหาการเงิน เป็นหนี้ และมีโอกาสทำผิดกฎหมาย (ICGP, 2562, 41; วิไลลักษณ์ ลังกา และคณะ, 2563, 18-20; สุทธิกรณ์ ณ บางช้าง, 2568)

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการเล่นพนันฟุตบอล ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และผลกระทบในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีน้อย ส่วนใหญ่เป็นงานนานกว่า 10 ปี และยังไม่มีการศึกษาเรื่องความเสี่ยงติดการพนันในอดีตผู้เล่นพนันฟุตบอลมักเล่นผ่านโต๊ะบอล คนกลาง และสื่อออนไลน์ แต่ปัจจุบันการเล่นพนันผ่านโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตแพร่หลาย ซึ่งเล่นง่าย ปกปิดตัวตนได้ ส่งผลให้เกิดนักพนันหน้าใหม่ทุกปี

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้เล่นพนันฟุตบอลในจังหวัดเชียงใหม่ พฤติกรรมการเล่น ความเสี่ยงติดพนัน ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และผลกระทบเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และนำไปสู่การเสนอแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาการพนันฟุตบอล

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของประชาชน จ.เชียงใหม่ที่เล่นพนันฟุตบอล
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นและการติดพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1.แนวคิดเกี่ยวกับการพนันฟุตบอล การพนันฟุตบอลคือ กิจกรรมเสี่ยงได้เสี่ยงเสียจากการทำนายผลการแข่งขัน ผู้เล่นพนันแบ่งเป็น 4 ประเภทได้แก่ ผู้ไม่เล่นพนัน ผู้เล่นพนันเพื่อกิจกรรมทางสังคม ผู้หมกมุ่นกับการพนัน และผู้มีความเสี่ยงเป็นโรคติดการพนัน สัญญาณของการเล่นพนันที่เป็นปัญหาได้แก่ การเล่นพนันแบบทุ่มสุดตัว เล่นได้อยากได้เพิ่ม เล่นเสียพยายามเอาคืน โกหก ขาดงาน วิธีการเล่นพนันฟุตบอลมีหลายแบบเช่น เล่นกับเพื่อน โต๊ะบอลหรือพนันออนไลน์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2558; ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, 2562; อมรทิพย์ อมราภิบาล และ ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน, 2562, 394-395) ผลวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลเช่น อายุ เพศ และรายได้มีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงติดพนันฟุตบอลในระดับต่ำ และการได้รับหรือเสียเงินจากการพนันมีผลต่อปัญหาการเงิน (พงศธร พุฒตาล, 2562; Lertbunchardwong, 2014) แรงจูงใจเล่นพนันเกิดจากความชอบ ความสนุก และความคาดหวังเงิน ขณะเดียวกันปัจจัยทางสังคมเช่น เพื่อน ครอบครัว และการชักชวนจากคนใกล้ชิดมีความสัมพันธ์กับการเริ่มเล่นพนันและการได้รับยอมรับในกลุ่ม ขณะที่ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีเช่น การเข้าถึงเว็บไซต์พนันออนไลน์ การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด การวิเคราะห์การแข่งขัน และการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์มีผลต่อการเล่นพนัน (กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ และ ธีรโชติ ภูมิภมร, 2560; รัชกฤช รัมจันทร์, 2561; วิษชญะ ศิลาน้อย และ เจษฎา ศาลาทอง, 2561; Lertbunchardwong, 2014; Rensen, 2018) การเล่นพนันฟุตบอลส่งผลทั้งทางบวกและลบเช่น การสร้างความสนุกสนาน ตื่นเต้น รวมทั้งปัญหาการเงิน (พงศธร พุฒตาล, 2562) ตลอดจนก่อให้เกิดความเครียดและการขาดความไตร่ตรอง (Wirkus et al., 2024) ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมการเล่นพนันและความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล สังคม และสื่อ

2.ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม การเรียนรู้เป็นกระบวนการทางสังคม คนเรียนรู้ได้จากประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อมจากการสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่น โดยความสำเร็จหรือความล้มเหลวของผู้อื่นจะเป็นตัวแบบที่มีอิทธิพลต่อการเลียนแบบและการตัดสินใจทำพฤติกรรม เงื่อนไขของการเรียนรู้ประกอบด้วยความสนใจต่อตัวแบบ การจำพฤติกรรมของตัวแบบ ความสามารถในการเลียนแบบ และแรงจูงใจที่ทำให้เลียนแบบ

(อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2546, 69-70; พีระ จิระโสภณ, 2557, 95) จากผลการวิจัยหลายเรื่องพบว่าอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนและคนใกล้ชิดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเล่นพนันฟุตบอล (กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ และ ธีรโชติ ภูมิภมร, 2560; รัชกฤช รัมจันทร์, 2561; กติกา สุขสวัสดิ์ และ ประพนธ์ สหพัฒนา, 2562; Lertbunchardwong, 2014; Parrado et al., 2023) โดยเฉพาะการชักชวนจากเพื่อน การเล่นพนันในกลุ่มคนรู้จัก หรือความต้องการการยอมรับจากกลุ่ม ซึ่งเป็นบริบทที่เอื้อต่อการสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่นและเลียนแบบพฤติกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่ม การเติบโตในครอบครัวที่เล่นพนันทำให้คนเรียนรู้พฤติกรรมผ่านตัวแบบใกล้ชิด และพัฒนาเป็นทัศนคติว่าการพนันเป็นเรื่องปกติ

3.ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจจากสื่อ ผู้รับสารมีบทบาทในการค้นหาและเลือกใช้สื่อตามความต้องการและความพึงพอใจของตนเองเพื่อความบันเทิง สร้างความสัมพันธ์ และแสวงหาข้อมูลที่อาจเป็นประโยชน์ (McQuail et al., 1972 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2556, 161) ผลการวิจัยพบว่าผู้เล่นพนันฟุตบอลส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเช่น การวิเคราะห์ผลการแข่งขัน (วิษชญะ ศิลาน้อย และ เจษฎา ศาลาทอง, 2561; พงศธร พุฒตาล, 2562) สะท้อนว่าผู้เล่นนำข้อมูลจากสื่อมาใช้สนับสนุนพฤติกรรมการเล่นพนันและบรรลุแรงจูงใจเฉพาะบุคคล

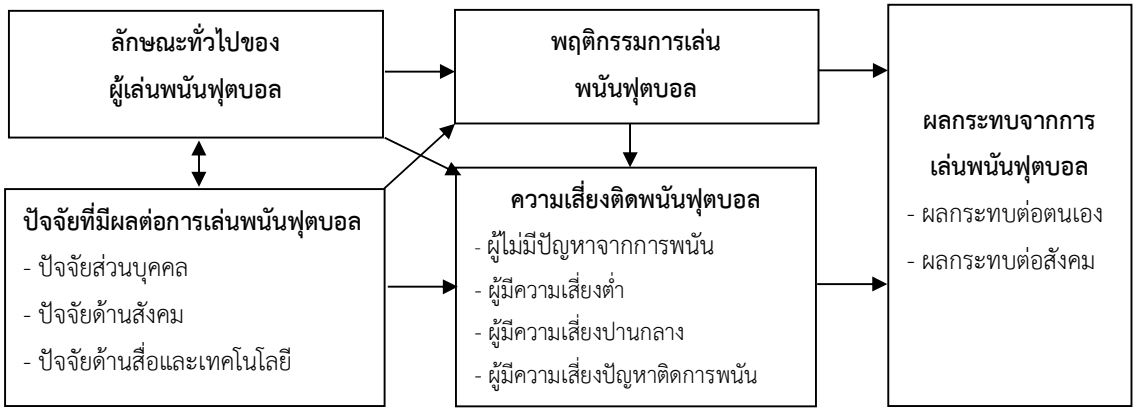
4. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด เทคโนโลยีทางการสื่อสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อบุคคลและสังคม สื่อมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิต วัฒนธรรม และช่วยทำให้คนเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้รวดเร็วและพร้อมกัน สื่อดิจิทัลทำให้คนเปลี่ยนแปลงตัวตน สื่อสารผ่านตัวกลาง หรือดัดแปลงเนื้อหาได้ (Holmes, 2005 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2556, 107) สอดคล้องกับผลวิจัยที่พบว่าเทคโนโลยีช่วยให้เข้าถึงและเดิมพันได้ทุกที่ทุกเวลา (รัชกฤช รัมจันทร์, 2561; วิษชญะ ศิลาน้อย และ เจษฎา ศาลาทอง, 2561; พชรพล เกตุจินากูล, 2562) การนำเสนอเนื้อหาและโฆษณาพนันผ่านสื่อออนไลน์มีอิทธิพลกระตุ้นการเล่นพนัน (Singer et al., 2024) สะท้อนว่าการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนพฤติกรรมการพนันฟุตบอล

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกัน
2. ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่ใช้วงเงินเล่นพนันแตกต่างกันมีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกัน
3. ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่ได้รับเงินมากที่สุดจากการเล่นพนันแตกต่างกันมีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกัน
4. ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่เสียเงินมากที่สุดจากการเล่นพนันแตกต่างกันมีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกัน
5. ผู้ที่มีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลต่างกันได้รับผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลแตกต่างกัน
6. ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอล

7. พฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอล ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยี สามารถร่วมกันทำนายความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลได้

กรอบแนวคิด (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิด

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ และเล่นพนันฟุตบอล เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แท้จริงได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ (2540) สำหรับกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 10% ซึ่งเหมาะกับงานวิจัยที่ประชากรเข้าถึงยากและมีความอ่อนไหว ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน การคัดเลือกใช้วิธีสุ่มตามความสะดวก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมผิดกฎหมายและยากต่อการระบุตัวตน โดยมีเกณฑ์คัดเข้าเป็นประชาชนใน จ.เชียงใหม่ที่เล่นพนันฟุตบอลช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย ส่วนเกณฑ์คัดออกคือ ผู้ที่ไม่สามารถร่วมโครงการวิจัยได้ตลอด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่มีคำถามคัดกรอง 1 ข้อเกี่ยวกับการเล่นพนันฟุตบอลในช่วง 12 เดือน คำถามแบบปลายปิดและปลายเปิดแบ่งเป็น 4 ตอนได้แก่ 1.ลักษณะทั่วไปของประชาชน จ.เชียงใหม่ที่เล่นพนันฟุตบอล 7 ข้อ 2. พฤติกรรมการเล่นและการติดพนันฟุตบอล 24 ข้อ ผู้วิจัยใช้แบบประเมินปัญหาการพนัน (ฉบับภาษาไทย) ของมธุรดา สุวรรณโพธิ์ และคณะ (2561) ที่พัฒนาจากแบบประเมินการวัดพฤติกรรมการติดพนัน The Problem Gambling Severity Index (PGSI) มีระดับการวัดแบบ Likert Scale ได้แก่ ไม่เคย (0) บางครั้ง (1) บ่อยครั้ง (2) และประจำ (3) ระดับคะแนนมีตั้งแต่ 0-27 คะแนน โดยเกณฑ์การประเมินมีดังนี้ (Wynne, 2003) ตั้งแต่ 8 คะแนนขึ้นไปเป็นผู้มีความเสี่ยงปัญหาติดการพนัน 3-7 คะแนน เป็นผู้มีความเสี่ยงปานกลาง 1-2 คะแนน เป็นผู้มีความเสี่ยงต่ำ และ 0 คะแนน เป็นผู้ไม่มีปัญหา 3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยี

21 ข้อ และ 4. ผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลได้แก่ ผลกระทบต่อตนเองและผลกระทบต่อสังคม 18 ข้อ โดยตอนที่ 3 และ 4 ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ และมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้ 4.50–5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.50–4.49 หมายถึง มาก 2.50–3.49 หมายถึง ปานกลาง 1.50–2.49 หมายถึง น้อย และ 1.00–1.49 หมายถึง น้อยที่สุด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ได้แก่ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ และนายแพทย์ชำนาญการด้านเวชกรรม สาขาจิตเวช ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.96 และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.94

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือวิจัยได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนโรงพยาบาลสวนปรุง (เลขที่ 12/2567 ลงวันที่ 30 สิงหาคม 2567) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568 โดยแจกแบบสอบถามฉบับกระดาษ 250 ชุด ตามสถานที่ต่างๆ ใน จ.เชียงใหม่ เช่น สนามกีฬา สถาบันการศึกษา ร้านอาหารและบาร์ ได้รับการตอบกลับ 240 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.0 และแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มต่างๆ ใน จ.เชียงใหม่บนเฟซบุ๊ก ได้รับการตอบกลับ 201 คน อัตราการตอบกลับไม่สามารถระบุได้เพราะไม่จำกัดจำนวนผู้เข้าถึง ซึ่งอาจกระทบต่อความเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้การเก็บข้อมูลทั้ง 2 แบบอาจมีความแตกต่างของบริบทผู้ตอบ ซึ่งไม่ได้มีการทดสอบ ทั้ง 2 ประเด็นจึงเป็นข้อจำกัดของการวิจัย ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดงานวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทราบ พร้อมขอความยินยอมด้วยวาจาหรือการกระทำก่อนตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นไปตามแนวทางของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย กลุ่มตัวอย่างสามารถปฏิเสธหรือยุติการตอบได้ทุกเมื่อ ข้อมูลที่ได้ถูกเก็บเป็นความลับ และนำเสนอในภาพรวมโดยไม่สามารถระบุตัวตนได้ ใช้การหลีกเลี่ยงคำถามที่อาจก่อผลกระทบและไม่เก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจนำไปสู่ความเสี่ยงทางกฎหมาย ผู้วิจัยใช้วิธี complete-case analysis คัดเฉพาะแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วน ตัดแบบสอบถามที่มีรูปแบบการตอบซ้ำตลอดทั้งชุดออก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ในตอนที่ 1–4 ใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1–5 ใช้ One-way ANOVA ข้อที่ 6 ใช้ Pearson Correlation และข้อที่ 7 ใช้ Multiple Regression Analysis ในการทดสอบสมมติฐานทุกข้อใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย (Results)

1. ลักษณะทั่วไปของประชาชน จ.เชียงใหม่ที่เล่นพนันฟุตบอล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เล่นพนันฟุตบอลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (มากกว่าร้อยละ 80) มีอายุเฉลี่ย 30 ปี เกือบครึ่งหนึ่งเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสดและพักอาศัยอยู่คนเดียว ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ย 18,513 บาทต่อเดือน

2. พฤติกรรมการเล่นและการติดพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์เล่นพนันฟุตบอลเฉลี่ย 7 ปี (ต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 40 ปี) ส่วนใหญ่เริ่มเล่นเพราะเพื่อนหรือคนรู้จัก

และเล่นพนันเพื่อความบันเทิงหรือสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อน นิยมเล่นพนันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกมากที่สุด และมากกว่าครึ่งหนึ่งเล่นพนัน 1–2 วันต่อสัปดาห์ ช่องทางการเล่นพนันที่นิยมมากที่สุดคือ เว็บไซต์พนันฟุตบอล โดยรูปแบบที่พบมากคือ การเล่นแบบสเต็ปหรือบอลชุด กลุ่มตัวอย่างใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับฟุตบอลและการพนันประกอบการตัดสินใจเช่น การวิเคราะห์เกมการแข่งขัน อัตราต่อรอง และการทำนายผล ทั้งนี้ใช้เงินรายได้ของตนเองเป็นหลักในการเล่นพนันฟุตบอลโดยรับหรือจ่ายผ่านบัญชีธนาคาร วงเงินที่ใช้เล่นพนันฟุตบอลเฉลี่ย 1,313 บาทต่อครั้ง (S.D. = 3,367 บาท, ต่ำสุด 20 บาท สูงสุด 30,000 บาท) จำนวนเงินสูงสุดที่เคยได้รับจากการเล่นพนันฟุตบอลเฉลี่ย 18,406 บาท (S.D. = 44,744 บาท, ต่ำสุด 0 บาท สูงสุด 500,000 บาท) และจำนวนเงินสูงสุดที่เคยเสียเฉลี่ย 17,424 บาท (S.D. = 100,036 บาท, ต่ำสุด 20 บาท สูงสุด 1,700,000 บาท)

ตารางที่ 1 การใช้เงินเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่

การใช้เงินเล่นพนันฟุตบอล	$\bar{x}$	S.D.	ต่ำสุด (บาท)	สูงสุด (บาท)
วงเงินที่ใช้เล่นพนันฟุตบอลต่อครั้ง	1,313	3,367	20	30,000
จำนวนเงินสูงสุดที่เคยได้รับ	18,406	44,744	0	500,000
จำนวนเงินสูงสุดที่เคยเสีย	17,424	100,036	20	1,700,000

เมื่อพิจารณาระดับความเสี่ยงการติดพนันฟุตบอลตามเกณฑ์ Problem Gambling Severity Index (PGSI) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นผู้มีความเสี่ยงปัญหาติดการพนัน รองลงมาเป็นผู้มีความเสี่ยงปานกลาง ขณะที่ผู้ไม่มีปัญหาจากการพนันมีสัดส่วนน้อยที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัญหาการติดพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ (n = 400คน)

ปัญหาการติดพนันฟุตบอล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ไม่มีปัญหาจากการพนัน (Non-Problem Gambler)	7	1.8
ผู้มีความเสี่ยงต่ำ (Low-Risk)	24	6.0
ผู้มีความเสี่ยงปานกลาง (Moderate–Risk)	159	39.8
ผู้มีความเสี่ยงปัญหาติดการพนัน (Problem Gambler)	210	52.5

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีมีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.54, S.D. = 0.55) โดยปัจจัยส่วนบุคคลมีผลมากที่สุด ($\bar{x}$ = 3.82, S.D. = 0.61) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยี ($\bar{x}$ = 3.71, S.D. = 0.75) และปัจจัยด้านสังคมมีผลน้อยที่สุด ($\bar{x}$ = 2.82, S.D. = 0.83)

เมื่อแยกปัจจัยแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทั้งในภาพรวมและภาพย่อยมีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.82, S.D. = 0.61) ซึ่งเมื่อเรียงตามค่าเฉลี่ยได้แก่

1. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะชอบกีฬานี้ ($\bar{x}$ = 3.98, S.D. = 0.83) 2. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะรู้สึกสนุกตื่นเต้น ได้ลุ้นผลการแข่งขัน ($\bar{x}$ = 3.92, S.D. = 0.78) 3. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะคิดว่าเป็นเรื่องธรรมดา ($\bar{x}$ = 3.83, S.D. = 0.90) 4. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะต้องการเงิน ($\bar{x}$ = 3.80, S.D. = 0.96) 5. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะชอบเสี่ยงโชค ($\bar{x}$ = 3.80, S.D. = 0.85) 6. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะความอยากรู้อยากลอง ($\bar{x}$ = 3.76, S.D. = 0.84) 7. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะเชียร์นักฟุตบอลหรือทีมที่ชอบ ($\bar{x}$ = 3.76, S.D. = 0.95) และ 8. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะได้เงินง่าย ($\bar{x}$ = 3.71, S.D. = 1.00)

ขณะที่ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีมีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.71, S.D. = 0.75) โดยปัจจัยที่มีผลระดับมากมี 6 ปัจจัย ซึ่งเมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ 1. การเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ง่ายและสะดวก ($\bar{x}$ = 4.13, S.D. = 0.96) 2. การเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ปกปิดตัวตนได้ การตรวจสอบและจับกุมยาก ($\bar{x}$ = 3.96, S.D. = 1.10) 3. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลเช่น ความพร้อมในการแข่งขัน สภาพร่างกาย รายชื่อนักเตะ ฯลฯ ($\bar{x}$ = 3.87, S.D. = 0.86) 4. การนำเสนออัตราต่อรองราคาฟุตบอลจากบ่อน เว็บไซต์ สำนักข่าว ฯลฯ ($\bar{x}$ = 3.80, S.D. = 0.92) 5. การทำนายผลสกอร์และผลการแข่งขันจากผู้เชี่ยวชาญ สำนักข่าว เว็บไซต์ ฯลฯ ($\bar{x}$ = 3.71, S.D. = 0.91) 6. การจัดโปรโมชันของเว็บไซต์พนันฟุตบอลเช่น การสมัครสมาชิกใหม่ การรับโบนัสเงินคืน ฯลฯ ($\bar{x}$ = 3.51, S.D. = 1.18) ส่วนปัจจัยด้านสื่อที่มีผลปานกลางมี 2 ปัจจัยได้แก่ 1. การโฆษณาเชิญชวนให้เล่นพนันฟุตบอลในเว็บไซต์ต่างๆ ($\bar{x}$ = 3.40, S.D. = 1.09) และ 2. การนำเสนอวิธีการเล่นพนันฟุตบอลในเว็บไซต์หรือคลิปวิดีโอ ($\bar{x}$ = 3.30, S.D. = 0.96)

ส่วนปัจจัยด้านสังคมมีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 2.82, S.D. = 0.82) โดยปัจจัยที่มีผลระดับปานกลางมี 3 ปัจจัย ซึ่งเมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ 1. เพื่อนหรือคนรู้จักชักชวนให้เล่นพนันฟุตบอล ($\bar{x}$ = 3.40, S.D. = 0.95) 2. การเล่นพนันฟุตบอลเพื่อสร้างความสัมพันธ์ พูดคุยกับเพื่อนหรือคนในกลุ่มที่ชอบฟุตบอล ($\bar{x}$ = 3.26, S.D. = 0.99) และ 3. การเลียนแบบพฤติกรรมเล่นพนันฟุตบอลจากเพื่อนหรือคนในกลุ่ม ($\bar{x}$ = 3.20, S.D. = 0.99) ขณะที่ปัจจัยด้านสังคมที่มี ผลน้อยมี 2 ปัจจัยได้แก่ 1. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะที่พักอาศัย สถานศึกษา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้กับสถานที่รับเล่นพนันฟุตบอล ($\bar{x}$ = 2.24, S.D. = 1.23) และ 2. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะมีคนในครอบครัวเล่นพนัน ($\bar{x}$ = 1.99, S.D. = 1.10) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอล	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ปัจจัยส่วนบุคคล			
1. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะชอบกีฬานี้	3.98	0.83	มาก
2. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะรู้สึกสนุกตื่นเต้น ได้ลุ้น ผลการแข่งขัน	3.92	0.78	มาก
3. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะคิดว่าเป็นเรื่องธรรมดา	3.83	0.90	มาก

4. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะต้องการเงิน	3.80	0.96	มาก

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ (ต่อ)

5. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะชอบเสี่ยงโชค	3.80	0.85	มาก
6. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะความอยากรู้อยากลอง	3.76	0.84	มาก
7. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะเชียร์นักฟุตบอลหรือทีมที่ชอบ	3.76	0.95	มาก
8. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะได้เงินง่าย	3.71	1.00	มาก
รวม	**3.82**	**0.61**	**มาก**
ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยี			
1. การเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ง่ายและสะดวก	4.13	0.96	มาก
2. การเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ปกปิดตัวตนได้ การตรวจสอบและจับกุมยาก	3.96	1.10	มาก
3. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลเช่น ความพร้อมในการแข่งขัน สภาพร่างกาย รายชื่อนักเตะ ฯลฯ	3.87	0.86	มาก
4. การนำเสนออัตราต่อรองราคาฟุตบอลจากบ่อน เว็บไซต์ สำนักข่าว ฯลฯ	3.80	0.92	มาก
5. การทำนายผลสกอร์และผลการแข่งขันชี้ขาดจากผู้เชี่ยวชาญด้านฟุตบอล สำนักข่าว เว็บไซต์ ฯลฯ	3.71	0.91	มาก
6. การจัดโปรโมชันของเว็บไซต์รับพนันฟุตบอลเช่น การสมัครสมาชิกใหม่ การรับโบนัสเงินคืน ฯลฯ	3.51	1.18	มาก
7. การโฆษณาเชิญชวนให้เล่นพนันฟุตบอลในเว็บไซต์ต่างๆ	3.40	1.09	ปานกลาง
8. การนำเสนอวิธีการเล่นพนันฟุตบอลในเว็บไซต์ คลิปวิดีโอ	3.30	0.96	ปานกลาง
รวม	**3.71**	**0.75**	**มาก**
ปัจจัยด้านสังคม			
1. เพื่อนหรือคนรู้จักชักชวนให้เล่นพนันฟุตบอล	3.40	0.95	ปานกลาง
2. การเล่นพนันฟุตบอลเพื่อสร้างความสัมพันธ์ พูดคุยกับเพื่อน หรือคนในกลุ่มที่ชอบฟุตบอล	3.26	0.99	ปานกลาง
3. การเลียนแบบพฤติกรรมเล่นฟุตบอลจากเพื่อนหรือคนในกลุ่ม	3.20	0.99	ปานกลาง
4. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะที่พักอาศัย สถานศึกษา สถานที่ทำงาน อยู่ใกล้กับสถานที่รับเล่นพนันฟุตบอล	2.24	1.23	น้อย
5. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะมีคนในครอบครัวเล่นพนัน	1.99	1.10	น้อย
รวม	**2.82**	**0.82**	**ปานกลาง**

4. ผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 2.65, S.D. = 0.72) โดยมีผลกระทบต่อตนเองมากที่สุด ($\bar{x}$ = 2.71, S.D. = 0.74) รองลงมาคือผลกระทบต่อสังคม ($\bar{x}$ = 2.42, S.D. = 0.84)

เมื่อแยกผลกระทบแต่ละด้านพบว่า ผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลต่อตนเองในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 2.71, S.D. = 0.74) โดยผลกระทบระดับมากมี 1 ด้านได้แก่ 1. การเล่นพนันฟุตบอล

ทำให้รู้สึกสนุก ตื่นเต้น คลายเครียด และลืมปัญหา ($\bar{x}$ = 3.53, S.D. = 0.81) ส่วนผลกระทบระดับปานกลางมี 7 ด้านซึ่งเมื่อเรียงตามค่าเฉลี่ยได้แก่ 1. การเล่นพนันฟุตบอลต่อหลังจากเล่นเสียเพราะอยากได้เงินคืน ($\bar{x}$ = 3.41, S.D. = 1.02) 2. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้มีรายได้เพิ่ม ได้ซื้อสิ่งที่ต้องการ ($\bar{x}$ = 3.36, S.D. = 0.97) 3. การเพิ่มเงินหลังจากเล่นได้เพราะอยากได้เงินเพิ่ม ($\bar{x}$ = 3.34, S.D. = 0.89) 4. การเสียเงินจากการเล่นพนันมากกว่าเล่นได้ ($\bar{x}$ = 3.27, S.D. = 0.92) 5. การเสียพนันฟุตบอลทำให้เครียด วิตกกังวล หงุดหงิด ฯลฯ ($\bar{x}$ = 2.72, S.D. = 1.10) 6.การเสียพนันฟุตบอลทำให้นอนไม่หลับ กินข้าวไม่ลง ฯลฯ ($\bar{x}$ = 2.64, S.D. = 1.05) และ 7. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้ความสามารถในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ลดลง ($\bar{x}$ = 2.58, S.D. = 1.10) ขณะที่ผลกระทบต่อตนเองระดับน้อยมี 6 ด้านได้แก่ 1. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้สถานะการเงินมีปัญหา ($\bar{x}$ = 2.42, S.D. = 1.16) 2. การเล่นพนันฟุตบอลมีผลกระทบต่อการเรียนหรือหน้าที่การงาน ($\bar{x}$ = 2.37, S.D. = 1.13) 3. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้สูบบุหรี่ กัญชาหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่ม ($\bar{x}$ = 2.35, S.D. = 1.12) 4. การมีหนี้สินจากการเล่นพนันฟุตบอล ($\bar{x}$ = 2.09, S.D. = 1.07) 5. การกู้ยืมเงินคนอื่นเพื่อนำมาเล่นพนันฟุตบอล ($\bar{x}$ = 2.03, S.D. = 1.05) และ 6. การนำสิ่งของไปจำนำหรือขายเพื่อเอาเงินมาเล่นพนันฟุตบอล ($\bar{x}$ = 1.90, S.D. = 1.01)

ส่วนผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลต่อสังคมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}$ = 2.42, S.D. = 0.84) โดยผลกระทบระดับปานกลางมี 1 ด้านได้แก่ 1. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้เข้ากับเพื่อน คนในกลุ่มที่ชอบทีมฟุตบอลหรือกีฬานี้ ($\bar{x}$ = 3.33, S.D. = 0.90) ส่วนผลกระทบต่อสังคมระดับน้อยมี 3 ด้าน ซึ่งเมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ 1. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้มีปัญหากับเพื่อน คนรักหรือครอบครัว ($\bar{x}$ = 2.21, S.D. = 1.16) 2. เพื่อนหรือคนในกลุ่มแยกตัวออกจากหลังรู้ว่าเล่นพนันฟุตบอล ($\bar{x}$ = 2.19, S.D. = 1.03) และ 3.การเล่นพนันฟุตบอลทำให้ใช้ความรุนแรงเพิ่มขึ้น ($\bar{x}$ = 1.96, S.D. = 1.12) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลต่อประชาชน จ.เชียงใหม่

ผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอล	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ผลกระทบต่อตนเอง			
1. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้รู้สึกสนุก ตื่นเต้น คลายเครียด ลืมปัญหา	3.53	0.81	มาก
2. เมื่อเล่นพนันฟุตบอลเสียมักเล่นพนันต่อเพราะอยากได้เงินคืน	3.41	1.02	ปานกลาง
3. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้มีรายได้เพิ่ม ได้ซื้อสิ่งที่ต้องการ	3.36	0.97	ปานกลาง
4. เมื่อเล่นพนันฟุตบอลได้มักเพิ่มเงินในการเล่นเพราะอยากได้เงินเพิ่ม	3.34	0.89	ปานกลาง
5. การเสียเงินจากการเล่นพนันฟุตบอลมากกว่าเล่นได้	3.27	0.92	ปานกลาง
6. การเสียพนันฟุตบอลทำให้เครียด วิตกกังวล หงุดหงิด ฯลฯ	2.72	1.10	ปานกลาง
7. การเสียพนันฟุตบอลทำให้นอนไม่หลับ กินข้าวไม่ลง ฯลฯ	2.64	1.05	ปานกลาง
8. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้ความสามารถในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ลดลง	2.58	1.10	ปานกลาง
9. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้สถานะการเงินมีปัญหา	2.42	1.16	น้อย
10. การเล่นพนันฟุตบอลมีผลกระทบต่อการเรียนหรือหน้าที่การงาน	2.37	1.13	น้อย

ตารางที่ 4 ผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลต่อประชาชน จ.เชียงใหม่ (ต่อ)

11. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้สูบบุหรี่ กัญชา หรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่ม	2.35	1.12	น้อย
12. การมีหนี้สินจากการเล่นพนันฟุตบอล	2.09	1.07	น้อย
13. การกู้ยืมเงินคนอื่นเพื่อนำมาเล่นพนันฟุตบอล	2.03	1.05	น้อย
14. การนำสิ่งของไปจำนำหรือขายเพื่อเอาเงินมาเล่นพนันฟุตบอล	1.90	1.01	น้อย
รวม	**2.71**	**0.74**	**ปานกลาง**
ผลกระทบต่อสังคม			
1. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้เข้ากับเพื่อน คนในกลุ่มที่ชอบทีมฟุตบอล กีฬานี้	3.33	0.90	ปานกลาง
2. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้มีปัญหากับเพื่อนหรือคนรักหรือครอบครัว	2.21	1.16	น้อย
3. เพื่อนหรือคนในกลุ่มแยกตัวออกจากหลังรู้ว่าเล่นพนันฟุตบอล	2.19	1.03	น้อย
4. การเล่นพนันฟุตบอลทำให้มีพฤติกรรมใช้ความรุนแรงเพิ่มขึ้น	1.96	1.12	น้อย
รวม	**2.42**	**0.84**	**น้อย**

5. การพิสูจน์สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis Testing)

5.1 ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ One-way ANOVA พบว่า ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่มีช่วงอายุต่างกันมีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 6.029$, $p < .05$) สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มอายุ 18–22 ปี และกลุ่มอายุ 23–30 ปี มีค่าเฉลี่ยความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลสูง ($\bar{x}$ = 8.56 และ 8.94 ตามลำดับ) สูงกว่ากลุ่มอายุ 41–50 ปี ($\bar{x}$ = 6.72) ขณะที่กลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลต่ำที่สุด ($\bar{x}$ = 4.56)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างแบบรายคู่ (Post hoc test) พบว่า กลุ่มอายุ 41–50 ปี มีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลต่ำกว่ากลุ่มอายุ 18–22 ปี และกลุ่มอายุ 23–30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุที่อยู่ใกล้เคียงกันคือ กลุ่มอายุ 18–22 ปี กับ 23–30 ปี หรือกลุ่มอายุ 31–40 ปี ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ากลุ่มผู้เล่นพนันฟุตบอลที่มีอายุมาก โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลต่ำกว่ากลุ่มอายุน้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่ใช้วงเงินเล่นพนันแตกต่างกันมีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ One-way ANOVA พบว่า ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่ใช้วงเงินเล่นพนันต่อครั้งแตกต่างกัน มีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 17.464$, $p < .05$) สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มที่ใช้วงเงินต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้งมีค่าเฉลี่ยความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลต่ำที่สุด ($\bar{x}$ = 7.08) ขณะที่กลุ่มที่ใช้วงเงินตั้งแต่ 3,001 บาทขึ้นไปมีความเสี่ยงสูงที่สุด ($\bar{x}$

= 12.37) เมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่าระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามวงเงินที่ใช้เล่นพนัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างแบบรายคู่ (Post hoc test) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่ใช้วงเงินต่ำกว่า 500 บาท มีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลต่ำกว่าทุกกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่กลุ่มที่ใช้วงเงิน 500–1,500 บาท และ 1,501–3,000 บาท ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของทั้งสองกลุ่มนี้ เมื่อเทียบกันเอง ส่วนกลุ่มที่ใช้วงเงินตั้งแต่ 3,001 บาทขึ้นไป มีระดับความเสี่ยงสูงกว่าทุกกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผู้เล่นพนันฟุตบอลที่ใช้วงเงินสูงมีแนวโน้มที่จะมีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลมากกว่าผู้ที่ใช้วงเงินต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.3 ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่ได้รับเงินมากที่สุดจากการเล่นพนันแตกต่างกันมีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ One-way ANOVA พบว่า ผู้ที่เคยได้รับเงินจากการพนันฟุตบอลแตกต่างกันมีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 6.105$, $p < .05$) สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มที่เคยได้รับเงินมากที่สุด (15,001 บาทขึ้นไป) มีค่าเฉลี่ยความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลสูงที่สุด ($\bar{x} = 9.59$) ขณะที่กลุ่มที่เคยได้รับเงิน 10,001 – 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลต่ำที่สุด ($\bar{x} = 5.65$)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ (Post hoc test) พบว่า กลุ่มที่เคยได้รับเงินสูงสุด (15,001 บาทขึ้นไป) มีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลสูงกว่าทุกกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กลุ่มที่เคยได้รับต่ำกว่า 1,000 บาท มีระดับความเสี่ยงต่ำกว่ากลุ่มสูงสุดอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน กลุ่มที่เคยได้รับเงินพนันในช่วง 1,001 – 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท มีความเสี่ยงสูงกว่ากลุ่ม 10,001 – 15,000 บาท และต่ำกว่ากลุ่มสูงสุดอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผู้เล่นที่เคยได้รับเงินจากการเล่นพนันฟุตบอลมากมีแนวโน้มที่จะมีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลสูงกว่าผู้ที่ได้รับเงินน้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4 ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่เสียเงินมากที่สุดจากการเล่นพนันแตกต่างกันมีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ One-way ANOVA พบว่า ผู้เล่นพนันฟุตบอลที่เคยเสียเงินจากการเล่นในจำนวนที่ต่างกันมีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 16.200$, $p < .05$) สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มที่เคยเสียเงินมากที่สุด (15,001 บาทขึ้นไป) มีความเสี่ยงสูงที่สุด ($\bar{x} = 11.90$) ขณะที่กลุ่มเสียเงินต่ำกว่า 1,000 บาทมีความเสี่ยงต่ำที่สุด ($\bar{x} = 7.02$)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ (Post hoc) พบว่า กลุ่มที่เคยเสียเงินตั้งแต่ 5,001 บาทขึ้นไป มีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลสูงกว่ากลุ่มที่เคยเสียเงินต่ำกว่า 1,000 บาท และ 1,001–5,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มที่เคยเสียเงินในระดับใกล้เคียงกัน ดังนั้นสรุปได้ว่าผู้เล่นที่เคยเสียเงินจากการเล่นพนันฟุตบอลมากมีแนวโน้มที่จะมีระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลสูงกว่าผู้ที่เคยเสียเงินน้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.5 ผู้ที่มีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลต่างกันได้รับผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ One-way ANOVA พบว่า ผู้ที่มีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลในระดับต่างกันได้รับผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 66.868$, $p < .001$) โดยกลุ่มผู้มีความเสี่ยงปัญหาติดการพนันมีค่าเฉลี่ยผลกระทบสูงที่สุด ($\bar{x} = 54.61$) ขณะที่กลุ่มผู้ไม่มีปัญหาจากการพนันมีค่าเฉลี่ยผลกระทบต่ำที่สุด ($\bar{x} = 32.86$)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ (Post hoc) พบว่า กลุ่มผู้มีระดับความเสี่ยงปานกลางและกลุ่มผู้มีความเสี่ยงปัญหาติดการพนันได้รับผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลสูงกว่ากลุ่มผู้ไม่มีปัญหาและกลุ่มผู้มีความเสี่ยงต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มผู้ไม่มีปัญหากับกลุ่มผู้มีความเสี่ยงต่ำ ดังนั้นสรุปได้ว่าระดับความเสี่ยงติดการพนันมีผลต่อระดับผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลอย่างมีนัยสำคัญ

5.6 ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอล

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของ Pearson พบว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่าง โดยพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์รายข้อพบว่ามี 10 ปัจจัยจากทั้งหมด 21 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลได้แก่ 1. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะต้องการเงิน ($r = .125$, $p < .05$) 2. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะว่าได้เงินง่าย ($r = .174$, $p < .01$) 3. เพื่อนหรือคนรู้จักชักชวนให้เล่นพนันฟุตบอล ($r = .169$, $p < .01$) 4. การเลียนแบบพฤติกรรมเล่นฟุตบอลจากเพื่อนหรือคนในกลุ่ม ($r = .180$, $p < .01$) 5. การเล่นพนันฟุตบอลเพื่อสร้างความสัมพันธ์พูดคุยกับเพื่อนหรือคนในกลุ่มที่ชอบฟุตบอล ($r = .179$, $p < .01$) 6. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะมีคนในครอบครัวเล่นพนัน ($r = .322$, $p < .01$) 7. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะที่พักอาศัย สถานศึกษา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้กับสถานที่รับเล่นพนันฟุตบอล ($r = .359$, $p < .01$) 8. การนำเสนออัตราต่อรองราคาฟุตบอลจากบ่อน เว็บไซต์ สำนักข่าว ฯลฯ ($r = .143$, $p < .01$) 9. การทำนายผลสกอร์และผลการแข่งขันชี้ขาดจากผู้เชี่ยวชาญด้านฟุตบอล สำนักข่าว เว็บไซต์ ฯลฯ ($r = .135$, $p < .01$) และ 10. การนำเสนอวิธีการเล่นพนันฟุตบอลในเว็บไซต์หรือคลิปวิดีโอ ($r = .099$, $p < .05$) ผลที่ได้จึงมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความเสี่ยงในการติดการพนันฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 5

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีกับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอล

ปัจจัยที่มีผลต่อความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอล	r	Sig
ปัจจัยส่วนบุคคล		
1. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะว่าได้เงินง่าย	.174**	.000
2. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะต้องการเงิน	.125*	.013
3. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะชอบเสี่ยงโชค	.067	.180
4. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะคิดว่าเป็นเรื่องธรรมดา	.043	.390
5. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะความอยากรู้อยากลอง	.041	.417
6. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะรู้สึกสนุก ตื่นเต้น ได้ลุ้นผลการแข่งขัน	.024	.636
7. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะชอบกีฬานี้	.014	.785
8. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะเชียร์นักฟุตบอลหรือทีมที่ชอบ	.011	.829
ปัจจัยด้านสังคม		
1. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะที่พักอาศัย สถานศึกษา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้กับสถานที่รับเล่นพนันฟุตบอล	.359**	.000
2. การเล่นพนันฟุตบอลเพราะมีคนในครอบครัวเล่นพนัน	.322**	.000
3. การเลียนแบบพฤติกรรมเล่นฟุตบอลจากเพื่อนหรือคนในกลุ่ม	.180**	.000
4. การเล่นพนันฟุตบอลเพื่อสร้างความสัมพันธ์พูดคุยกับเพื่อนหรือคนในกลุ่มที่ชอบฟุตบอล	.179**	.000
5. เพื่อนหรือคนรู้จักชักชวนให้เล่นพนันฟุตบอล	.169**	.001
ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยี		
1. การนำเสนออัตราต่อรองราคาฟุตบอลจากบ่อน เว็บไซต์ สำนักข่าว ฯลฯ	.143**	.004
2. การทำนายผลสกอร์และผลการแข่งขันชี้ขาดจากผู้เชี่ยวชาญด้านฟุตบอล สำนักข่าว เว็บไซต์ ฯลฯ	.135**	.007
3. การนำเสนอวิธีการเล่นพนันฟุตบอลในเว็บไซต์หรือคลิปวิดีโอ	.099*	.049
4. การโฆษณาเชิญชวนให้เล่นพนันฟุตบอลในเว็บไซต์ต่างๆ	.086	.086
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลเช่น ความพร้อมในการแข่งขันสภาพร่างกาย รายชื่อนักเตะ ฯลฯ	.055	.276
6. การเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ปกปิดตัวตนได้ การตรวจสอบ จับกุมยาก	-.020	.696
7. การเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์เพราะง่ายและสะดวก	-.019	.711
8. การจัดโปรโมชันของเว็บไซต์รับพนันฟุตบอลเช่น การสมัครสมาชิกใหม่ การชวนคนอื่นมาเล่นพนันจะได้รับโบนัส การรับโบนัส เงินคืน ฯลฯ	.006	.913

*p < .05, **p < .01

5.7 พฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอล ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีสามารถร่วมกันทำนายความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลได้

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise พบว่า พฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอล ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยี สามารถร่วมกันทำนายความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งตัวแปรทั้ง 7 ตัว สามารถอธิบายความแปรปรวนของความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลได้ร้อยละ 25.7 (Adjusted R^2 = .257, R = .520, F = 20.751, Sig. = .000) โดยการเล่นพนันฟุตบอลเพราะที่พักอาศัย สถานศึกษา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้กับสถานที่รับเล่นพนันฟุตบอลมีอิทธิพลต่อการทำนายความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลมากที่สุด รองลงมาคือ อายุ การเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ง่ายและสะดวก วงเงินที่ใช้เล่นพนันฟุตบอลต่อครั้ง ความสนุก ตื่นเต้นจากการเล่นพนันฟุตบอล จำนวนเงินสูงสุดที่เคยได้รับจากการเล่นพนันฟุตบอล และการนำเสนออัตราต่อรองราคาฟุตบอลผ่านสื่อ

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า สภาพแวดล้อมรอบตัวเช่น การอยู่ใกล้กับสถานที่รับพนันฟุตบอล อายุ ความสะดวกในการเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ พฤติกรรมทางเศรษฐกิจ (วงเงินและจำนวนเงินที่ได้รับจากการเล่นพนัน) ประสบการณ์ทางอารมณ์ และอิทธิพลของสื่อมีบทบาทสำคัญในการทำนายความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่าง อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกประมาณร้อยละ 74.3 ที่อาจมีอิทธิพลต่อความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลที่ยังไม่ได้รวมในการศึกษาเช่น ลักษณะบุคลิกภาพ การเข้าถึงสื่อออนไลน์หรือปัจจัยทางวัฒนธรรมจึงยังมีช่องว่างสำหรับการศึกษาต่อไป

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างพฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอล ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีกับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรอิสระ	B (Unstandardized)	Std. Error	Beta (Standardized)	t	Sig.
(ค่าคงที่)	5.368	1.204		4.457	.000
1. ที่พักอาศัย สถานศึกษา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้กับสถานที่รับเล่นพนันฟุตบอล	1.068	0.161	0.297	6.614*	.000
2. อายุ	-0.083	0.018	-0.209	-4.599*	.000
3. การเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ง่ายและสะดวก	0.902	0.217	0.204	4.160*	.000
4. วงเงินที่ใช้เล่นพนันต่อครั้ง	0.000	0.000	0.169	3.593*	.000
5. ความสนุก ตื่นเต้น ได้ลุ้นผลการแข่งขัน	-0.789	0.287	-0.139	-2.754*	.006

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างพฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอล ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีกับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	B (Unstandardized)	Std. Error	Beta (Standardized)	t	Sig.
6. จำนวนเงินสูงสุดที่เคยได้รับจากการเล่นพนันฟุตบอล	0.000	0.000	0.117	2.453*	.015
7. การนำเสนออัตราต่อรองราคาฟุตบอลจากบ่อน สำนักข่าว เว็บไซต์ทำให้เล่นพนันฟุตบอล	0.523	0.233	0.109	2.246*	.025
R = 0.520, Adjusted R^2 = 0.257, F = 20.751*, Sig. = .000					

หมายเหตุ: *p < .05

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

1. ลักษณะทั่วไปของประชาชน จ.เชียงใหม่ที่เล่นพนันฟุตบอล จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เล่นพนันฟุตบอลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 30 ปี เกือบครึ่งหนึ่งเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา โดยเกินครึ่งหนึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรีและโสด สอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่พบว่าผู้เล่นพนันฟุตบอลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและเพศมีความสัมพันธ์กับการติดพนันฟุตบอล (วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2557; กติกา สุขสวัสดิ์ และ ประพนธ์ สหพัฒนา, 2562; Lertbunchardwong, 2014; Whelan et al., 2021) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ชาย ผู้เล่นพนันอาจเคยเล่นกีฬานี้ ติดตามชมการแข่งขันและอาจเคยเล่นพนันกับเพื่อนจนส่งผลให้มีพฤติกรรมเล่นพนันฟุตบอลต่อเนื่องตั้งแต่วัยเรียนจนเข้าสู่วัยทำงาน

2. พฤติกรรมการเล่นและการติดพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งหนึ่งเล่นพนันฟุตบอล 1-5 ปี โดย 3 ใน 4 เริ่มเล่นเพราะเพื่อนหรือคนรู้จัก เป็นการเล่นเพื่อความบันเทิง เกินครึ่งหนึ่งเล่นพนัน 1-2 วันต่อสัปดาห์ โดยเล่นพนันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกแบบสเต็ปหรือฟุตบอลชุดมากที่สุด ส่วนใหญ่เล่นพนันผ่านเว็บไซต์พนันฟุตบอล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างใช้เว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลและการพนันเป็นแหล่งข้อมูลประกอบการเล่นพนัน โดยเฉพาะข้อมูลการแข่งขัน ความพร้อมของทีม สภาพร่างกาย รายชื่อนักเตะ ฯลฯ และเกินครึ่งหนึ่งมีความเสี่ยงปัญหาติดการพนัน ผลของการวิจัยจึงสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องประเภทของนักพนัน พฤติกรรมการเล่นพนัน สาเหตุและวิธีการเล่นพนันฟุตบอลที่ระบุว่า คนมักเริ่มเล่นพนันกับเพื่อน คนรู้จัก การเล่นพนันเพื่อกิจกรรมทางสังคม หากพัฒนาเป็นกลุ่มที่หมกมุ่นกับการพนันจะทำให้มีความเสี่ยงต่อการเป็นโรคติดการพนัน (ศูนย์ศึกษาปัญหาพนัน, 2562; อมรทิพย์ อมราภิบาล และ ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน, 2562, 394-395)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดช่องทางการสื่อสารและวิธีการที่ใช้เล่นพนันฟุตบอลที่ระบุว่า ผู้เล่นสามารถเดิมพันกับโต๊ะบอลหรือเอเยนต์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ โดยเว็บไซต์พนันฟุตบอลมักเสนอข้อมูลการ

แข่งขัน ทายผลฟุตบอล อัตราต่อรองราคาที่ใช้ประกอบการเล่นพนันฟุตบอล (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2558; มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, 2562, ออนไลน์) และสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อที่ระบุว่า แรงจูงใจหนึ่งที่ทำให้คนใช้สื่อเกิดจากความต้องการแสวงหาข่าวสารที่มีผลกระทบต่อตนเองหรือนำข้อมูลนั้นไปใช้ประโยชน์ (McQuail et al., 1972 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2556, 161) ดังนั้นผู้เล่นพนันจึงใช้ข้อมูลเกี่ยวกับผลการแข่งขันในอดีต สถิติที่ผ่านมา การวิเคราะห์ความได้เปรียบหรือเสียเปรียบของแต่ละทีม การคาดความน่าจะเป็นของผลการแข่งขันไปใช้ประกอบการเล่นพนันฟุตบอล

ผลของการวิจัยสอดคล้องกับผลงานวิจัยหลายเรื่องที่พบว่า สาเหตุที่ทำให้คนเล่นพนันฟุตบอล และคนที่เล่นพนันด้วยคือ เพื่อน คนรู้จักหรือคนที่ชอบทีมเดียวกัน ส่วนใหญ่เล่นพนัน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ นิยมเล่นพนันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลเล่นพนันฟุตบอล และคนที่เคยเล่นพนัน 1-5 ปี มีแนวโน้มมีปัญหาติดการพนัน (บุญทวี พรหมเทพ, 2556; รัชกฤช รัมจันทร์, 2561; วิษชญะ ศิลาน้อย และ เจษฎา ศาลาทอง, 2561; กติกา สุขสวัสดิ์ และ ประพนธ์ สหพัฒนา, 2562; Lertbunchardwong, 2014; Whelan et al., 2021)

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอล จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเล่นพนันฟุตบอลเป็นเพราะความสนุก ความชอบเสี่ยงโชค ความต้องการเงิน และการมีทัศนคติว่าการเล่นพนันฟุตบอลเป็นเรื่องธรรมดา ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอล สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยหรือสาเหตุที่ทำให้คนเล่นพนันฟุตบอลที่ระบุว่า การพนันเป็นกิจกรรมเร้าอารมณ์ ซึ่งการเสริมแรงด้วยการได้เงินและเสียเงินมีส่วนดึงดูดใจให้คนอยากลองเล่นพนัน นักพนันมักแสวงหาความตื่นเต้นและความสุขจากการเล่นพนันหรือเล่นเพื่อเงิน (Griffiths & Wood, 2000 อ้างถึงใน พรจิรา ปริวัชรากุล, 2559, 90; มธุรดา สุวรรณโพธิ์, 2559 อ้างถึงใน อมรทิพย์ อมราภิบาล และ ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน, 2562, 393)

ผลของการวิจัยจึงสอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่พบว่า สาเหตุที่ทำให้คนเล่นพนันฟุตบอลเกิดจากความชอบเสี่ยงโชค ความต้องการเงิน การเล่นพนันฟุตบอลเพื่อคลายเครียด ความสนุกและความตื่นเต้นเมื่อชนะพนันผู้เล่นอีกฝ่ายหรือเจ้ามือ (บุญทวี พรหมเทพ, 2556; วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2557; กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ และ ธีรโชติ ภูมิภมร, 2560; Lertbunchardwong, 2014; Rensen, 2018)

3.2 ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอล จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเล่นพนันฟุตบอลเป็นเพราะการนำเสนอข้อมูลอัตราต่อรอง การทำนายผลการแข่งขันชี้ขาด การพนันฟุตบอลออนไลน์สะดวก ปกปิดตัวตนได้ ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านสื่อมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอล สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยและข้อมูลที่ทำให้คนเล่นพนันฟุตบอลซึ่งระบุว่าการชี้นำของสื่อเช่น การวิเคราะห์วิจารณ์เกมการแข่งขัน การทายผล และอัตราต่อรองทำให้คนเล่นพนันฟุตบอล (ธนาคม พจนาพิทักษ์ และ วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2554 อ้างถึงใน ICGP, 2560, 6)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดที่ระบุว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้ประสบการณ์ของมนุษย์แผ่ขยายออกไป ระยะทางหรือเวลาจึงไม่เป็นอุปสรรค ผู้ใช้สื่อสามารถสื่อสารผ่านตัวกลาง ดัดแปลงเนื้อหาหรือไม่เปิดเผยตัวตนได้ (Holmes, 2005 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2556, 107) ดังนั้นเว็บไซต์พนันฟุตบอล สื่อโซเชียลมีเดียจึงทำให้ช่องทางการเล่นพนันฟุตบอลขยายตัว ซึ่งผู้เล่นพนันสามารถใช้นามแฝงและเล่นพนันได้เกือบทุกช่วงเวลา

ผลของการวิจัยสอดคล้องกับผลงานวิจัยหลายเรื่องที่พบว่า ข้อมูลจากสื่อหรือผู้เชี่ยวชาญกีฬาฟุตบอลมักได้รับความเชื่อถือ มีอิทธิพลทำให้คนเล่นพนันฟุตบอลได้ คนเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์เนื่องจากเข้าถึงง่ายและสะดวก (บุญทวี พรหมเทพ, 2556; รัชกฤช รัมจันทร์, 2561; วิษชญะ ศิลาน้อย และ เจษฎา ศาลาทอง, 2561) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศในช่วงหลังที่พบว่า การโฆษณาและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันผ่านสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นพนัน (Singer et al., 2024)

3.3 ปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอล จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเล่นพนันฟุตบอลเป็นเพราะถูกเพื่อนชวน การเลียนแบบพฤติกรรม ส่วนใหญ่เล่นพนันเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนในกลุ่ม ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอล สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมที่อธิบายว่าคนเรียนรู้ได้จากประสบการณ์ทางอ้อมผ่านการสังเกตพฤติกรรมของตัวแบบ ซึ่งอาจเป็นเพื่อน คนทั่วไป ฯลฯ โดยตัวแบบที่ได้รับรางวัลหรือประโยชน์จะมีอิทธิพลจูงใจให้คนทำตาม (Bandura, 1971 อ้างถึงใน อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2546, 69)

ผลของการวิจัยยังสอดคล้องกับผลการศึกษาหลายเรื่องที่พบว่า การเรียนรู้ทางสังคมโดยเพื่อนเป็นคนชวนให้เล่นพนันฟุตบอล การเห็นพฤติกรรมเล่นพนัน และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีเพื่อนเล่นพนันทำให้เกิดการเลียนแบบ หรือเล่นพนันฟุตบอลเพื่อให้ได้รับการยอมรับ (บุญทวี พรหมเทพ, 2556; วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2557; กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ และ ธีรโชติ ภูมิภมร, 2560; รัชกฤช รัมจันทร์, 2561; กติกา สุขสวัสดิ์ และ ประพนธ์ สหพัฒนา, 2562; Lertbunchardwong, 2014) สอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศที่ระบุว่าแรงกดดันจากกลุ่มเพื่อน การรับรู้ถึงพฤติกรรมการเล่นพนันของคนรอบข้าง รวมทั้งการได้รับการยอมรับจากเพื่อนและครอบครัว เป็นปัจจัยสำคัญที่สัมพันธ์กับการเริ่มต้นเข้าสู่พฤติกรรมการพนัน (Parrado et al., 2023)

4. ผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชน จ.เชียงใหม่ จากผลการวิจัยพบว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างเล่นพนันฟุตบอลได้มักเพิ่มเงินเล่นพนันเพราะอยากได้เงินเพิ่ม และเมื่อเล่นพนันฟุตบอลเสียมักเล่นพนันต่อเพราะอยากได้เงินคืน การเสียเงินพนันทำให้นอนไม่หลับ รับประทานอาหารไม่ลง เครียด ฯลฯ ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความเสี่ยงติดการพนันฟุตบอลจะได้รับผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลมากกว่ากลุ่มอื่น ผลของการวิจัยจึงสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องประเภทของนักพนันอาการของผู้ติดการพนันและผลกระทบจากการเล่นพนันที่ระบุว่า ผู้ติดการพนันจะสูญเสียการควบคุมตนเอง ขาดความยั้งคิด ซึ่งเมื่อเล่นพนันได้จะโลภ แต่เมื่อเสียพนันจะรู้สึกเสียดายจึงเล่นพนันเพื่อแก้ตัว ทำให้ผู้เล่นพนันฟุตบอลได้รับผลกระทบทางร่างกายและจิตใจเช่น วิตกกังวล การกินผิดปกติ (มธุรดา สุวรรณโพธิ์, 2559 อ้างถึงใน อมรทิพย์ อมราภิบาล และ ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน, 2562, 395; วิไลลักษณ์ ลังกา และคณะ, 2563,

12; Matthews et al., 2009 อ้างถึงใน ณัฐกร วิทิตานนท์, ม.ป.ป., ออนไลน์) และสอดคล้องกับผลการวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศหลายเรื่องที่พบว่า ผู้เล่นพนันฟุตบอลได้รับผลกระทบทางลบต่อร่างกายและจิตใจเช่น นอนน้อย รับประทานอาหารไม่เป็นเวลา เครียด ขาดความไตร่ตรอง และความผิดปกติทางจิต (บุญทวี พรหมเทพ, 2556; กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ และ ธีรโชติ ภูมิภมร, 2560; Wirkus et al., 2024)

ข้อจำกัดของการวิจัย (Limitations of the Study)

1. ข้อจำกัดด้านการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากพฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอลถือเป็นกิจกรรมที่ผิดกฎหมาย ส่งผลให้บางสถาบันการศึกษา สถานประกอบการกลางคืน และสโมสรฟุตบอลบางแห่งไม่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความอ่อนไหวต่อการเปิดเผยตัวตน คณะผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง รวมทั้งประสานงานกับผู้ที่เป็นตัวกลางในแวดวงการพนันฟุตบอลซึ่งมีความคุ้นเคยกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม แม้แบบสอบถามจะไม่มีการให้ระบุข้อมูลส่วนบุคคล แต่กลุ่มตัวอย่างบางคนอาจไม่ให้ข้อมูลตามความเป็นจริงทั้งหมด

2. ข้อจำกัดด้านลักษณะของกลุ่มตัวอย่างๆ คือ ประชาชนใน จ.เชียงใหม่ที่เคยเล่นพนันฟุตบอลอาจมีลักษณะส่วนบุคคล บริบททางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเปิดรับเนื้อหากีฬาฟุตบอลผ่านสื่อแตกต่างจากประชากรจังหวัดอื่นๆ ผลวิจัยจึงอาจไม่นำไปสรุปอ้างอิงหรือประยุกต์ใช้กับบริบทอื่นได้อย่างครอบคลุม

สรุป (Conclusion)

พฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล สังคม และสื่อ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและวัยทำงานที่เริ่มต้นจากการชักชวนของเพื่อนและเข้าถึงช่องทางออนไลน์ได้ง่าย ส่งผลกระทบครอบคลุมทั้งระดับบุคคลและสังคม ผลการทดสอบสมมติฐานยืนยันว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านสามารถร่วมกันทำนายความเสี่ยงติดการพนันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คณะผู้วิจัยจึงสังเคราะห์ข้อค้นพบจากหลักฐานเชิงประจักษ์ทั้งในส่วนของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก และตัวแปรพยากรณ์สำคัญสู่แนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาด้วยโมเดลเกราะป้องกันการพนันฟุตบอล G-SHIELD (Gambling Shield) Model ประกอบด้วย

G : Guard (การป้องกัน) มุ่งเน้นกลุ่มอายุน้อยที่มีความเสี่ยงสูงกว่ากลุ่มอื่น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น กองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.) สถาบันการศึกษาควรร่วมกันจัดกิจกรรมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) แก่เยาวชนและประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจรูปแบบการพนันฟุตบอลที่แฝงมากับสื่อดิจิทัล ควบคู่กับการเฝ้าระวังในชุมชนเพื่อสังเกตพฤติกรรมเสี่ยงและยับยั้งการเข้าสู่วงจรพนัน

S : Safety (ความปลอดภัย) กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันพัฒนาช่องทางสื่อสารออนไลน์แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการพนันฟุตบอล และแอปพลิเคชันทดสอบ

ความเสี่ยงการติดพนันฟุตบอล รวมทั้งการให้คำปรึกษาและผลิตสื่อรณรงค์เช่น อินโฟกราฟิก คลิปวิดีโอ เพื่อสื่อสารผลกระทบของการเล่นพนันฟุตบอลต่อกลุ่มเป้าหมาย

H : Household (ครอบครัว) ลดอิทธิพลของบรรทัดฐานทางสังคมเชิงลบ และการมีคนในครอบครัวเล่นพนันซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความเสี่ยง โดยส่งเสริมให้ครอบครัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการรับชมกีฬาเชิงสร้างสรรค์ สื่อสารให้เห็นคุณค่าของกีฬาฟุตบอลในด้านสุขภาพและแรงบันดาลใจ พร้อมทั้งเปิดพื้นที่การสนทนาในครอบครัวเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวิพากษ์ข่าวสารเกี่ยวกับการพนันเพื่อการเตือนสติตลอดจนการสร้างทัศนคติที่ถูกต้องในการหารายได้

I : Information reform (การปรับปรุงการนำเสนอข้อมูล) ยกระดับจริยธรรมวิชาชีพในกลุ่มสื่อมวลชนและผู้เชี่ยวชาญด้านฟุตบอลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นพนัน โดยหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลในลักษณะเชิงชี้นำเช่น อัตราต่อรอง การวิเคราะห์ผลการแข่งขันที่เอื้อต่อการพนัน รวมทั้งการกวดขันโฆษณาแฝงของเว็บไซต์พนัน และปรับเปลี่ยนทิศทางการนำเสนอมาเป็นการสร้างพื้นที่การสื่อสารเชิงรณรงค์ที่สะท้อนผลกระทบเชิงลบของการพนันฟุตบอลเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้ใช้สื่อในวงกว้าง

E : Ethics (ค่านิยม) ปรับเปลี่ยนบรรทัดฐานกลุ่มและพฤติกรรมการเลียนแบบเพื่อนในการเล่นพนันเพื่อสร้างการยอมรับในกลุ่ม โดยร่วมกับเครือข่ายสถาบันการศึกษา สโมสรฟุตบอล และสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยสร้างวัฒนธรรมการชมกีฬาเชิงสร้างสรรค์ที่ปราศจากการพนันผ่านกิจกรรมเช่น การเสวนาระหว่างต้นแบบนักกีฬา (Idols) กับแฟนบอล ฟุตบอลคลินิก และการสร้างพื้นที่ส่วนรวมในการรับชมการแข่งขันเพื่อเปลี่ยนเป้าหมายจากการพนันไปสู่การสร้างความสัมพันธ์และความสนุกในเกมกีฬา

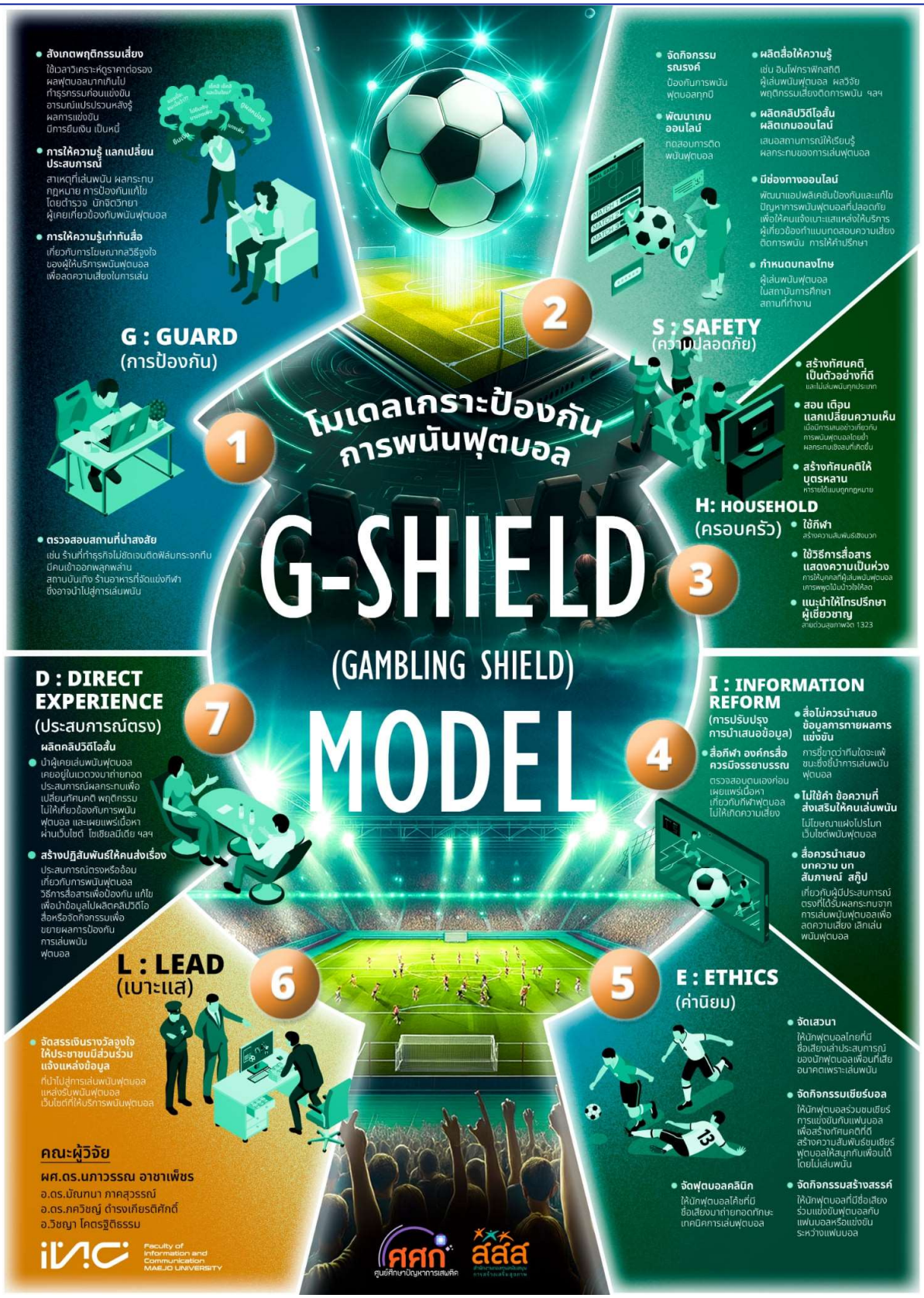
L : Lead (เบาะแส) การเพิ่มมาตรการจูงใจและรางวัลนำจับให้แก่ภาคประชาชนในการแจ้งเบาะแสเว็บไซต์พนันออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่เข้าถึงง่ายและมีการปกปิดตัวตน เพื่อสนับสนุนให้สำนักงานตำรวจแห่งชาติ บก.ปอท. และหน่วยงานทางกฎหมายสามารถดำเนินการตรวจสอบ จับกุมผู้ให้บริการ และปิดกั้นเว็บไซต์พนันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยลดจำนวนช่องทางการเข้าถึงและตัดวงจรการขยายตัวของผู้เล่นพนันฟุตบอลในโลกดิจิทัล

D : Direct experience (ประสบการณ์ตรง) การปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมผ่านการสื่อสารแบบเรื่องเล่าโดยใช้ประสบการณ์จริงจากผู้ที่เคยได้รับผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลเชิงลบทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และเศรษฐกิจในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้นเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและการตระหนักรู้

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026



ภาพที่ 2 : โมเดลเกราะป้องกันการพนันฟุตบอล G-SHIELD (Gambling Shield) Model

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย (Recommendations from the Study)

1.ข้อเสนอแนะในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอลควรทำอย่างระมัดระวังและค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประสานงาน หรือบุคคลในแวดวงการพนันอาจกังวลเรื่องผลกระทบทางกฎหมายและความปลอดภัยของตนเอง จึงควรสร้างความไว้วางใจ ใช้ผู้วิจัยเพียง 1–2 คนลงพื้นที่ แจ้งสถานที่และสังเกตความปลอดภัยตลอดเวลา และค่อยๆ สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีประสบการณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ผู้สนใจทำวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยและผลกระทบจากการเล่นพนันฟุตบอลให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ การศึกษา รายได้ และประสบการณ์เล่นพนันที่แตกต่างกัน รวมทั้งเก็บข้อมูลจากครอบครัวหรือคนใกล้ชิดของผู้เล่นเพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับหัวข้อวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ทำงานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตสื่อประเภทต่างๆ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาการพนันฟุตบอล และทดสอบประสิทธิผลของสื่อก่อนเผยแพร่และขยายผลให้เกิดประโยชน์ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements)

ขอขอบคุณศูนย์ศึกษาปัญหาการเสพติด (ศศก.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ให้ทุนสนับสนุนโครงการวิจัยนี้

เอกสารอ้างอิง (References)

กติกา สุขสวัสดิ์ และ ประพนธ์ สหพัฒนา. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอลของเยาวชนในสถาบันการอาชีวศึกษา. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, *10*(2), 23–44. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/polscicmujournal/article/view/141379/158108

กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล. (2556). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ภาพพิมพ์.

กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ และ ธีรโชติ ภูมิภมร. (2560). *เยาวชนกับการพนัน: ปัจจัยเสี่ยง ความเปราะบาง และผลกระทบทางสังคม* (รายงานวิจัย). ศูนย์ศึกษาปัญหาพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2558). *การพนันฟุตบอลออนไลน์: โอกาสทางธุรกิจที่ชอบด้วยกฎหมายในประเทศไทย*. เอกสารเผยแพร่.

ณัฐกร วิทิตานนท์. (ม.ป.ป.). *ตอนที่ 10 ผลกระทบของการพนันออนไลน์ (ในระดับตัวบุคคล)*. ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. https://www.gamblingstudy-th.org/issues_topic_1/349/3/1/online-casino-10/

เดลินิวส์. (2565, 28 สิงหาคม). *บุกทลายเว็บพนันออนไลน์กลางเมืองเชียงใหม่ รวบ 5 แอดมิน 'หนุ่มหล่อสาวสวย' ชวนเล่นพนัน*. เดลินิวส์ https://www.dailynews.co.th/news/1406263/

บุญทวี พรหมเทพ. (2556). *อิทธิพลของสื่อประเภทกีฬาที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลของนักศึกษาชายระดับอุดมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้]. DSpace at Maejo University. http://202.28.38.45/dspace/

พีระ จิระโสภณ. (2557). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 11-15. (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1). สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมาธิราช.

พชรพล เกตุจินากูล. (2562). *ฟุตบอลแฟนเพจกับการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล*. [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chula ETD. https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/9264/

พรจิรา ปริวัชรากุล. (2559). *แกะรอยหยักสมองมองผลกระทบของการพนัน*. บริษัทสหมิตรพริ้นท์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด.

พงศธร พุฒตาล (2562) *พฤติกรรมและทัศนคติต่อการเล่นพนันฟุตบอลของนิสิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก*. [วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

มธุรดา สุวรรณโพธิ์, ภาสกร คุ้มศิริ, ธนาภรณ์ กองพล, นภาดา สุขสัมพันธ์ และ สันติภาพ นันทะสาร. (2561). *โครงการพัฒนาต้นแบบของระบบจัดการปัญหาเกมและพนันในชุมชนอย่างบูรณาการ ระยะที่ 1: ปัญหาพนัน เกม และการประยุกต์ใช้เครื่องมือเพื่อการตระหนักรู้ปัญหาพนันในชุมชน* (รายงานวิจัย). ศูนย์ศึกษาปัญหาพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. (2562). *คู่มือแนวปฏิบัติการเฝ้าระวังการโฆษณาเชิญชวนการเล่นพนันฟุตบอลในสื่อออนไลน์*. https://icgp.thainhf.org/th/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%9D%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%82%E0%B8%86%E0%B8%A9%E0%B8%93%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%8A/

รัชกฤช รัมจันทร์. (2561). *การศึกษาสาเหตุและแรงจูงใจในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในประเทศไทย: กรณีศึกษาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต]. RSUIR at Rangsit University. https://rsuir-library.rsu.ac.th/

วสันต์ ปัญญาแก้ว. (2557). *พนันบอล อำนาจ และความเป็นชาย* (รายงานวิจัย). ศูนย์วิจัยปัญหาการพนัน, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

วิษชญะ ศิลาน้อย และ เจษฎา ศาลาทอง. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล. *วารสารนิเทศศาสตร์, 36*(3), 1-14. https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/1420

วิไลลักษณ์ ลังกา, นริสรา พึ่งโพธิ์สภ และ พัชราภรณ์ ศรีสวัสดิ์. (2563). *คู่มือแนวทางการป้องกันการเล่นพนันออนไลน์สำหรับครูแนะแนว*. อมรรัตน์ ก็อปปี้.

ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และ ดิเรก ศรีสุโข. (2540). *การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย*. พชรกานต์พับลิเคชั่น จำกัด.

ศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. (2560). *การป้องกันเด็กและเยาวชนจากการพนันฟุตบอลผ่านช่องทางออนไลน์.* https://icgp.thainhf.org/wp-content/uploads/2017/09/3_13.pdf.

ศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. (2561). *กลไกเชิงพื้นที่ในการป้องกันและลดผลกระทบจากการพนัน: บทเรียนทรงพลัง*. ไอดี ออล ดิจิตอล พริ้นท์ จำกัด.

ศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. (2562). *คู่มือการดำเนินงานป้องกันและลดผลกระทบจากการพนันออนไลน์*.

ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. (2562). *คุณกำลังประสบปัญหาจากการพนันหรือไม่ คู่คิดเบื้องต้นสำหรับนักพนันรุ่นเยาว์*. https://www.gamblingstudy-th.org/document_book/150/1/1/youth-problem-gambling/

ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. (2564). *สถานการณ์การพนันในสังคมไทย ปี 2564*. https://www.gamblingstudy-th.org/document_book/169/1/3/cgs-national-survey-2564/

ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. (2565). *รายงานศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน 2565*. โรงพิมพ์เดือนตุลา.

สุทธิกรณ์ ณ บางช้าง. (2568). *เกมลูกหนัง กับดักพนัน เมื่อความมันกลายเป็นต้นทุนของสังคม.* The Prachakorn. https://www.theprachakorn.com/newsDetail.php?id=1134

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2567, กรกฎาคม). *จดหมายข่าวชุมชนคนรักสุขภาพ ฉบับสร้างสุข*, *20*(273).

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2546). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. ไทยวัฒนาพานิช.

อมรทิพย์ อมราภิบาล และ ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน. (2561). นักพนันรุ่นเยาว์: เหยื่อหรือผู้กระทำผิด. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 10*(1), 383-405. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/polscilaw_journal/issue/view/12386/Vol10No1

Lertbunchardwong, K. (2014). *Football Gambling Addiction of Thai University Students in Bangkok And Vicinity* [Master's thesis, Mahidol University]. Mahidol University's Institutional Repository. https://repository.li.mahidol.ac.th/home

Parrado-González, A., Fernández-Calderón, F., Newall, P. W. S., & León-Jariego, J. C. (2023). *Peer and parental social norms as determinants of gambling initiation: A prospective study.* Journal of Adolescent Health, *73*(2), 296–301.

https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2023.02.033

Rensen, D. (2018). *Understanding the appeal of online gambling: Opportunities and risks associated with the affordances, motivations, and gratifications of gamblers* [Unpublished master's thesis]. Tilburg University.

Singer, J., Wöhr, A., & Otterbach, S. (2024). *Gambling operators' use of advertising strategies on social media and their effects: A systematic review.* Current Addiction Reports, *11*(3), 437–446. https://doi.org/10.1007/s40429-024-00560-4

Springnews. (2566, 24 พฤษภาคม). *ประธานสโมสรทีมฟุตบอลดัง ภาคเหนือ พัวพัน เว็บพนัน ยึดรถหรู มูลค่ากว่า 60 ล้าน*. Springnews. https://www.springnews.co.th/news/hot-issue/839121

Whelan, E., Laato, S., Islam A. K. M. N., & Billieux, J. (2021). *A casino in my pocket: Gratifications associated with obsessive and harmonious passion for mobile gambling*. PLoS ONE, *16*(2), e0246432. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246432

Wirkus, T., Czernecka, R., Bühringer, G., & Kräplin, A. (2024). *Individual risk factors and prediction of gambling disorder in online sports bettors - the longitudinal RIGAB study*. Frontiers in Psychiatry, *15*, Article 1320592. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2024.1320592

Wynne, H. (2003). *Introducing the Canadian Problem Gambling Index*. Wynne Resources

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่น สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล

The Development of Competency-Based Curriculum Integrated with Local Community for Elementary School Students: Korat Model

ชัษษพณชิ์ จันวงค์เดือน, จรีลักษณ์ รัตนาพันธ์, สมเกียรติ ทานอก, แสงเพชร เจริญราษฎร์, ธัญญรัศม์ ชิดไธสง, ณัฐธิดา ภูบุญเพชร, สิรินาถ จงกลกลาง*

Chatsaphon Chanwongduen, Jareeluk Ratanaphan, Somkiat Tanok, Sangpet Chareonrat, Thanyarat Chidthaisong, Natthida Phuboonphat, Sirinat Jongkonklang*

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

Faculty of Education, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

340 Suranarai Road, Nai Mueang Subdistrict, Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima 30000, Thailand

***รับบทความ**: 27 ตุลาคม 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 20 เมษายน 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและประเมินหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้บริหารและครูผู้สอนโรงเรียนบ้านหัวทะเล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1 จำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย หลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่น จำนวน 6 หลักสูตร และแบบประเมินความเหมาะสม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า หลักสูตรที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วยกรอบแนวคิด 4 มิติ ได้แก่ ทักษะพื้นฐาน สมรรถนะการเปลี่ยนแปลง กระบวนการเรียนรู้ และทักษะทางสังคมอารมณ์ โดยทุกมิติเชื่อมโยงกับบริบทของจังหวัดนครราชสีมาอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นหลักสูตรบูรณาการแบบซ้อนกันที่บูรณาการหลายทักษะ แบ่งเป็น 6 ระดับชั้น ตั้งแต่หลักสูตรหนูน้อยโคราชเรียนรู้โลกใบเล็กสำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จนถึง

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: Sirinat.j@nrru.ac.th

หลักสูตรพลเมืองโคราชสู่โลกกว้าง สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 และผลการประเมินหลักสูตร พบว่า ภาพรวมหลักสูตรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ

หลักสูตรบูรณาการ ฐานสมรรถนะ ชุมชนท้องถิ่น โคราชโมเดล ระดับประถมศึกษา

Received: *October 27, 2025* ***Revised***: *April 20, 2026* ***Accepted***: *April 28, 2026*

Abstract

This study aimed to develop and evaluate a competency-based integrated curriculum connected to the local community for primary school students, known as the Korat Model. The target group consisted of 12 school administrators and teachers from Ban Hua Thale School under the Nakhon Ratchasima Primary Educational Service Area Office 1. The research instruments included six competency-based integrated curricula and a suitability assessment form. Data were analyzed using content analysis, mean, and standard deviation. The findings indicated that the developed curriculum was structured around four conceptual dimensions: fundamental skills, transformative competencies, learning processes, and social-emotional skills. All dimensions were systematically linked to the context of Nakhon Ratchasima Province. The curriculum employed a nested integrated approach that incorporated multiple skills across six grade levels, ranging from “Little Korat Learners Exploring a Small World” for Grade 1 to “Korat Citizens to the Global Stage” for Grade 6. The evaluation results showed that the overall curriculum was appropriate at a high level.

Keywords

Integrated curriculum, Competency-based, Local community, Korat Model, Elementary education

บทนำ (Introduction)

นครราชสีมาหรือโคราช เป็นเมืองประตูสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ตั้งอยู่บนที่ราบสูงโคราช ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยทางรถยนต์ 255 กิโลเมตร มีพื้นที่ 20,493.964 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 12.12 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ถือเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ใหญ่ที่สุดในภาคและเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงภูมิภาค (สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครราชสีมา, 2565) โคราชมีเอกลักษณ์

โดดเด่นด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ภาษาโคราช และภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดมายาวนาน รวมทั้งมีศักยภาพในการพัฒนากำลังคนที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนและสามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1, 2565) ด้วยเหตุนี้ การบูรณาการความเป็นท้องถิ่นของโคราชเข้าสู่กระบวนการเรียนการสอนจึงเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และสามารถประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีประสิทธิผล

สอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะที่สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2564, 5) ได้เสนอไว้ว่า การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษาในบริบทของโคราช ภายใต้แนวคิด “โคราชโมเดล” ซึ่งเป็นแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์กรอบสมรรถนะหลัก แนวคิดการจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะ และบริบทชุมชนท้องถิ่นของจังหวัดนครราชสีมา จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการนำกรอบสมรรถนะหลักสู่การพัฒนาผู้เรียนบนฐานหลักสูตรอิงมาตรฐานที่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น ซึ่งสามารถดำเนินการผ่านแนวทางการใช้งานเดิมเสริมสมรรถนะและการใช้งานเดิมต่อเติมสมรรถนะ โดยบูรณาการเนื้อหาท้องถิ่นเข้ากับการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาทั้งความรู้ ทักษะ และเจตคติที่จำเป็นควบคู่ไปกับความเข้าใจและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง การพัฒนาหลักสูตรในลักษณะนี้จะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลาย และพัฒนาสมรรถนะที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การศึกษาของจังหวัดนครราชสีมาที่เน้นการพัฒนาศักยภาพคนทุกช่วงวัยให้มีคุณภาพตามคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 คำนึงถึงเอกลักษณ์ของโคราช และการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้

การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล เป็นหลักสูตรบูรณาการแบบซ้อนกันที่บูรณาการหลายทักษะ มีการผสมผสานแนวคิดหลักสูตรบูรณาการที่ นิภา เพชรสม (2563, 68) ได้กล่าวถึง การเชื่อมโยงสาระสำคัญของวิชาที่สัมพันธ์กันมาผสมผสานจนเกิดเป็นเนื้อหาใหม่ที่เป็นองค์รวมและสอดคล้องกับสภาพจริงเข้ากับแนวทางการจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะตามที่ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2564) เสนอไว้ โดยเฉพาะการนำกรอบสมรรถนะหลักสู่การพัฒนาผู้เรียนบนฐานหลักสูตรอิงมาตรฐาน แนวคิดนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Thummaphan et al. (2022, 200) ที่ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะของสถานศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการนำหลักสูตรแกนกลางฐานสมรรถนะไปสู่การปฏิบัติที่มีประสิทธิผล โดยเน้นความสำเร็จในการพัฒนาสมรรถนะการเรียนรู้ของผู้เรียนที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และการดำรงชีวิต นอกจากนี้ การบูรณาการความเป็นท้องถิ่นเข้ากับหลักสูตรฐานสมรรถนะยังสอดคล้องกับแนวคิดการศึกษาฐานสถานที่ (Place-Based Education) ที่ Sobel (2004) ได้นิยามไว้ว่า เป็นกระบวนการใช้ชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมเป็นจุดเริ่มต้นในการจัดการเรียนการสอนในทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ โดยประสบการณ์การเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมและใกล้ตัวจะช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาความผูกพันกับชุมชนของตนเอง อย่างแน่นแฟ้น ซึ่ง Vander Ark et al. (2020) ได้เสริมว่า

การเรียนรู้ฐานสถานที่เป็นการเชื่อมโยงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และเศรษฐกิจของท้องถิ่นเข้ากับกระบวนการเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปแก้ปัญหาในชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม การพัฒนาหลักสูตรในลักษณะดังกล่าวจึงไม่เพียงแต่ส่งเสริมให้ผู้เรียนบรรลุสมรรถนะตามที่หลักสูตรกำหนด แต่ยังช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจบริบททางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นตนเอง สามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การศึกษาของจังหวัดนครราชสีมาที่ต้องการพัฒนาศักยภาพคนทุกช่วงวัยภาพตามคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 คำนึงถึงอัตลักษณ์ของโคราชและการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้

ดังนั้น การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล จึงเป็นแนวทางที่บูรณาการความเป็นท้องถิ่นของโคราชเข้ากับการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างรากฐานการเรียนรู้ที่มีความหมายและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิตและพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืนตามบริบทของจังหวัดนครราชสีมา การพัฒนาหลักสูตรในรูปแบบนี้จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และสังคม โดยผู้เรียนจะเติบโตเป็นพลเมืองที่มีสมรรถนะสูง มีความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และสามารถเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดนครราชสีมา และประเทศชาติให้ก้าวหน้าอย่างมั่นคงในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่น สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล
2. เพื่อประเมินหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่น สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำไปใช้เป็นกรอบในการวิจัย มีหัวข้อดังนี้

สมรรถนะ เป็นความสามารถที่เป็นผลรวมของความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะหลายส่วนเข้าด้วยกันครูจึงไม่สามารถประเมินผลได้อย่างชัดเจนภายในเวลาเพียง 1-2 บทเรียน/หน่วยการเรียนรู้ หากแต่สมรรถนะของผู้เรียนจะพัฒนาขึ้นเมื่อผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงได้ลงมือกระทำผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ ที่ผสมผสานกันระหว่างสาระความรู้กระบวนการ คุณลักษณะที่พึงประสงค์อย่างต่อเนื่อง เมื่อถึงเวลาที่เหมาะสม ครูจะสามารถประเมินได้ว่าผู้เรียนมีสมรรถนะนั้นๆ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2564, 5)

สมรรถนะมีองค์ประกอบสำคัญ 5 ส่วน ได้แก่ 1) ความรู้ (Knowledge) คือ ความรู้เฉพาะในเรื่องที่ต้องรู้เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ เช่น ความรู้ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น 2) ทักษะ (Skill) คือ สิ่งที่ต้องการให้ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ทักษะทางคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ทักษะที่เกิดได้นั้นมาจากพื้นฐานทางความรู้และสามารถปฏิบัติได้อย่างแคล่วคล่องว่องไว 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) คือ เจตคติ

ค่านิยม และความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน หรือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็น เช่น ความมั่นใจในตนเอง เป็นต้น 4) บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (Traits) เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลนั้น เช่น คนที่น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ หรือมีลักษณะเป็นผู้นำ เป็นต้น และ 5) แรงจูงใจ/เจตคติ (Motives/attitude) เป็นแรงจูงใจ หรือแรงขับภายในซึ่งทำให้บุคคลแสดง พฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย หรือมุ่งสู่ความสำเร็จ เป็นต้น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2563, 68)

หลักสูตรบูรณาการ หมายถึง การจัดหลักสูตรที่เชื่อมโยงและผสมผสานสาระสำคัญของวิชาต่างๆ หรือภายในกลุ่มสาระเดียวกัน จนเกิดเป็นเนื้อหาใหม่แบบองค์รวม สอดคล้องกับบริบทและชีวิตจริงของผู้เรียน ช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างมีความหมาย มีประสบการณ์ต่อเนื่อง ครอบคลุมเนื้อหาอย่างกว้าง และฝึกทักษะการประยุกต์ใช้ความรู้ ภายใต้หัวเรื่องหรือธีม (Theme) ที่เชื่อมโยงสาระต่างๆ อย่างสมดุล การจัดหลักสูตรแบบนี้จึงเอื้อต่อการพัฒนาผู้เรียนให้มีความเข้าใจรอบด้านและสามารถนำความรู้ไปใช้ในสถานการณ์จริงได้ (พิมพันธ์ เดชะคุปต์, 2560, 69; นิภา เพชรสม, 2563, 294) โดยที่หลักสูตรบูรณาการมี 10 รูปแบบ ดังที่ Lake & Fogarty (2000) ได้แก่ รูปแบบแยกส่วน (Fragment) ที่สอนเนื้อหาแยกกัน รูปแบบเชื่อมโยง (Connected) ที่เชื่อมโยงหัวข้อภายในกลุ่มสาระ รูปแบบซ้อนกัน (Nested) ที่บูรณาการหลายทักษะ รูปแบบเรียงลำดับ (Sequenced) จัดหน่วยการเรียนรู้คู่ขนาน รูปแบบการมีส่วนร่วม (Shared) วางแผนร่วมระหว่างครู รูปแบบการโยงใย (Webbed) เชื่อมต่อหลายกลุ่มสาระ รูปแบบร้อยด้าย (Threaded) เน้นทักษะหลัก รูปแบบสหวิทยาการ (Integrated) สอนเนื้อหาคาบเกี่ยวร่วมกัน รูปแบบขยายให้ใหญ่ขึ้น (Immersed) ผู้เรียนบูรณาการ และรูปแบบเครือข่าย (Networked) เรียนรู้ผ่านเครือข่ายหลากหลาย ทั้งหมดช่วยให้การเรียนการสอนมีความยืดหยุ่น เหมาะสมกับบริบทและความต้องการของผู้เรียน ทั้งนี้ หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นจะต้องครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้ 1) จุดมุ่งหมายของหลักสูตร (Curriculum aims) หมายถึง ความตั้งใจหรือความคาดหวังที่ต้องการให้เกิดขึ้นในตัวผู้ที่ผ่านหลักสูตร เป็นตัวกำหนดทิศทาง และขอบเขตในการให้การศึกษาแก่เด็ก ช่วยในการเลือกเนื้อหาและกิจกรรม เพื่อใช้เป็นมาตรการอย่างหนึ่งในการประเมินผล 2) เนื้อหา (Content) เป็นสิ่งที่คาดว่าจะช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้โดยดำเนินการตั้งแต่การเลือกเนื้อหาและประสบการณ์การเรียงลำดับเนื้อหาสาระ และการกำหนดเวลาเรียนที่เหมาะสม 3) การนำหลักสูตรไปใช้ (Curriculum implementation) เป็นการนำหลักสูตรไปสู่การปฏิบัติประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น การจัดทำวัสดุหลักสูตร การจัดเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร และสิ่งแวดล้อมและการดำเนินการสอน 4) การประเมินผลหลักสูตร (Evaluation) คือ การหาคำตอบว่าหลักสูตรสัมฤทธิ์ผลตามที่กำหนดไว้ในจุดมุ่งหมายหรือไม่ มากน้อยเพียงใด และอะไรเป็นสาเหตุ การประเมินผลหลักสูตรเป็นงานใหญ่ และมีขอบเขตกว้างขวาง ผู้ประเมินจำเป็นต้องวางโครงการประเมินผลไว้ล่วงหน้า (สุนีย์ ภู่พันธ์, 2546, 254) ทั้งนี้ หลักสูตรบูรณาการในงานวิจัยนี้ เป็นการบูณาการแบบซ้อนกันที่บูรณาการหลายทักษะ โดยสรุปได้ว่า การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่น หมายถึง การออกแบบการเรียนรู้ที่บูรณาการความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะของผู้เรียนเข้าด้วยกัน ผ่านประสบการณ์จริงและกิจกรรมที่หลากหลาย

โดยเชื่อมโยงเนื้อหากับบริบทชุมชนท้องถิ่นในลักษณะองค์รวม เพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนให้สามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตจริงอย่างเหมาะสม

สรุปได้ว่า สมรรถนะ คือ ความรู้ ทักษะ เจตคติ และบุคลิกลักษณะ ซึ่งพัฒนาผ่านประสบการณ์จริงและกิจกรรมเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ผู้เรียนจะเกิดสมรรถนะเมื่อสามารถลงมือปฏิบัติและได้รับการประเมิน หลักสูตรบูรณาการ เป็นการเชื่อมโยงสาระสำคัญของวิชาต่างๆ หรือภายในกลุ่มสาระเดียวกันจนเกิดเนื้อหาใหม่แบบองค์รวม สอดคล้องกับชีวิตจริงของผู้เรียนมี 10 รูปแบบ ได้แก่ แยกส่วน เชื่อมโยง ซ้อนกัน เรียงลำดับ มีส่วนร่วม โยงใย ร้อยด้าย สหวิทยาการ ขยายให้ใหญ่ขึ้น และเครือข่าย ซึ่งหลักสูตรบูรณาการที่พัฒนาขึ้นควรครอบคลุมจุดมุ่งหมาย เนื้อหา การนำไปใช้ และการประเมินผล ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจรอบด้าน สามารถประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะได้จริงในชีวิตและสถานการณ์ต่างๆ

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้บริหารและครูผู้สอน โรงเรียนบ้านหัวทะเล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดนครราชสีมา เขต 1 จำนวน 12 คน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจงเพื่อทดลองใช้หลักสูตร เนื่องจากเป็นโรงเรียนที่อยู่ในพื้นที่ดำเนินการวิจัย และบริบทของโรงเรียนมีความคล้ายคลึงกับโรงเรียนกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้หลักสูตรในระยะต่อไปของงานวิจัยนี้

2. เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

2.1 หลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่น สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล ที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่การศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา สำหรับครูระดับประถมศึกษา จำนวน 6 หลักสูตร ได้แก่ 1) หลักสูตรหนูน้อยโคราชเรียนรู้โลกใบเล็ก จำนวน 30 ชั่วโมง 2) หลักสูตรเด็กโคราชใส่ใจชุมชนหลักสูตร จำนวน 33 ชั่วโมง 3) หลักสูตรนักสำรวจโคราช จำนวน 60 ชั่วโมง 4) หลักสูตรนักพัฒนาโคราช จำนวน 70 ชั่วโมง 5) หลักสูตรยุวชนคนโคราช จำนวน 40 ชั่วโมง และ 6) หลักสูตรพลเมืองโคราชสู่โลกกว้าง จำนวน 30 ชั่วโมง โดยแบ่งเป็นชั้นละ 1 หลักสูตร แต่ละหลักสูตร ประกอบด้วยหัวข้อ ความเป็นมา จุดมุ่งหมาย กรอบแนวคิด กระบวนการจัดการเรียนรู้ โครงสร้างหลักสูตร การวัดและประเมินผล บทบาทครูและผู้เรียน เงื่อนไขความสำเร็จในการใช้หลักสูตร พร้อมกับคู่มือการใช้หลักสูตร ทั้งนี้ การพัฒนาเริ่มจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการพัฒนาสมรรถนะผู้เรียนระดับประถมศึกษา บริบทพื้นที่การศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา หลักสูตรบูรณาการ พร้อมทั้งทักษะและความรู้ที่จำเป็นในอนาคตของนักเรียนระดับประถมศึกษา เมื่อดำเนินการสร้างหลักสูตรเสร็จแล้ว คณะผู้วิจัยนำหลักสูตรไปหาคุณภาพกับผู้บริหารและครูผู้สอน จำนวน 12 คน โรงเรียนบ้านหัวทะเล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดนครราชสีมา เขต 1 เพื่อหาความเหมาะสมของหลักสูตร ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568

2.2 แบบประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล โดยเครื่องมือที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการความเหมาะสม

ของหลักสูตร จำนวน 15 รายการ เกี่ยวกับหลักการและแนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาผู้เรียนอย่างรอบด้าน การออกแบบกิจกรรม การเชื่อมโยงเนื้อหากับบริบทท้องถิ่นและชีวิตจริง การจัดประสบการณ์ตรง การใช้คำถามกระตุ้นการคิด การส่งเสริมการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการประยุกต์ความรู้ การทำงานร่วมกัน การพัฒนาทักษะพื้นฐานและทักษะทางสังคม ความรับผิดชอบพลเมือง การคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การประเมินผลหลากหลาย การให้ข้อมูลย้อนกลับ การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่มีส่วนร่วม และการเป็นแบบอย่างในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองของครูและผู้เรียน ซึ่งมีเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ ได้แก่ 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด 4 หมายถึง ระดับมาก 3 หมายถึง ระดับปานกลาง 2 หมายถึง ระดับน้อย และ 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด เมื่อดำเนินการสร้างแบบประเมินเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมิน โดยการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรายการประเมินกับนิยามศัพท์เฉพาะ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ผลการตรวจสอบ พบว่า รายการประเมินทุกข้อมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 แสดงให้เห็นว่ามีความสอดคล้องกัน จากนั้นจึงนำแบบประเมินไปใช้ในการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตร โดยติดต่อประสานไปยังผู้เชี่ยวชาญ นัดหมายวันเวลา สถานที่และจัดส่งเอกสารหลักสูตรและแบบประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรให้กับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบประเมินก่อนนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นการดำเนินการผ่านกระบวนการทดลองใช้หลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล ณ โรงเรียนบ้านหัวทะเล ดังนี้ 1) คณะผู้วิจัยติดต่อประสานงานไปยังผู้บริหารและครูผู้สอนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทดลองใช้หลักสูตร 2) คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความเข้าใจในกระบวนการทดลองใช้หลักสูตรให้แก่ผู้บริหารและครูผู้สอนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 ผ่านการอธิบายรายละเอียดของหลักสูตรอย่างครบถ้วนและชัดเจน ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ จากนั้นแบ่งกลุ่มครูผู้สอนตามระดับชั้น ร่วมกันศึกษาและออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนบ้านหัวทะเล โดยการศึกษาความต้องการของนักเรียน กำหนดประเด็นที่สนใจและกำหนดกิจกรรมหลักที่สอดคล้องกับขั้นตอนการจัดกิจกรรมในหลักสูตร กำหนดปฏิทินดำเนินการทดลองใช้หลักสูตร 3) คณะผู้วิจัยให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะและตรวจสอบความถูกต้องของกิจกรรมการเรียนรู้ในหลักสูตร พร้อมทั้งครูผู้สอนปรับปรุงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำไปใช้กับนักเรียน 4) ครูผู้สอนดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามกิจกรรมการเรียนรู้ที่ออกแบบไว้ พร้อมทั้งคณะผู้วิจัยนิเทศติดตามการทดลองใช้หลักสูตรอย่างต่อเนื่อง 5) คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทดลองใช้หลักสูตร โดยการจัดกิจกรรมสะท้อนผลการทดลองใช้หลักสูตร และการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรจากผู้บริหารและครูผู้สอน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงหลักสูตรให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำหลักสูตรไปใช้จริงในระยะต่อไป

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย 5 ระดับ ได้แก่ 1.00-1.50 หมายถึง น้อยที่สุด 1.51-2.50 หมายถึง น้อย 2.51-3.50 หมายถึง ปานกลาง 3.51-4.50 หมายถึง มาก และ 4.51-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ผลการวิจัย (Results)

ผลการวิจัยครั้งนี้ แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. หลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่น สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล ได้ออกแบบกรอบการพัฒนาหลักสูตรที่ครอบคลุม 4 มิติ สำคัญเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้อย่างสมดุล กรอบแนวคิดหลักสูตรประกอบด้วย การพัฒนาทักษะพื้นฐานที่เชื่อมโยงกับบริบทท้องถิ่นโคราช การส่งเสริมสมรรถนะการเปลี่ยนแปลงผ่านการแก้ไขปัญหาชุมชนจริง การบูรณาการกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการลงมือปฏิบัติและการสะท้อนคิด และการพัฒนาทักษะทางสังคมและอารมณ์ในบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่น การบูรณาการทั้ง 4 มิตินี้สร้างรากฐานที่มั่นคงสำหรับการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นพลเมืองที่มีสมรรถนะสูงและมีความผูกพันกับท้องถิ่นของตนเองอย่างแท้จริง พบว่า

1.1 หลักการของหลักสูตร

1.1.1 หลักสูตรหนูน้อยโคราชเรียนรู้โลกใบเล็ก มุ่งเน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการจากสิ่งใกล้ตัวในบริบทท้องถิ่นโคราชตามแนวคิด “รู้รากเหง้า ก้าวสู่สากล” ผ่านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ เพื่อพัฒนาทักษะพื้นฐาน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของครูและผู้ปกครอง

1.1.2 หลักสูตรเด็กโคราชใส่ใจชุมชน เน้นการเชื่อมโยงความรู้กับชุมชนผ่านการเรียนรู้แบบบูรณาการในบริบทท้องถิ่น ใช้การเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อพัฒนาทักษะสังคมอารมณ์และความตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม

1.1.3 หลักสูตรนักสำรวจโคราช มุ่งพัฒนาการแสวงหาความรู้ โดยบูรณาการหลายศาสตร์ในบริบทโคราช ผ่านการสำรวจ ค้นคว้า และการเรียนรู้เชิงปฏิบัติร่วมกัน เพื่อเสริมสมรรถนะด้านกระบวนการเรียนรู้และการคิดวิเคราะห์

1.1.4 หลักสูตรนักพัฒนาโคราช เน้นการนำความรู้แบบบูรณาการไปใช้แก้ปัญหาและพัฒนาชุมชนจริง ผ่านโครงงานและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ โดยส่งเสริมสมรรถนะการเปลี่ยนแปลง ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

1.1.5 หลักสูตรยุวชนคนโคราช มุ่งสร้างอัตลักษณ์ และความภาคภูมิใจในท้องถิ่นผ่านการเรียนรู้แบบบูรณาการและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคม ควบคู่การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ เพื่อพัฒนาทักษะสังคมอารมณ์และภาวะผู้นำ

1.1.6 หลักสูตรพลเมืองโคราชสู่โลกกว้าง มุ่งพัฒนาผู้เรียนสู่การเป็นพลเมืองคุณภาพ โดยบูรณาการความรู้จากบริบทท้องถิ่นสู่ระดับสากล ผ่านการปฏิบัติจริงและความร่วมมือในวงกว้าง เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะสำคัญในศตวรรษที่ 21 ครบทุกด้าน

1.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.2.1 หลักสูตรหนูน้อยโคราชเรียนรู้โลกใบเล็ก เพื่อพัฒนาทักษะพื้นฐานด้านการอ่าน เขียน คำนวณ และการใช้เทคโนโลยีเบื้องต้น ควบคู่การเรียนรู้จากบริบทใกล้ตัวและวางรากฐานการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

1.2.2 หลักสูตรเด็กโคราชใส่ใจชุมชน เพื่อเสริมสร้างทักษะทางสังคม อารมณ์ การอยู่ร่วมกับผู้อื่น และความเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมปลูกฝังความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

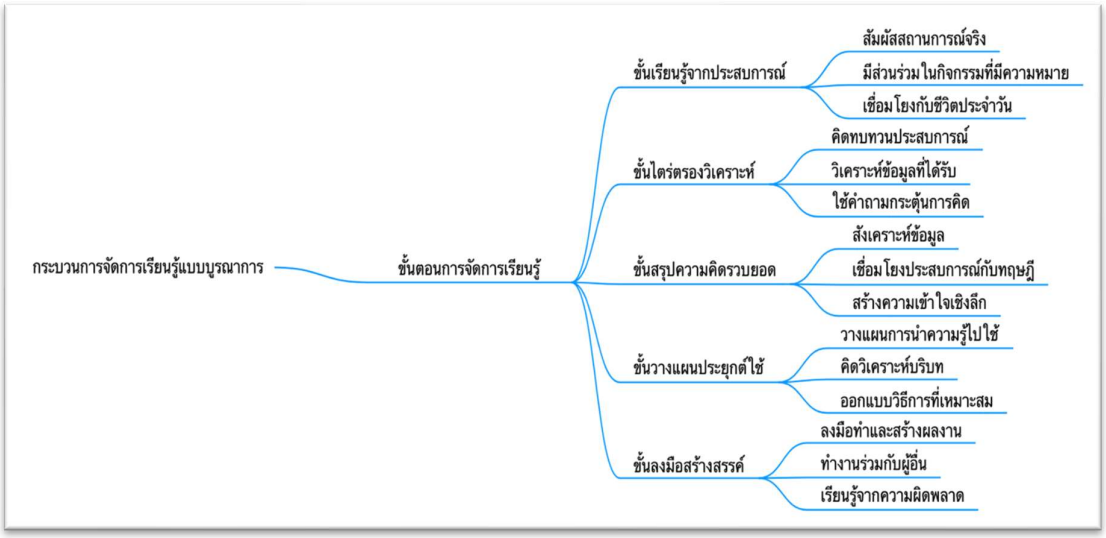
1.2.3 หลักสูตรนักสำรวจโคราช เพื่อพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การสืบสอบ และการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองผ่านการสำรวจและเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

1.2.4 หลักสูตรนักพัฒนาโคราช เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม โดยเน้นการคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา และการทำโครงงานเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

1.2.5 หลักสูตรยุวชนคนโคราช เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกัน ภาวะผู้นำ และความรับผิดชอบต่อสังคม เสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น

1.2.6 หลักสูตรพลเมืองโคราชสู่โลกกว้าง เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เป็นพลเมืองที่มีคุณภาพในระดับสากล มีความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิต เข้าใจความหลากหลาย และสามารถเชื่อมโยงความรู้ท้องถิ่นสู่บริบทอาเซียนและนานาชาติได้

1.3 กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1: กระบวนกการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ

1.4 บทบาทครู ครูในหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ที่ออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้เชื่อมโยงบริบทท้องถิ่นและใช้คำถามชั้นสูงกระตุ้นการคิดวิเคราะห์ นักวิจัยในห้องเรียนที่สังเกตและบันทึกพัฒนาการของนักเรียนอย่างต่อเนื่องพร้อมสะท้อนและปรับปรุงการสอน ผู้เชื่อมโยงชุมชนที่ประสานงานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง และผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตที่พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับนักเรียน ทั้งนี้ ครูต้องมีทักษะสำคัญในการบูรณาการเนื้อหาข้ามศาสตร์ การประเมินฐานสมรรถนะแบบรอบด้าน การจัดการชั้นเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้อย่างเหมาะสม

1.5 บทบาทนักเรียน นักเรียนในหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผู้เรียนรู้เชิงรุกที่กล้าตั้งคำถาม ลงมือปฏิบัติและสะท้อนคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ของตนเอง ผู้สร้างความรู้ที่สังเคราะห์ข้อมูลจากหลายแหล่ง สร้างผลงานที่แสดงความเข้าใจและแบ่งปันความรู้กับผู้อื่น ผู้ร่วมงานที่ดีซึ่งทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพและให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และผู้มีจิตสำนึกพลเมืองที่รักท้องถิ่นโคราช มีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาชุมชนและเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ นักเรียนต้องแสดงพฤติกรรมที่คาดหวังอย่างการมีความกระตือรือร้น กล้าแสดงความคิดเห็น ช่วยเหลือเพื่อน มีวินัยในตนเอง และรู้จักขอความช่วยเหลือเมื่อจำเป็น

1.6 การวัดและประเมินผลในหลักสูตรโคราชโมเดลมุ่งเน้นการประเมินแบบรอบด้านโดยรวบรวมข้อมูลจากนักเรียน เพื่อน ครูและชุมชน รวมทั้งประเมินตามสภาพจริงจากการปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย Rubric การประเมินสมรรถนะที่แบ่งเป็น 4 ระดับ ที่รวบรวมผลงานและการสะท้อนคิดอย่างเป็นระบบ ได้แก่ 1 หมายถึง ระดับต้องปรับปรุง 2 หมายถึง ระดับเริ่มต้น 3 หมายถึง ระดับกำลังพัฒนา และ 4 หมายถึง ระดับเชี่ยวชาญ โดยแบ่งน้ำหนักการประเมินตามความสำคัญของสมรรถนะในชีวิตจริง ได้แก่ 1) ทักษะพื้นฐาน (ร้อยละ 30) ประกอบด้วย การอ่าน การเขียน การใช้ภาษา การคำนวณ การใช้เทคโนโลยี การใช้วิทยาศาสตร์กับสิ่งรอบตัว การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม การจัดการด้านการเงิน และการจัดการตนเอง 2) สมรรถนะการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ 25) ประกอบด้วย การรับผิดชอบต่อสังคม การจัดการความขัดแย้งและความท้าทาย ความร่วมมือกับผู้อื่น การรักษาหลักคุณธรรม การมุ่งเน้นการปฏิบัติงาน การเรียนรู้จากความผิดพลาด การคิดอย่างเป็นระบบ และการคิดล่วงหน้า 3) กระบวนการเรียนรู้ (ร้อยละ 25) ประกอบด้วย การคาดการณ์ การลงมือปฏิบัติ การสะท้อนคิด การริเริ่มสร้างสรรค์ การปรับตัว ความเป็นผู้นำ ความตระหนักด้านสังคมและวัฒนธรรม และการทำงานเป็นทีม 4) ทักษะทางสังคมอารมณ์ (ร้อยละ 20) ประกอบด้วย ทักษะในการปฏิบัติงาน การกำกับอารมณ์ตนเอง ความร่วมมือในสังคม การยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง การมีส่วนร่วมกับผู้อื่น และทักษะเชิงซ้อน

1.7 เงื่อนไขความสำเร็จของหลักสูตรโคราชโมเดล ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ด้านบุคลากรที่ต้องมีการพัฒนาครูอย่างต่อเนื่องผ่านการอบรมและการให้คำปรึกษา พร้อมการเปลี่ยนแปลงมุมมองของครูจากผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ 2) ด้านการสนับสนุนที่ครอบคลุม

ทั้งการสนับสนุนจากผู้บริหารโรงเรียนในการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ปกครองที่เข้าใจและยอมรับแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบใหม่ และ 3) ด้านระบบและนโยบายที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถาบันอุดมศึกษา พร้อมความยืดหยุ่นในการประเมินผลนักเรียน ทั้งนี้ ตัวชี้วัดความสำเร็จครอบคลุมทั้งความกระตือรือร้นและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของครู และการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและชุมชนอย่างต่อเนื่อง

1.8 โครงสร้างหลักสูตร การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา โคราชโมเดล ได้ดำเนินการจัดทำโครงสร้างหลักสูตรในรูปแบบหน่วยการเรียนรู้ที่บูรณาการเชื่อมโยงความเป็นท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและครอบคลุมทุกระดับชั้นตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 โดยแต่ละระดับชั้นได้รับการออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับพัฒนาการและความสนใจของผู้เรียนในแต่ละวัย พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับบริบททางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมของจังหวัดนครราชสีมาอย่างแท้จริง โครงสร้างหลักสูตรประกอบด้วยชื่อหลักสูตรที่สะท้อนเอกลักษณ์ของแต่ละระดับชั้น ชื่อหน่วยการเรียนรู้ที่จัดเรียงตามลำดับความสำคัญและความเหมาะสมตามวัย และจุดเน้นของหลักสูตรที่ชี้ให้เห็นถึงสมรรถนะหลักที่ผู้เรียนจะได้รับการพัฒนาผ่านการเรียนรู้ในแต่ละหน่วย การจัดทำโครงสร้างหลักสูตรดังกล่าวเป็นผลมาจากการทำงานร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัย ครูผู้สอน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน เพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดโครงสร้างหลักสูตรของแต่ละระดับชั้น มีดังนี้

ตารางที่ 1 โครงสร้างหลักสูตรตามระดับชั้น/ชื่อหลักสูตร ชื่อหน่วยการเรียนรู้ในหลักสูตร และจุดเน้นของหลักสูตร

ระดับชั้น /ชื่อหลักสูตร	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ในหลักสูตร	จุดเน้นของหลักสูตร
ป. 1 หลักสูตรหนูน้อยโคราชเรียนรู้โลกใบเล็ก	หน่วยที่ 1 นำหนูจากบ้านสู่โลกกว้าง	พัฒนาทักษะพื้นฐาน จัดการอารมณ์และสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น
	หน่วยที่ 2 ภาษาและวิถีถิ่นโคราช	
ป. 2 หลักสูตรเด็กโคราชใส่ใจชุมชน	หน่วยที่ 1 ชุมชนโคราชแสนสุข	การทำงานร่วมกับผู้อื่น จิตสาธารณะและความรับผิดชอบ
	หน่วยที่ 2 สิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา	
ป. 3 หลักสูตรนักสำรวจโคราช	หน่วยที่ 1 เรียนรู้วิถีโคราช	การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง ทักษะผู้ประกอบการ และการคิดเชิงกลยุทธ์
	หน่วยที่ 2 ตลาดและเศรษฐกิจชุมชน	
ป. 4 หลักสูตรนักพัฒนาโคราช	หน่วยที่ 1 สร้างสรรค์โคราชน่าอยู่	Design Thinking การสร้างนวัตกรรมและการมีส่วนร่วมกับชุมชน
	หน่วยที่ 2 ทรัพยากรและภูมิปัญญาโคราช	
ป. 5 หลักสูตรยุวชนคนโคราช	หน่วยที่ 1 โคราชสู่อาเซียน	การเชื่อมโยงภูมิภาค ธุรกิจสีเขียวและการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม
	หน่วยที่ 2 นวัตกรรมจากภูมิปัญญาสู่สากล	
ป. 6 หลักสูตรพลเมืองโคราชสู่โลกกว้าง	หน่วยที่ 1 โคราชในบริบทโลก	พลเมืองโลก การคิดเชิงระบบและการพัฒนาสมรรถนะอนาคต
	หน่วยที่ 2 นวัตกร สร้างสรรค์เพื่ออนาคตโคราช	

2. ผลการประเมินหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา โคราชโมเดล

จากการดำเนินการทดลองใช้หลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล ณ โรงเรียนบ้านหัวทะเล โดยครูและนักเรียนร่วมกันออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนและความต้องการของผู้เรียนในแต่ละระดับชั้น คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินผลการทดลองใช้หลักสูตรอย่างเป็นระบบเพื่อตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของหลักสูตรต้นแบบที่พัฒนาขึ้น ผลการประเมินหลักสูตรมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความเหมาะสมของหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล

ระดับชั้น/ชื่อหลักสูตร	$\overline{X}$	S.D.	แปลค่า
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลักสูตรหนูน้อยโคราชเรียนรู้โลกใบเล็ก	3.90	0.50	มาก
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 หลักสูตรเด็กโคราชใส่ใจชุมชนหลักสูตร	4.06	0.53	มาก
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลักสูตรนักสำรวจโคราช	4.06	0.53	มาก
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรนักพัฒนาโคราช	3.73	0.62	มาก
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 หลักสูตรยุวชนคนโคราช	3.93	0.41	มาก
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 หลักสูตรพลเมืองโคราชสู่โลกกว้าง	4.57	0.59	มากที่สุด
รวม	**4.04**	**0.29**	**มาก**

จากตาราง 2 ผลการประเมินความเหมาะสม ของหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล พบว่าโดยภาพรวม หลักสูตรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (4.04, 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายหลักสูตร พบว่าหลักสูตรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 หลักสูตรพลเมืองโคราชสู่โลกกว้าง (4.57, 0.59) รองลงมา คือ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 หลักสูตรเด็กโคราชใส่ใจชุมชนหลักสูตร และชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลักสูตรนักสำรวจโคราช (4.06, 0.53) และหลักสูตรที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรนักพัฒนาโคราช (3.73, 0.62) ทั้งนี้จากการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตร มีข้อเสนอแนะและได้ปรับปรุงหลักสูตร ดังนี้ ปรับลดความยากของหลักสูตรในช่วงประถมปลายให้เหมาะสมกับศักยภาพผู้เรียน ปรับรูปแบบการจัดกิจกรรมให้ยืดหยุ่นและสอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนและหลักสูตรสถานศึกษา ปรับลดจำนวนชั่วโมงในบางหน่วยการเรียนรู้ให้กระชับมากขึ้นเพื่อลดผลกระทบต่อเวลาเรียน

สรุปได้ว่า ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า “โคราชโมเดล” สามารถพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับบริบทนครราชสีมา โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน ช่วยเสริมสร้างสมรรถนะผู้เรียน ควบคู่กับความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และการนำความรู้ไปใช้ได้จริงอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

1. หลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล พบว่า หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมี 6 หลักสูตร แต่ละหลักสูตรประกอบด้วยความเป็นมา จุดมุ่งหมาย กรอบแนวคิด กระบวนการจัดการเรียนรู้ โครงสร้างหลักสูตร การวัดและประเมินผล บทบาทของครูและผู้เรียน และเงื่อนไขความสำเร็จ ทั้งนี้ เนื่องจากทุกองค์ประกอบของหลักสูตรมีความเชื่อมโยง สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การเกิดผลลัพธ์ตามสมรรถนะหลักของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับบริบททางการศึกษา และความต้องการของผู้เรียนในพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา ทั้งด้านเนื้อหา กระบวนการเรียนรู้ และแนวทางการประเมินผล เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดของ Blank & Pechman (1995, 58) และ Curry & Temple (1992, 78) ที่เสนอองค์ประกอบของหลักสูตรไว้ 6 ส่วน ได้แก่ วิสัยทัศน์ จุดมุ่งหมาย เนื้อหา กระบวนการเรียนการสอน ทรัพยากรการเรียนรู้ และการประเมินผล จะเห็นได้ว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยเรื่องนี้ ได้ต่อยอดแนวคิดแนวคิดองค์ประกอบหลักสูตรข้างต้นที่เสนอไว้ และได้เพิ่มองค์ประกอบ “กรอบแนวคิด” และ “เงื่อนไขความสำเร็จในการใช้หลักสูตร” ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้หลักสูตรมีความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของครูประถมศึกษาไทย การมีกรอบแนวคิดทำให้ผู้ใช้หลักสูตรเข้าใจความเชื่อมโยงของสมรรถนะหลักกับกิจกรรมการเรียนรู้ ขณะที่มีการกำหนดเงื่อนไขความสำเร็จช่วยกำหนดปัจจัยสนับสนุนการใช้หลักสูตรอย่างเป็นระบบ เช่น การพัฒนาครูในหลักสูตร การมีชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) และการบริหารจัดการในระดับโรงเรียน สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างประสิทธิภาพของหลักสูตรที่พัฒนาขึ้น นอกจากนี้ การบูรณาการหลักสูตรตามแนวคิดของ Drake & Burns (2000, 8) ที่เป็นการบูรณาการแบบซ้อนกันที่บูรณาการหลายทักษะ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบหลักสูตรที่ยืดหยุ่น และสอดคล้องกับบริบทจริงทางการศึกษาและผู้เรียนในบริบทจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่หลากหลายและมีความหมายกับผู้เรียน งานวิจัยนี้เลือกใช้แนวทาง Integrated Model และ Webbed Model เป็นหลัก เนื่องจากเหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้ในระดับประถมศึกษา ซึ่งผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงความรู้จากหลายสาระภายใต้หัวเรื่องเดียวกัน (Theme-Based Learning) ทำให้การเรียนรู้เกิดขึ้นอย่างเป็นองค์รวมและส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้ความรู้ในการแก้ปัญหาในชีวิตจริง ผลการประเมินหลักสูตรยังแสดงให้เห็นว่า ครูผู้สอนมีความเข้าใจและสามารถนำหลักสูตรไปใช้ได้จริงในบริบทโรงเรียน โดยเฉพาะการออกแบบหน่วย การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงทักษะสมรรถนะ เช่น การสื่อสาร การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการทำงานร่วมกับผู้อื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ พิมพันธ์ เดชะคุปต์ (2560, 42) และนิภา เพชรสม (2563, 61) ที่ระบุว่า หลักสูตรบูรณาการเป็นการจัดประสบการณ์การเรียนรู้แบบองค์รวมที่เอื้อต่อการพัฒนาผู้เรียนให้เข้าใจรอบด้านและสามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จริญญา ไศลบาท และคณะ (2556) ที่พบว่า การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการปฏิบัติของครูได้อย่างเป็นระบบ

2. ผลการประเมินความเหมาะสม ของหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล พบว่า โดยภาพรวม หลักสูตรมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจาก หลักสูตรได้ออกแบบอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับบริบทพื้นที่การศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา และสมรรถนะผู้เรียนที่ต้องการพัฒนา จึงตอบสนองต่อการจัดการเรียนรู้ของครูและผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านเนื้อหา กระบวนการจัดการเรียนรู้ และการประเมินผลกับบริบทของพื้นที่และความต้องการของครูในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินหลักสูตรเชิงระบบของ มารุต พัฒนผล (2558, 235-239) ที่ระบุว่า การประเมินหลักสูตรควรเป็นกระบวนการวางแผนอย่างมีระบบ ตั้งแต่การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ไปจนถึงการรายงานผลต่อผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน และสะท้อนคุณภาพของหลักสูตรอย่างแท้จริง เมื่อพิจารณา รายหลักสูตร พบว่า หลักสูตรระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 “หลักสูตรพลเมืองโคราชสู่โลกกว้าง” มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่เชื่อมโยงเนื้อหากับชีวิตจริงของผู้เรียนและบริบทสังคมร่วมสมัยอย่างเด่นชัด โดยเน้นการพัฒนาสมรรถนะด้านการสื่อสาร การคิดเชิงระบบ และการเป็นพลเมืองโลก ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ครูผู้สอนว่าเป็นแนวทางที่ตอบโจทย์สมรรถนะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ส่วนหลักสูตร ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 “เด็กโคราชใส่ใจชุมชน” และชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 “นักสำรวจโคราช” ก็ได้รับการประเมินในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรมีความชัดเจนในด้านโครงสร้าง จุดมุ่งหมาย และกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมสมรรถนะพื้นฐานของผู้เรียน เช่น การเรียนรู้จากชุมชนและการสำรวจสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้แบบองค์รวม (Holistic Learning) และเห็นความเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับชีวิตจริง ทั้งนี้ ผลการประเมินหลักสูตรในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นุชนาฎ มหาชิโนรส (2566) ที่พัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะเรื่อง การแปรรูปผลิตภัณฑ์เห็ดนางฟ้า สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่า ความเหมาะสมของหลักสูตร อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยเฉพาะด้านการระบุสมรรถนะและการวัดผล ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของหลักสูตรฐานสมรรถนะ แสดงให้เห็นว่าการออกแบบหลักสูตรที่มีกระบวนการประเมินสมรรถนะอย่างชัดเจนสามารถยกระดับคุณภาพของการเรียนรู้ได้อย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วินัย เพ็งภิญโญ (2563) ที่พบว่า ผู้เชี่ยวชาญให้การยอมรับรูปแบบระบบจัดการเรียนรู้ตามแผนการสอนฐานสมรรถนะโดยใช้ปัญหาเป็นฐานในระดับมากที่สุด ซึ่งสนับสนุนแนวคิดว่าการออกแบบหลักสูตรฐานสมรรถนะที่มีความชัดเจนในองค์ประกอบ จุดมุ่งหมาย เนื้อหา และการวัดผล จะช่วยยกระดับคุณภาพผู้เรียนและผู้สอนได้จริง โดยสรุปผลการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า หลักสูตรมีความเหมาะสม ครอบคลุมองค์ประกอบหลักของหลักสูตร มีการปรับปรุงเนื้อหา กิจกรรม และระบบประเมินผลให้เหมาะสมกับบริบทของครูและผู้เรียนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ผลการประเมินยังสะท้อนว่าครูผู้สอนสามารถใช้หลักสูตรเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาผู้เรียนอย่างรอบด้านและยั่งยืน

สรุป (Conclusion)

การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการฐานสมรรถนะเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: โคราชโมเดล ประสบความสำเร็จในการสร้างนวัตกรรมหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้อย่างสมดุล หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วยกรอบแนวคิด 4 มิติที่ครอบคลุมทั้งทักษะพื้นฐาน สมรรถนะการเปลี่ยนแปลง กระบวนการเรียนรู้ และทักษะทางสังคมอารมณ์ โดยทุกมิติได้รับการออกแบบให้เชื่อมโยงกับบริบทของจังหวัดนครราชสีมาอย่างเป็นระบบ ผลการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรโดยผู้บริหารและครูผู้สอน พบว่าหลักสูตรมีความเหมาะสมในระดับมาก โดยเฉพาะหลักสูตรพลเมืองโคราชสู่โลกกว้างสำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการประเมินในระดับมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของหลักสูตรในการตอบสนองความต้องการของครูและผู้เรียนในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โคราชโมเดลนี้จึงเป็นต้นแบบที่มีศักยภาพในการขยายผลไปยังพื้นที่การศึกษาอื่นที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นพลเมืองที่มีสมรรถนะสูง และมีความผูกพันกับท้องถิ่นของตนเองอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1) จากผลการวิจัยพบว่า หลักสูตรสามารถพัฒนาสมรรถนะผู้เรียนควบคู่กับการสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ควรนำหลักสูตรไปขยายผลในโรงเรียนอื่นภายในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ “เด็กโคราช” และพัฒนาสมรรถนะผู้เรียนให้สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21

2) จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรต้องอาศัยความเข้าใจของครูในแนวทางบูรณาการและบริบทพื้นที่ ดังนั้น ควรพัฒนาระบบสนับสนุนครู เช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อให้ครูสามารถจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรดำเนินการวิจัยเพื่อขยายการวิจัยในครั้งนี้ไปยังจังหวัดอื่นที่มีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบความเหมาะสม และประสิทธิผลของหลักสูตรในบริบทที่หลากหลาย

2) ควรดำเนินการวิจัยแบบติดตามการทดลองใช้หลักสูตรระยะยาว เพื่อประเมินผลกระทบของหลักสูตรต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนในด้านการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และความตระหนักทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง (References)

กระทรวงศึกษาธิการ. (2563). *หลักการจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะสำหรับครูผู้สอน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

จริญญา ไศลบาท ปริญญา ทองสอน และวิชิต สุรัตน์เรืองชัย. (2556). การพัฒนาหลักสูตรบูรณาการสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 กรณีศึกษาโรงเรียนบ้านเขาหินตามแนวทฤษฎีการสร้างสรรค์

ด้วยปัญญา. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา*, *7*(1), 79-90. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EduAdm_buu/article/view/18029/15941

นิภา เพชรสม. (2563). การประเมินการบริหารโครงการการเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนบ้านพุตุม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2. *วารสารครุพิบูล, 8*(1), 58-68. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edupsru/article/view/242565/169608

นุชนาฏ มหาชิโนรส. (2566). *การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะ เรื่อง การแปรรูปผลิตภัณฑ์เห็ดนางฟ้าสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น.* [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี].

มารุต พัฒนผล. (2558). *การประเมินหลักสูตรเพื่อการเรียนรู้และพัฒนา.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จรัลสนิทวงศ์การพิมพ์.

พิมพันธ์ เดชะคุปต์. (2560). เหลียวหลังแลหน้าการศึกษาไทย. *วารสารครุศาสตร์, 45*(2), 304-309. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDUCU/article/view/107270/84877

วินัย เพ็งภิญโญ. (2563). *การพัฒนารูปแบบระบบจัดการเรียนรู้ตามแผนการสอนฐานสมรรถนะโดยใช้ปัญหาเป็นฐานที่มีส่วนเสริมด้วยกรณีศึกษา.* [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ].

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1. (2565). *แผนยุทธศาสตร์หรือแผนพัฒนาหน่วยงาน.* https://www.korat1.go.th/about

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2564). *แนวทางการพัฒนาสมรรถนะหลักของผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่หลักสูตรฐานสมรรถนะ*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครราชสีมา. (2565). *แผนพัฒนาการศึกษา (พ.ศ. 2566-2570) จังหวัดนครราชสีมา (ฉบับทบทวน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567*. https://korat3.go.th/upload/document/1724138047.pdf

สุนีย์ ภู่พันธ์. (2546). *แนวคิดพื้นฐานการสร้างและการพัฒนาหลักสูตร.* เชียงใหม่: The Knowledge Center.

Blank, R. K., & Pechman, E. M. (1995). *State curriculum frameworks in mathematics and science: how are they changing across the states?*. Council of Chief State School Officers,

Curry, L & Temple, C. (1992). *Using curriculum frameworks for systemic reform.* Alexandria, VA : Association for supervision and curriculum development.

Drake, S. M., & Burns, R. C. (2000). *Integrated curriculum*. Alexandria, VA, USA : Association for Supervision and Curriculum Development.

Lake, K & Fogarty, R. (2000). *Integrated curriculum. Available.* http://educationnorthwest.org/

sites/default/files/integrated-curriculum.pdf November 10th, 2020.

Sobel, D. (2004). *Place-based education: Connecting classroom and community.* The Orion Society.

Thummaphan, P., et al. (2022). Competency-based school curriculum: a development and implementation framework. *Community and Social Development Journal, 23*(3), 185-205. https://doi.org/10.57260/rcmrj.2022.261665

Vander Ark, T., et al. (2020). *Difference making at the heart of learning: Students, schools, and communities alive with possibility*. Corwin.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ณ บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่

Development of English Communication Skills for Young Volunteer Tourist Guides to Promote Sustainable Community-Based Tourism at Ban Piang Luang, Wiang Haeng District, Chiang Mai Province

รณวีร์ พาผล*

Ranavi Papol*

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เลขที่ 202 ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

202, Changphuek Subdistrict, Muang Chiang Mai District, Chiang Mai Province 50300, Thailand

***รับบทความ**: 13 พฤศจิกายน 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 6 มีนาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างและประเมินคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง 2) สร้างกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา และ 3) สร้างและประเมินนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชุมชนตำบลเปียงหลวง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์ (Purposive Sampling) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 50 คน 2) ด้านกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษ จำนวน 5 คน และกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนบ้านเปียงหลวง จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน เกณฑ์ประเมินทักษะการพูดสำหรับมัคคุเทศก์ และแบบประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือและนวัตกรรม

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: ranavi_pap@cmru.ac.th

สื่อภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่า 1) แหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวงมีความหลากหลายและมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และการเรียนรู้ โดยมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวครบถ้วนตามแนวคิด 5 As และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.35) โดยด้านเนื้อหา ($\bar{X}$ = 4.44) และด้านองค์ประกอบรูปเล่ม ($\bar{X}$ = 4.27), 2) กระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นเตรียม (คัดเลือกเยาวชน วิเคราะห์ความต้องการ และพัฒนาบทเรียนจากคู่มือ) ขั้นพัฒนา (พัฒนาทักษะอย่างเป็นลำดับและเป็นระบบ) และขั้นประเมิน (ประเมินด้านความรู้ด้วยแบบทดสอบก่อน–หลัง และด้านทักษะการพูดจากการปฏิบัติจริง) ผลการประเมินพบว่า คะแนนการทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการพูด ผู้เรียนส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 4 ดีมาก (15 คน) ระดับ 3 พอใช้ (14 คน) และระดับ 2 ผ่าน (12 คน), และ 3) นวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษสร้างขึ้นมีองค์ประกอบครบถ้วนและการนำเสนอน่าสนใจ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.39)

คำสำคัญ

การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร, มัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา, การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน, แหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง

***Received**: November 13, 2025* ***Revised**: March 6, 2026* ***Accepted**: April 28, 2026*

Abstract

This research aimed to: 1) develop and evaluate a community-based tourism guidebook for Piang Luang Subdistrict; 2) design a developmental process and assess the English communication skills of volunteer youth tourist guides; and 3) create and evaluate innovative English-language media to promote community-based tourism through volunteer youth guides. The population and sample consisted of communities in Piang Luang Subdistrict. Purposive sampling was employed for the qualitative component, including key informants: 1) 50 individuals related to community tourism resources, and 2) 5 individuals involved in the development and evaluation process of English communication competence. For the quantitative component, the sample comprised 50 grade 7 students from Ban Piang Luang School. The research instruments included interview forms, pre-test and post-test assessments, speaking skill evaluation criteria for tour guides, and a satisfaction questionnaire toward the community tourism guidebook and the innovative English-language media. The

findings revealed that: 1) the community tourism resources were found to be diverse and highly potential for development as cultural, natural, and educational tourism destinations, with all key components aligned with the 5 As framework and most respondents reported a high level of satisfaction with the community-based tourism guidebook ($\bar{x}$ = 4.35), particularly in terms of content ($\bar{x}$ = 4.44) and format ($\bar{x}$ = 4.27). The process of developing and evaluating English communication competence consisted of three stages: the preparation stage (selection of youth participants, needs analysis, and lesson development based on the guidebook), the development stage (systematic and step-by-step skill development), and the evaluation stage (assessment of knowledge through pre-test and post-test, and speaking skills through practical performance). The results indicated that post-test scores were significantly higher than pre-test scores at the 0.05 level. In terms of speaking ability, most participants were at Level 4 (Very Good) (15 students), Level 3 (Fair) (14 students), and Level 2 (Pass) (12 students). and 3) the innovative English-language media developed were comprehensive in their components and engaging in presentation, with most respondents reporting a high level of satisfaction ($\bar{x}$ = 4.39).

Keywords

Development of English Communication Skills, Volunteer Youth Tourist Guides, Sustainable Community-Based Tourism, Piang Luang Community-Based Tourism Attractions

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินภารกิจด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดวิสัยทัศน์มุ่งสู่การเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและนำไปสู่ความยั่งยืน (Strategic Leader in Driving Thailand towards Experience-based and Sustainable Tourism) ทั้งนี้ ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควบคู่กับการส่งเสริมเอกลักษณ์และความงดงามของความเป็นไทย อันจะนำไปสู่การสร้างดุลยภาพระหว่างมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ทำให้การท่องเที่ยวของไทยในปี 2567 มีทิศทางการฟื้นตัวอย่างโดดเด่น ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 34 จากปีที่ผ่านมา และรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนถึงความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อประเทศไทย ตลอดจนประสิทธิภาพของมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาการบริการ ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากระดับนโยบายทั้งในระดับประเทศ องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะมิติของการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่หลากหลายและสามารถเชื่อมโยงมิติทางสังคม เศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม ศิลปะและวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน พร้อมทั้งยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน พัฒนาชุมชน และสามารถสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดขึ้นแก่ชุมชน ความน่าสนใจของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นเกิดจากการที่ชุมชนเกิดแนวคิดในการสร้างสรรค์กิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงเอาทรัพยากรในชุมชน ประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนและองค์ประกอบทางสังคมในชุมชนและท้องถิ่นมาจัดการเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำเสนอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ ร่วมอนุรักษ์ และสร้างประสบการณ์จากกิจกรรมทางการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยมีคนในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการต่าง ๆ ทำให้เกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจภายในชุมชน เกิดการสร้างรายได้เสริม การจ้างงานชุมชน ครอบคลุมมิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม และมิติทางสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถส่งผลกระทบในมิติต่าง ๆ อย่างหลากหลายและกว้างขวางทำให้หน่วยงานระดับนโยบายให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2566-2580) ที่มีเป้าหมายเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่เมืองรอง เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจึงต้องเร่งส่งเสริมให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสามารถปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไปและวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อให้ประเทศไทยสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศได้อย่างยั่งยืน โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ นโยบายรัฐบาลที่เอื้อต่อความสะดวกและความคล่องตัวในการเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Ease of Traveling) ที่นั่งโดยสารเที่ยวบินระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ความสะดวกและความคล่องตัวในการเดินทางท่องเที่ยวผ่านด่านชายแดนทางบก กระแสการท่องเที่ยวตามรอย ผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ศิลปิน และคอนเทนต์บันเทิงที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยซึ่งถูกเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี 2567 มุ่งประชาสัมพันธ์แบรนด์ประเทศไทยผ่านแคมเปญ “Amazing Thailand: Your Stories Never End” เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวจากนานาชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567, 12, 21-22)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ได้เอื้อให้การติดต่อสื่อสารสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพในทุกพื้นที่ ทั้งในระดับใกล้และไกล ส่งผลให้การสื่อสารกลายเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ไม่จำกัดเชื้อชาติ ภาษา หรือวัฒนธรรม ครอบคลุมทั้งภายในและระหว่างประเทศ ตลอดจนภาคการปกครอง สังคม และธุรกิจ ในบริบทดังกล่าว ภาษาอังกฤษจึงมีบทบาทสำคัญในฐานะ

เครื่องมือหลักในการสื่อสาร การสนทนา และการสร้างปฏิสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรม โดยเฉพาะในด้านการประกอบอาชีพ ส่งผลให้ภาษาอังกฤษกลายเป็นภาษาสากลที่จำเป็นต่อทุกคน ดังนั้น การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในโลกยุคปัจจุบัน (เอกพล วิงวอน และวีรพล น้อยคล้าย, 2568, 109) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศไทยให้ความสำคัญกับภาษาอังกฤษ โดยกำหนดให้เป็นรายวิชาพื้นฐานในทุกระดับการศึกษา เพื่อพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ระดับประถมศึกษาปีที่ 1 จนถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2551 แต่ยังพบปัญหานักเรียนยังไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง (อรคนางค์ นวลเจริญ, 2567, 21) และยังพบปัญหาในทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษทั้งสี่ด้าน คือ ฟัง พูด อ่าน เขียน ในระดับและลักษณะที่แตกต่างกัน (ปัณฑ์นพ ผจญทรพรรค และคณะ, 2564, 919) ซึ่งทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว (ศุภฤกษ์ ฮั้นประเสริฐ, 2565, 40)

ฉะนั้น การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาในโรงเรียนบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งในบริบทพื้นที่ชายแดนที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยเยาวชนสามารถทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางวัฒนธรรมในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ คุณค่า และภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติผู้มาเยือน การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษควบคู่กับความรู้ด้านวัฒนธรรมจึงช่วยยกระดับคุณภาพการสื่อสารและประสบการณ์การท่องเที่ยว แก้ไขปัญหาการขาดแคลนบุคลากรในพื้นที่ และเพิ่มขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ส่งผลให้เยาวชนมีความมั่นใจและทักษะที่ดีขึ้น ขณะเดียวกันชุมชนสามารถสร้างรายได้ กระจายผลประโยชน์และอนุรักษ์วัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน อันเป็นการเสริมสร้างทุนมนุษย์และทุนทางสังคมในระดับพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม แนวทางดังกล่าวจึงมีความจำเป็นต่อการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวกลับสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน (จริยา ตันติวราชัย, 2567, 21-22) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “การสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่มุ่งเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ควบคู่กับการพัฒนาให้เกิดความมั่นคงและความยั่งยืนในระยะยาว งานวิจัยนี้ จึงเน้นมุ่งศึกษาและรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและนำข้อมูลจากการศึกษามาพัฒนาเป็นข้อมูลบทเรียนในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชนมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ณ บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งได้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและสื่อวีดิทัศน์ในภาคภาษาอังกฤษและภาษาไทยผ่านช่องทางที่หลากหลายมากขึ้นทางออนไลน์และออฟไลน์

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อสร้างคู่มือและประเมินความพึงพอใจคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ณ บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่

3. เพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษและประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ณ บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ผู้คนใช้เป็นเครื่องมือผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานหรือการดำเนินชีวิตและถือเป็นกิจกรรมทางธรรมชาติของมนุษย์ที่มีมาอย่างยาวนาน การท่องเที่ยวโลกขององค์การสหประชาชาติ (UNWTO, 2010, 1) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวที่ว่า “การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ในทางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย ของผู้คนออกจากสถานที่พำนักอาศัยที่คุ้นเคยโดยมีความสำราญเป็นแรงจูงใจสามัญ” และ ได้ขยายนิยามการท่องเที่ยวออกไปถึงกิจกรรมของบุคคลที่เดินทางไปและพำนักอาศัยอยู่ในสถานที่นอกเหนือจากสภาพแวดล้อมปรกติในชีวิตประจำวัน ติดต่อกันไม่เกินหนึ่งปี ด้วยเหตุผลที่เกี่ยวเนื่องกับการพักผ่อนหย่อนใจธุรกิจ หรือจุดประสงค์อื่นใดซึ่งต้องไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ได้ค่าตอบแทนจากสถานที่แห่งนั้น

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากการที่การท่องเที่ยวได้รับการขยายคำนิยามให้กว้างขวางมากขึ้นตามความสนใจของนักท่องเที่ยวดังกล่าวแล้วข้างต้น การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น ด้านประเพณี วัฒนธรรม อาชีพ ประวัติความเป็นมาของชุมชน และแหล่งทรัพยากรณ์ของชุมชน เป็นต้น กลายเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว กรกนก เกิดสังข์ (2560, 12) เห็นว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางไปยังสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้นและเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการไปประกอบอาชีพหารายได้ ครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจซึ่งอาจมีการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชุมชน เป็นต้น การท่องเที่ยวดังกล่าวมีความเกี่ยวเนื่องกับชุมชน มีชุมชนเป็นฐานและดำเนินการโดยชุมชน หรือ เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการบริหารการจัดการอยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน บนพื้นฐานความคิดที่ว่า ทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่สำหรับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นไปเพื่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, 60; เทิดชาย ช่วยบำรุง 2552, 5; ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2553, 17; พจนา สวนศรี และคณะ, 2554, 20; ปวินท์ บุนนาค, 2559, 10; และชุติกาญจน์ กันทะอู, 2560, 6) และแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้น ๆ เป็นสถานที่สำคัญที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย 5 As (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552, 14-15) ได้แก่ การเข้าถึง (Accessibility) กิจกรรม (Activity) สิ่งอำนวยความสะดวก การ (Amenity) สิ่งที่น่าสนใจ (Attraction) และที่พัก (Accommodation) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ควรมีไว้บริการสำหรับสำหรับนักท่องเที่ยวหรือพื้นที่ใกล้เคียงที่

นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้ จึงจะเป็นการท่องเที่ยวชุมชนที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กมลชนก จันทร์เกตุ (2560, 33-35) กล่าวว่าประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวครอบคลุมถึงการจัดเตรียมข้อมูลหรือคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อมผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมเอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของสถานที่นั้นๆ ให้พร้อมและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน เพื่อความสะดวกในการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน เช่น คู่มือท่องเที่ยวหรือสื่อวีดิทัศน์แนะนำแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น และการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้งานการบริหาร การบริการการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนมีความประทับใจ

นวัตกรรมสื่อบริการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

การบริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้ศึกษาเพื่อวางแผนการเดินทางและการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างถึงทั่วถึงผ่านนวัตกรรมสื่อต่าง ๆ ซึ่งสามารถจัดทำให้อยู่ในรูปแบบของคู่มือท่องเที่ยวหรือวีดิทัศน์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น เป็นประโยชน์อย่างมากต่อนักท่องเที่ยวและต่อชุมชนในหลากหลายมิติ

คู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้มาตรฐานแล้ว การบริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีส่วนสำคัญในบริการนักท่องเที่ยว การจัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบของคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจัดทำขึ้นจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ส่วนใหญ่ประกอบด้วยเนื้อหา เช่น ประวัติความเป็นมาชุมชน แหล่งท่องเที่ยวชุมชน และสิ่งน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน เป็นต้น รวมทั้งมีภาพประกอบ มีหลายภาษา เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ตลอดถึงเส้นทางการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงมีประโยชน์ต่อชุมชนและนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน เช่น จารุวรรณ ชูสงค์ และจรวยพร นุ่มน้อย (2562, 22) ได้ออกแบบคู่มือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม พื้นที่ลานข่อยอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วยด้านสถานีเรียนรู้ ด้านเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมพื้นที่ลานข่อย และด้านคู่มือการท่องเที่ยว รุ่งอรุณ พรเจริญ และคณะ (2562, 709-710) ได้พัฒนาคู่มือการท่องเที่ยวโบราณสถานและโบราณวัตถุของชุมชนพื้นที่เขตดุสิต พบว่า คุณภาพของคู่มือโดยภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมากซึ่งประกอบไปด้วย ด้านเนื้อหา ด้านประโยชน์ต่อการใช้งาน และด้านการออกแบบและจัดรูปแบบ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคู่มือการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งประกอบไปด้วยด้านเนื้อหา ด้านประโยชน์ต่อการใช้งานและด้านการออกแบบและจัดรูปแบบ และปฏิพันธ์ อุทยานุกูล และคณะ (2562, 83-93) ได้พัฒนาคู่มือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นและโมบายแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยใช้องค์ผลความรู้ทางภาษา วัฒนธรรม และภูมิปัญญา ท้องถิ่นเป็นฐาน กรณีศึกษาตำบลป่าตึง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย โดยใช้องค์ความรู้ทางภาษา วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน พบว่าคู่มือสนองความต้องการของชุมชนและท้องถิ่น ได้จัดทำเป็น 2 ประเภท คือ ฉบับภาษาไทย-อังกฤษ และฉบับภาษาไทย-จีน

ผลการประเมินความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด และโดยภาพรวมมีความพึงพอใจต่อโมบายแอปพลิเคชันจัดทำเป็น 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ อยู่ในระดับมาก

สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

การประชาสัมพันธ์และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนผ่านสื่อวีดิทัศน์มีความสำคัญอย่างมากเพราะสามารถถ่ายทอดบรรยากาศ ความงดงาม และเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างสมจริง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเหมือนได้สัมผัสประสบการณ์จริงผ่านภาพและเสียง สื่อวีดิทัศน์จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสนใจและแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายและเผยแพร่ได้อย่างกว้างขวางผ่านช่องทางออนไลน์ และมีภาษาอังกฤษและภาษาไทย ทำให้สามารถประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้ทั่วถึง ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นวิธีหนึ่งในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้และภาคภูมิใจในภูมิปัญญาชุมชนของตนเอง ดังที่ภากรณ์ โพธะ (2564, 104-106) ได้พัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร พบว่า ชาวบ้านใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line และ Instagram ประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทวีรัชต์ เชี่ยวชาญพานิช (2562, 101-102) ได้ทำการศึกษา การเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ เยาวราช ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ เยาวราช ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจากสื่ออินเตอร์เน็ต/เว็บไซต์ จิตรนันท์ ศรีเจริญ และคณะ (2562, 91-92) ได้ทำแอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยว 8 แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องไปในจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง ประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นรูปภาพ คำบรรยายสั้น ๆ บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ และ สัญลักษณ์กำหนดตำแหน่ง (Marker) สำหรับใช้ส่องเพื่อแสดงวิดีโอในรูปแบบเทคโนโลยีเสมือนจริง มีผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในรูปแบบเทคโนโลยีเสมือนจริง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

การพัฒนาและวัดและประเมินผลทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่คนต่างภาษาใช้สื่อสารระหว่างกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้สึก นึกคิด ประสบการณ์ และประเด็นต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การท่องเที่ยว เป็นต้น รวมถึงการทำงานในสำนักงานที่มีบุคลากรหลากหลายในด้านเชื้อชาติและภาษา และกำหนดให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางใช้สื่อสารระหว่างกันในสำนักงาน (ทวีศักดิ์ ชูมา, 2560, 127; ชัญญนิษฐ์ อินทร, 2563, 14) วิธีการในการพัฒนาด้านภาษาอังกฤษมีหลายวิธี Lertwatcha (2018) ได้นำเสนอ 9 ขั้นตอนในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ดังนี้ 1) ฟังภาษาอังกฤษทุกวันโดยเลือกฟังสิ่งที่ตนสนใจทุกที่ทุกเวลา 2) ตั้งค่าอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์อื่นๆ เป็นภาษาอังกฤษ 3) รับข่าวสารเป็นภาษาอังกฤษ 4) ดูหนัง ฟังเพลงภาษาอังกฤษ 5) เลือกอ่านตามความสนใจ 6) เขียนอย่างสม่ำเสมอ 7) เรียนรู้คำศัพท์ใหม่ทุกวัน 8) ฝึกพูดภาษาอังกฤษจับคู่กับเพื่อนที่กำลังฝึกภาษาอังกฤษอยู่เหมือนกัน แล้วคุยเป็นภาษาอังกฤษ 9) วางแผนการฝึกภาษาอังกฤษ วิธีการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษทั้ง 8

ข้อที่แนะนำไปในข้างต้นเป็นเทคนิคในการฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่านและการเขียน แต่ข้อสุดท้าย การวางแผนฝึกฝนภาษาอังกฤษ จะช่วยให้กระบวนการฝึกของทุกคนประสบความสำเร็จ ส่วน ปัณฑ์นพ ผจญทรพรรค และคณะ (2564, 915-919) เสนอแนวทางการฝึกทักษะภาษาอังกฤษจำนวน 10 ประการ โดยเน้นการเรียนรู้ที่เป็นธรรมชาติและมุ่งพัฒนาการสื่อสารอย่างแท้จริง ได้แก่ การลดความกังวลต่อความผิดพลาดและการยึดติดกับหลักไวยากรณ์ การเริ่มต้นจากทักษะการฟังและการโต้ตอบ การเรียนรู้ผ่านภาพมากกว่าการท่องจำตัวอักษร การเรียนรู้อย่างค่อยเป็นค่อยไปแต่ลึกซึ้ง การหลีกเลี่ยงการแปลเป็นภาษาไทย การฝึกคิดเป็นภาษาอังกฤษ การใช้คำศัพท์อย่างหลากหลายและสร้างสรรค์ ตลอดจนการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งแนวทางดังกล่าวช่วยส่งเสริมการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ อรคนางค์ นวลเจริญ (2567, 33) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษด้านการฟังและการพูดจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ โดยผู้เรียนควรฝึกด้วยตนเองเพื่อสร้างความคุ้นเคยกับสำเนียงและโครงสร้างประโยค ตลอดจนการฝึกพูดตามแบบเจ้าของภาษา การฝึกจากสถานการณ์จริงกับเจ้าของภาษา เพื่อน หรือการฝึกฝนด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถฟังและออกเสียงภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และส่งผลให้ทักษะภาษาอังกฤษพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น เอกพล วิงวอน และวีรพล น้อยคล้าย (2568, 114-115) แนวคิดในการแก้ไขปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว สามารถกล่าวโดยภาพรวมได้ว่า ควรมุ่งพัฒนาทักษะภาษาอย่างรอบด้าน ผ่านการเรียนรู้จากเอกสารและสื่อภาษาอังกฤษ การทบทวนความรู้ด้านไวยากรณ์และการท่องเที่ยว การทำความเข้าใจวัฒนธรรมของเจ้าของภาษา ตลอดจนการฝึกทักษะการฟังและการพูดจากสื่อหลากหลายและสถานการณ์จริง ควบคู่กับการสร้างสภาพแวดล้อมการใช้ภาษาในชีวิตประจำวันและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง แนวทางดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ ความถูกต้อง และประสิทธิภาพในการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม Byrne (1986) กล่าวว่า การพูดจำเป็นต้องฝึก 2 อย่าง คือ 1) ฝึกในการใช้ส่วนที่คงที่ของภาษาได้แก่ เสียงรูปแบบไวยากรณ์และคำศัพท์ 2) ในการเรียนรู้ขั้นต้นควรเน้นความถูกต้อง ส่วนในขั้นสูงควรเน้นความคล่องแคล่ว และ Finochiaro and Brumfit (1983) ได้เสนอกิจกรรมต่างๆ ในการสอนทักษะการพูด ดังนี้ 1) ให้ตอบคำถามซึ่งผู้สอนหรือเพื่อนเป็นผู้ถาม 2) บอกให้เพื่อนทำตามคำสั่ง 3) ให้ถามหรือตอบคำถามของเพื่อนเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวหรือประสบการณ์ต่าง ๆ 4) ให้บอกลักษณะวัตถุสิ่งของต่าง ๆ จากภาพ 5) ให้เล่าประสบการณ์ต่าง ๆ โดยผู้สอนอาจให้คำสำคัญต่าง ๆ 6) ให้รายงานเรื่องราวต่าง ๆ ตามที่กำหนดหัวข้อให้ 7) จัดสถานการณ์ต่าง ๆ โดยใช้บทสนทนาต่าง ๆ กันไป เช่น สถานการณ์ในร้านขายของร้านอาหาร ธนาคาร เป็นต้น 8) ให้เล่นเกมต่าง ๆ ทางภาษา อาทิการโต้วาที การอภิปราย การแสดงความคิดเห็นหัวข้อต่าง ๆ 9) ให้ฝึกการสนทนาทางโทรศัพท์ 10) ให้อ่านหนังสือพิมพ์ไทยแล้วรายงานเป็นภาษาอังกฤษ และ 11) ให้แสดงบทบาทสมมติ

ในการวัดและประเมินผลทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษนั้น Taylor (1996) กล่าวว่า เป็นการตรวจสอบความรู้ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ โดยแบ่งความสามารถในการสื่อออกเป็น 4 ด้าน

กำหนดให้แต่ละด้านมีคะแนนสูงสุดเป็น 8 คะแนนจากนั้น รวมคะแนนเพื่อให้คะแนนในหัวข้อต่อไปนี้ 1) ความคล่องแคล่วในการใช้ภาษาจังหวะและความเร็วเป็นธรรมชาติมีความสัมพันธ์ของข้อความและการหยุดระหว่างพูด 2) ความถูกต้องตามโครงสร้างทางไวยากรณ์และคำศัพท์ 3) ขอบเขตคำศัพท์และไวยากรณ์พอเพียงสำหรับที่จะดำเนินการสื่อสารจนจบ 4) การออกเสียงมีการควบคุมการลงเสียงหนักเบาจังหวะในการพูดการใช้เสียงสูงต่ำและระดับเสียงในภาษาแม่ของผู้พูดนั้น อาจเกิดขึ้นได้แต่ต้องไม่มีผลต่อการสื่อสาร Carroll (1982) ได้ให้แนวทางการให้คะแนนการสื่อสารไว้ 5 ระดับ ดังนี้ ระดับ 5 คะแนน สำหรับผู้ที่ฟังคำถามแล้วตอบได้ถูกต้องให้รายละเอียดได้ไม่ติดขัด ระดับ 4 คะแนนสำหรับผู้ที่ฟังคำถามแล้วตอบได้ถูกต้องให้รายละเอียดได้เมื่อถามต่อ ระดับ 3 คะแนนสำหรับผู้ที่ฟังคำถามแล้วตอบมีความลังเลไม่ตอบทันที ระดับ 2 คะแนนสำหรับผู้ที่ฟังคำถามแล้วตอบผิดในครั้งแรกแต่แก้ไขให้ถูกต้องได้ ระดับ 1 คะแนนสำหรับผู้ที่ฟังคำถามแล้วตอบผิดและตะกุกตะกักแต่แก้ไขได้บ้าง ระดับ 0 คะแนนสำหรับผู้ที่ฟังคำถามแล้วไม่เข้าใจคำถามและไม่พูดเลย ซึ่งสัมพันธ์กับ Hilsdon (1991) ที่ผู้วิจัยได้ใช้ประเมินของมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาได้เสนอวิธีการวัดและประเมินผลการสื่อสารว่าควรมีผู้ให้คะแนน 2 คน จากนั้น นำคะแนนมารวมกัน การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ระดับ 5 (ดีเยี่ยม) หมายถึง สามารถสนทนาได้คล่องพูดผิดหลักไวยากรณ์เพียงเล็กน้อย ระดับ 4 (ดีมาก) หมายถึง สามารถสนทนาได้คล่องแม้ว่าจะพูดผิดหลักไวยากรณ์ก็ตาม ระดับ 3 (พอใช้) หมายถึง สามารถสนทนาได้ดีพอสมควร แต่มีความยุ่งยากในการพูดบ่อยครั้ง ระดับ 2 (ผ่าน) หมายถึง สนทนาได้แต่ไม่คล่อง ระดับ 1 (อ่อนมาก) หมายถึง ไม่สามารถสนทนาให้เข้าใจได้ ระดับ 0 (ใช้ไม่ได้) หมายถึงไม่สามารถสื่อสารได้เลย โดยสรุป การวัดและประเมินผลทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เป็นการตรวจสอบความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินเชิงพฤติกรรมหลักหรือพฤติกรรมที่ต้องการ โดยมีแนวทางการให้คะแนนเป็นระดับตัวเลข 0-5

การพัฒนามัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา

มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่นำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อธิบายเรื่องราวและให้ความรู้ต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ รวมถึงอำนวยความสะดวกและสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับประเทศ และสามารถใช้ภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ (วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง และ กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง, 2563, 45) การพัฒนาเยาวชนให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา หรือยุวมัคคุเทศก์ เนื่องจากการมีความเชื่อที่ว่า เยาวชนถือเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสังคม โดยเฉพาะเมื่อพวกเขาได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งอาศัยองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความรู้ความสามารถ และทักษะต่าง ๆ ควบคู่กับแรงจูงใจ โอกาส และการต่อยอดการเรียนรู้ในมิติที่หลากหลาย (จริยา ตันติวราชัย, 2567, 22) การฝึกพัฒนามัคคุเทศก์น้อยในท้องถิ่นจึงถือเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากมีบทบาทในการสื่อสารและถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในระดับชุมชนหรือโรงเรียนที่มีโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว (นริศรา เกตวัลห์, 2568, 41) ฉะนั้น มัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาจึงเป็นกลไกเชิงพื้นที่ที่ช่วยสืบทอดองค์ความรู้และอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านบทบาทของเยาวชน และอาศัยทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเฉพาะด้านในการให้บริการนักท่องเที่ยว (ยุพาภรณ์ พิริยศิลป์, 2557, 21) ด้วย

เหตุนี้ การนำนักเรียนโรงเรียนบ้านเปียงหลวงมาพัฒนาเป็นมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาจึงเป็นแนวทางสำคัญในการเสริมสร้างทุนมนุษย์ ยกระดับศักยภาพการสื่อสาร และสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ปราชญ์ชุมชน ผู้นำชุมชน และตัวแทนชุมชนผู้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเปียงหลวง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสร้างกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาสำหรับเยาวชนพื้นที่ชายแดน และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่

2) กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์ (Purposive Sampling) สามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ ดังนี้ 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสร้างคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ปราชญ์ชุมชน ผู้นำชุมชน และตัวแทนชุมชนผู้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเปียงหลวง จำนวน 50 คน จากจำนวน 6 ชุมชน โดยแบ่งเป็นผู้นำชุมชน 18 คน (ชุมชนละ 3 คน) ตัวแทนชุมชนผู้มีความรู้และเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 24 คน (ชุมชนละ 4 คน) และปราชญ์ชุมชน จำนวน 8 คน เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลที่มีความรู้เชิงลึกและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครอบคลุมในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง และเปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบและยืนยันข้อมูลระหว่างกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Data Triangulation) อันนำไปสู่ความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ใช้ในการพัฒนาคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสร้างกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษ มัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาสำหรับเยาวชนพื้นที่ชายแดน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน จำนวน 5 คน ซึ่งมีบทบาทที่แตกต่างกัน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอน ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว และผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายรวมถึงแนวคิดที่ถูกต้องและนำไปใช้ได้จริง และ 3) กลุ่มตัวอย่างสำหรับใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 โรงเรียนบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษาที่ทำการวิจัย มีความสมัครใจเข้าร่วมโครงการ มีความสนใจในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีจิตอาสาและทัศนคติเชิงบวกต่องานบริการ โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนักเรียนที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ข้างต้น จำนวน 50 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมต่อการดำเนินกิจกรรมฝึกอบรมและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาของการวิจัย ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง โดยมีหลักการ 5As สำหรับการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดองค์ประกอบทรัพยากรท่องเที่ยวของ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552, 14-15) ที่ได้สรุปว่า องค์ประกอบหลักของทรัพยากรท่องเที่ยวควรมี 5 ประการ หรือ 5As คือ การเข้าถึง (Accessibility) ได้แก่ การขนส่ง การเดินนทาง กิจกรรม (Activity) ได้แก่ กิจกรรมด้านประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่ชุมชนที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาพักร้อน เป็นต้น สิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Attraction) ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจให้ชวนมอง น่าเข้าชม รู้สึกพอใจ และมีเสน่ห์ เป็นต้น และสถานที่พัก (Accommodation) ได้แก่ บ้านพัก โฮมสเตย์ และรีสอร์ท เป็นต้น

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ จำวนวน 15 แห่ง ได้แก่ 1) วัดฟ้าเวียงอินทร์ 2) หอศิลป์เจ้ากอนเจิง 3) พระพุทธนิมิตหทัยนเรศ (พระธาตุหมายเมือง) 4) วัดเปียงหลวง 5) อ้างเก็บน้ำห้วยเอิ่งจ๋ง 6) จุดชมวิว ซี หลง ซัง 7) กองพล 93 ฐานทัพทหารจีนคณะชาติ 8) วัดไม้ฮุงไหล 9) วัดพระธาตุแสงขาว 10) วัดศรีเมืองหมอก 11) วัดหนองกอกคำ 12) วัดพระธาตุหนองบัว 13) น้ำตกดอยตีนช้าง 14) ห้วยดินดำ (ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง) และ 15) โครงการหลวงดอยแปกแซม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยผสานวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีทั้งเครื่องมือเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (The Semi-structured interview) เป็นเครื่องมือวิจัยที่มีคำถามหลักกำหนดไว้ล่วงหน้า แต่เปิดโอกาสให้ซักถามเพิ่มเติมได้อย่างยืดหยุ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและครอบคลุม บริบทใช้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นด้วยการดำเนินการตามขั้นตอน คือ 1) ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เป้าหมายเพื่อศึกษาข้อมูลปฐมภูมิในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ จากหนังสือ ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลทางเว็บไซต์ ภายใต้องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 As และ 2) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์สังเคราะห์และสร้างแบบสัมภาษณ์ หลังจากนั้น นำร่างแบบสัมภาษณ์เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน พิจารณาความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม แล้วนำแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะของผู้ทรงวุฒิให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

2) แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (The Semi-structured interview) ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ได้แก่ด้านภาษา การสอน การท่องเที่ยว และการปฏิบัติงานในพื้นที่ แบ่งเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ส่วนแรกใช้ในเก็บข้อมูลเพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา และส่วนที่ 2 ข้อมูลเพื่อประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ผู้วิจัยได้ศึกษา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาที่นักการศึกษาทั้งหลายได้นำเสนอประเด็นการพัฒนาการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับบุคลากรในภาคต่าง ๆ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษเฉพาะทาง (English for Specific Purposes: ESP) นำข้อมูลที่ได้ศึกษามาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ และสร้างแบบสัมภาษณ์ แล้วนำร่างแบบสัมภาษณ์เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน พิจารณาถึงความถูกต้อง และความเหมาะสม เพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม แล้วปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3) แบบประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประยุกต์ให้สอดคล้องกับบริบทของตำบลเปียงหลวง เพื่อพัฒนาเป็นแบบประเมินความพึงพอใจ ต่อมาได้นำร่างแบบประเมินเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม พร้อมปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิมอีกครั้งหนึ่ง โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม คือ ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร ซึ่งมีเกณฑ์ในการประเมิน ดังนี้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

ผลการนำแบบประเมินไปทดสอบหาความเที่ยง (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ผลการนำแบบประเมินไปทดสอบหาความเที่ยง (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) (สุวิมล ติรกานนท์, 2550) โดยคำนวณหาค่าความเที่ยงของแบบประเมิน โดยค่าแอลฟ่าที่ ได้เป็นการแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบประเมิน ซึ่งมีค่าแสดงเป็นตัวเลขไม่เกิน 1.00 หรือ 100% ซึ่งเรียกว่า สัมประสิทธิ์ (Coefficient) ทั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาคจากการคำนวณต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.8 (มนต์ชัย เทียนทอง, 2545; พิมพ์ทอง สังสุทธิกุล และวรวัติกิติวงศ์, 2552) ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาคแบบประเมินความพึงพอใจคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเปียงหลวงได้เท่ากับ 0.956

4) แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ผู้วิจัยพัฒนาเครื่องมือโดยอิงเนื้อหาจากบทเรียนที่สอดคล้องกับคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยมุ่งเน้นองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการสื่อสารของมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา จากนั้นนำร่างแบบทดสอบเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความเหมาะสม พร้อมปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายแต่ไม่ใช่กลุ่มทดลองจริง เพื่อประเมินคุณภาพของเครื่องมือ ก่อนปรับปรุงให้มีความชัดเจนสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและนำไปใช้จริง ในการประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษด้านการพูด ผู้วิจัยใช้

เกณฑ์การประเมินมาตรฐานตามแนวทางของ Hilsdon (1991) โดยกำหนดให้มีผู้ประเมิน 2 คน และใช้เกณฑ์การให้คะแนน 6 ระดับ ได้แก่ ระดับ 5 (ดีเยี่ยม) สามารถสื่อสารได้คล่อง มีข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์เพียงเล็กน้อย ระดับ 4 (ดีมาก) สื่อสารได้คล่องแม้มีข้อผิดพลาดบ้าง ระดับ 3 (พอใช้) สื่อสารได้ในระดับหนึ่งแต่มีความติดขัดบ่อยครั้ง ระดับ 2 (ผ่าน) สื่อสารได้แต่ไม่คล่อง ระดับ 1 (อ่อนมาก) ไม่สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้ และระดับ 0 (ใช้ไม่ได้) ไม่สามารถสื่อสารได้เลย

5) แบบประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษ (สื่อวีดิทัศน์) ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา พัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว จากนั้นนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบประเมิน ก่อนเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม พร้อมปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ ต่อมาผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และดำเนินการตามขั้นตอนเดียวกับการพัฒนาเครื่องมือประเมินคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบประเมินด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาคเท่ากับ 0.95 แสดงถึงระดับความเชื่อมั่นสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแนวทางการวิจัยปฏิบัติการโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยมุ่งเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วม ดังนี้

1) ในการสร้างคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปฐมภูมิจากการลงพื้นที่และการสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์ รวมทั้งข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่และสังเคราะห์องค์ความรู้สำหรับพัฒนาคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง พร้อมทั้งประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) ในการสร้างกระบวนการและการประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาพัฒนากระบวนการเรียนรู้และประเมินผลด้วยแบบทดสอบก่อนและหลังเรียน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งใช้สถิติทดสอบแบบ Paired Samples t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนน หากพบว่าคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) แสดงถึงประสิทธิผลของกระบวนการพัฒนา นอกจากนี้ ยังมีการประเมินทักษะภาคปฏิบัติตามหลักการของ Hilsdon (1991)

3) ในการสร้างนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากคู่มือมาพัฒนาเป็นสื่อ และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างเป็นระบบและเชื่อถือได้

ผลการวิจัย (Results)

จากการดำเนินการวิจัย มีการลงพื้นที่เพื่อศึกษาเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณถึงบริบทชุมชน ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง ข้อมูลพื้นฐานทักษะภาษาอังกฤษ และความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อสร้างคู่มือและประเมินความความพึงพอใจคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่

1) คู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง

การเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อสร้างคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ปราชญ์ชุมชน ผู้นำชุมชน และตัวแทนชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ตำบลเปียงหลวงมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจำนวน 15 แห่ง ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์และศักยภาพของพื้นที่ในมิติด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ และวิถีชีวิตชุมชน ข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาสังเคราะห์เพื่อจัดทำคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง

แหล่งท่องเที่ยวด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น ได้แก่ วัดฟ้าเวียงอินทร์หรือวัดสองแผ่นดิน ซึ่งเป็นจุดชมวิวสองประเทศและแหล่งเรียนรู้บุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ หอศิลป์เจ้ากอนเจิงซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นของผู้นำไทใหญ่ พระธาตุหมายเมืองหรือพระพุทธนิมิตหทัยนเรศ และวัดเปียงหลวงซึ่งเป็นศูนย์กลางศาสนาและวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงวัดไม้ฮุงไหล วัดพระธาตุแสงขาว วัดศรีเมืองหมอก วัดหนองกอกคำ และวัดพระธาตุหนองบัว ซึ่งล้วนมีเรื่องเล่า ความเชื่อ และตำนานที่สะท้อนคุณค่าทางจิตวิญญาณและอัตลักษณ์ชุมชน ในด้านทรัพยากรธรรมชาติและการพักผ่อนหย่อนใจ พบว่าอ่างเก็บน้ำห้วยเอิ่งจ๋งและจุดชมวิวซีหลงซังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะแก่การชมทิวทัศน์ การออกกำลังกาย และการพักแรม ขณะที่น้ำตกดอยตีนช้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่เอื้อต่อการเรียนรู้ระบบนิเวศและการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ นอกจากนี้ กองพล 93 ฐานทัพทหารจีนคณะชาติยังเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ร่วมสมัยของพื้นที่ ด้านการเรียนรู้เชิงพัฒนาและวิถีชีวิตชุมชน ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้ห้วยดินดำซึ่งถ่ายทอดแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงผ่านการจัดการพื้นที่เกษตร และโครงการหลวงดอยแปกแซมซึ่งเป็นแหล่งถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเกษตร ป่าไม้และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โดยสรุป แหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวงมีความหลากหลายและมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และการเรียนรู้ การจัดทำคู่มือแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลวิจัยจึงเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของพื้นที่ในระยะยาว

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวงที่เก็บรวบรวมภายใต้ขอบเขตของเนื้อหาตามแนวคิดของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2552, 14-15) ด้านองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว 5 ประการ หรือ 5 As พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง ทั้ง 15 แห่ง ได้ด้วยยานพาหนะ เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เนื่องจากมีถนนคอนกรีต ถนนลาดยาง และบางแห่งถนนลูกรัง อยู่ในสภาพที่ดีเข้าถึงง่ายสะดวกสบายต่อการเดินทาง กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activity)

นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมที่เหมือนและแตกต่างกันออกไป เช่น การถ่ายภาพชมวิวทิวทัศน์ การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ตำนาน เรื่องเล่าและความเชื่อสถาปัตยกรรมของอาคารหรือสิ่งก่อสร้างที่สำคัญประจำแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) แหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นไว้บริการเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มคณะขนาดเล็ก และบางแห่งเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มคณะขนาดใหญ่ สิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงมีความหลากหลายเหมาะสมเป็นชุมชนท่องเที่ยว เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกัน เช่น วัด น้ำตก โครงการหลวง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ชี หลง ซัง และแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักทักเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ประวัติความเป็นมา ตำนาน เรื่องเล่า ความเชื่อ สถาปัตยกรรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นที่ชุมชนจัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และสถานที่พัก (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยวส่วนมากตั้งอยู่ไม่ห่างไกลจากชุมชนตำบลเปียงหลวง ฉะนั้น นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการที่พักในเขตชุมชนตำบลเปียงหลวงได้

2) ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารข้อมูล ตลอดจนความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีคุณค่าในการนำไปใช้พัฒนาและปรับปรุงสื่อท่องเที่ยวให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างแท้จริง ผู้ตอบแบบสอบถามต่อคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก

ตารางที่ 1 สรุปความพึงพอใจต่อคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง

รายการประเมินองค์ประกอบคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	$\overline{X}$	S.D.	**แปลความหมาย**
1. ด้านองค์ประกอบรูปเล่มคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน	4.27	0.44	มาก
2. ด้านเนื้อหาคู่มือแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน	4.44	0.46	มาก
รวม	**4.35**	**0.45**	**มาก**

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงโดยเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.35) แยกเป็น 2 ด้านได้แก่ ด้านองค์ประกอบรูปเล่มคู่มือ ($\bar{X}$ = 4.27) อยู่ในระดับมากและด้านเนื้อหาคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ($\bar{X}$ = 4.44) อยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่

1) ผลการสร้างกระบวนการพัฒนาการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัยในการสร้างกระบวนการพัฒนาการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาสำหรับเยาวชนพื้นที่ชายแดน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนที่ได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นผู้เชียวชาญเฉพาะด้าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอน ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว และผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่สามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมการเพื่อพัฒนาศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษในการสร้างมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา คัดเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมมีจิตอาสา มีใจรักในงานบริการ วิเคราะห์ความต้องการประเด็นหรือหัวข้อในการพัฒนาการสื่อสารภาษาอังกฤษและสร้างบทเรียนที่มีเนื้อหาและกิจกรรมที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยมีกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ คือ 1) เสริมสร้างความรู้ภาษาอังกฤษด้วยการเรียนรู้เนื้อหาประเด็นที่นักท่องเที่ยวสนใจของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ 2) เรียนรู้คำศัพท์และออกเสียงให้ถูกต้องตามหลักภาษา 3) เรียนรู้บทสนทนาที่นำเสนอข้อมูลแหล่งองเที่ยวที่เป็นจุดเด่น น่าสนใจ โดยการฝึกสนทนาเป็นคู่ให้ครบถ้วนครอบคลุมเนื้อหา 4) ฝึกทำแบบฝึกหัดด้วยการเติมคำที่หายไป และการจับคู่คำศัพท์กับความหมาย 5) ฝึกเป็นรายบุคคลนำเสนอข้อมูลที่เป็นจุดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ และ 6) ฝึกนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยการแสดงบทบาทสมมติ

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ได้แก่ (1) ประเมินความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 15 แหล่งท่องเที่ยวด้วยแบบทดสอบก่อนเรียน และแบบทดสอบหลังเรียน และ (2) ประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษด้านการพูดด้วยการลงมือปฏิบัติโดยการจำลองสถานการณ์จริงตามเกณฑ์การประเมินทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์

2) ผลการประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา

ในการประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยได้แบ่งแบบทดสอบการประเมิน 2 ด้าน คือ ด้านความรู้ ประเมินด้านความรู้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวงจำนวน 15 แหล่งท่องเที่ยว และและด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ มีผลดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผลการประเมินด้านความรู้กลุ่มตัวอย่างก่อนเรียนและหลังเรียน

แบบทดสอบ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	Sig.
Pre -test	50	9.06	3.18	-16.510*	0.000
Post- test	50	18.34	3.92		

*p<0.05

ในการประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษด้านการพูดผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานทักษะการพูดสำหรับมัคคุเทศก์ที่เสนอโดย Hilsdon (1991) จากการเปรียบเทียบผลของการเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบทดสอบ ใช้วิธีการประมาณค่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ด้วยค่าสถิติ t คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ทดสอบหลังเสร็จสิ้นการเรียนการสอนพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยในการทดสอบหลังเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยะสำคัญดังสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยในการทดสอบหลังเรียนสูงกว่าคะแนนทดสอบก่อนเรียน

ในการการประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษด้านการพูดโดยมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 คนเป็นผู้ทดสอบ โดยทดสอบกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 ผลการทดสอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการสื่อสารอยู่ในระดับ 1 อ่อนมาก (9 คน) ระดับ 2 ผ่าน (12 คน) ระดับ 3 พอใช้ (14 คน) และอยู่ในระดับ 4 ดีมาก (15 คน)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษและประเมินนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษ (สื่อวีดิทัศน์) ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง อำเภอวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่

1) ผลการสร้างนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

การสร้างนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวงด้วยข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นจุดเด่นและเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ 1) ด้านองค์ประกอบของสื่อ แบ่งออกเป็นประเด็นย่อย ได้แก่ องค์ประกอบด้านการออกแบบให้น่าสนใจ ภาพเสียงบรรยายมีความเหมาะสม มีเนื้อหาครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั้งช่วยส่งเสริมเสริมประสบการณ์ให้กับเยาวชนสามารถนำไปถ่ายทอดต่อได้จริง และ 2) ด้านการนำเสนอ ประกอบไปด้วยประเด็นย่อย ได้แก่ วิธีการนำเสนอที่เหมาะสม ตัวภาพ ตัวอักษร (แบบ ขนาด สี) เทคนิคพิเศษ การจัดองค์ประกอบ รายละเอียดภาพ การลำดับภาพ มีความเหมาะสม เนื้อหานำเสนอสอดคล้องกับบริบทแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เสียงบรรยาย (น้ำเสียง การออกเสียงอักขระและจังหวะการออกเสียง) เสียงดนตรี มีความชัดเจนและระดับความดังเหมาะสม ตรงและสัมพันธ์กับภาพและเสียงบรรยาย การนำ QR-Code มาประยุกต์ใช้ทำให้เข้าถึงสื่อได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษ ส่งผลให้เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น เสริมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และกระตุ้นให้เกิดความต้องการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) ผลการประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษ (สื่อวีดิทัศน์) ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษ (สื่อวีดิทัศน์) ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\overline{X}$ = 4.39) โดยจำแนกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์ประกอบสื่อวีดิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 4.42) ในระดับมาก และด้านการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนชุมชน ($\overline{X}$ = 4.37) ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ผลประเมินความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน

รายการประเมินองค์ประกอบสื่อวีดิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน	$\overline{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. ด้านองค์ประกอบสื่อวีดิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว	4.42	0.40	มาก
2. ด้านการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน	4.37	0.32	มาก
รวม	**4.39**	**0.36**	**มาก**

อภิปรายผล (Discussion)

1) จากการวิเคราะห์ผลการสร้างคู่มือและประเมินความพึงพอใจคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียง ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ มีความหลากหลายของทรัพยากรทั้งด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ซึ่งสะท้อนศักยภาพเชิงพื้นที่ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเมื่อพิจารณาผ่านกรอบแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ซึ่งตั้งอยู่บนฐานทุนทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของชุมชน เช่นวัดฟ้าเวียงอินทร์ (วัดสองแผ่นดิน) ซี หลง ซัง (ชุมชนจีน) วัดเปียงหลวง (ชุมชนไทใหญ่) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกตวดี หมัดเด็น และปนัดดา ศิริพานิช (2565,11) ที่พบว่าวัฒนธรรมของท้องถิ่นและการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน เนื่องจากการท่องเที่ยวอาศัยวัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นทรัพยากรในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การเข้าถึง (Accessibility) แม้พื้นที่จะมีข้อจำกัดเชิงภูมิศาสตร์เนื่องจากตั้งอยู่ในพื้นที่ชายแดนสามารถเข้าถึงได้ในระดับหนึ่ง แม้นไม่ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทุกประเภทตามหลักการของการท่องเที่ยวแบบครบวงจรเพื่อคนทั้งมวล (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, ม.ป.ป., 29) แต่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมเพราะให้ความสำคัญกับความหลากหลายของวัฒนธรรมชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรชิตา คำด้วง และคณะ (2568,102) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึง (Accessibility) มิได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณค่าของประสบการณ์จากธรรมชาติมากกว่าความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities), และที่พัก (Accommodation) ดำเนินการในลักษณะโฮมสเตย์ และรีสอร์ท นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนใกล้ชิดธรรมชาติ สะท้อนการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัลยรัตน์ พินิจจันทร์

และคณะ (2567, 131) ที่พบว่าเหตุผลในการเลือกเข้าพัก คือ ได้ศึกษาวัฒนธรรมของชุมชน ที่พักมีความใกล้ชิดธรรมชาติ และอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว และ กิจกรรม (Activities) การจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เช่น ประเพณีบวชลูกแก้วของไทใหญ่ ณ วัดเปียงหลวง ศึกษาประวัติ ณ ฟ้าเวียงอินทร์และพิพิธภัณฑ์เจ้ากอนเจิง เป็นต้น เป็นกิจกรรมที่นักท่องได้ประสบการณ์ เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภัทราพร แก้วเพ็ชร และ รตา สนโคกสูง (2568, 26) ที่ระบุว่าด้านกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำด้วยตนเองทำให้เกิดประสบการณ์และได้เรียนรู้ชีวิต เช่น พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น กิจกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้า การทำตุ้มหู ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวได้ดี และเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

จากการวิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเนื้อหาคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีการจัดรูปเล่มครบถ้วนทั้งเนื้อหา ภาพประกอบ และเชื่อมโยงสื่อวีดิทัศน์ผ่านคิวอาร์โค้ดที่เข้าถึงได้สะดวก พบว่าภาษาที่ใช้มีความถูกต้อง เหมาะสม และสื่อความหมายได้ชัดเจน ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในยุคปัจจุบันต้องสั้นกะทัดรัด ชัดเจน ตรงประเด็น ได้ใจความ และรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ เป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ประหยัดเวลาโดยไม่ต้องเสียเวลาในการอารัมภบทซึ่งใช้เวลาและยากต่อการทำความเข้าใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ สอดคล้องกับผลการศึกษาของจารุวรรณ ชูสงค์ และจรวยพร นุ่มน้อย (2562, 22) ในการออกแบบคู่มือเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม ได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยจัดทำขึ้นมีลักษณะเป็นหนังสือแนวตั้ง เพื่อพกพาได้สะดวก และภาพประกอบในคู่มือเป็นภาพถ่ายจริงและพิมพ์ 4 สีทั้งฉบับ ซึ่งภาพหน้าปกใช้ภาพวิวประกอบ ภายในเล่มประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์วิถีวัฒนธรรมของคนลุ่มน้ำ ภูมิปัญญาในการดำรงชีวิต ยิ่งไปกว่านั้น ผลการศึกษาของ รุ่งอรุณ พรเจริญ และคณะ (2562, 708-710) ในการพัฒนาคู่มือการท่องเที่ยวโบราณสถานและโบราณวัตถุของชุมชนพื้นที่เขตดุสิตโดยนำเสนอในรูปแบบโมเดล 3 มิติ พร้อมทั้งมีวิดีโอประกอบคำบรรยายประวัติความเป็นมาของแต่ละโบราณสถาน มีผลประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นชุมชนอยู่ในเขตดุสิตและนักท่องเที่ยว ในองค์ประกอบคู่มือ 3 ด้าน คือด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและจัดรูปแบบ และด้านประโยชน์ใช้งาน โดยภาพรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2) จากการวิเคราะห์ผลกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทและความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง จากผลการทดสอบก่อนเรียนและการทดสอบหลังเรียนพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นคนในพื้นที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นพื้นฐานแต่ขาดความรู้ในการพูดหรือนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ เมื่อผู้วิจัยได้สร้างบทเรียนภาษาอังกฤษบนพื้นฐานของเนื้อหาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มตัวอย่างเข้าใจเนื้อหาภาษาอังกฤษของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนั้น เนื้อหาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในบทเรียนที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเคยไปเที่ยวชมมาแล้ว เมื่อเนื้อหามีภาพประกอบจึงเป็นการง่ายที่กลุ่มตัวอย่างจะทำสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงความสอดรับกับแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (Communicative Language Teaching: CLT) ที่ปฏิพัทธ์ อุกฤษ (2564, 16)

ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นแนวทางการจัดการเรียนการสอนสำหรับผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองที่เน้นพัฒนาผู้เรียนให้สามารถสื่อสารภาษาได้อย่างเหมาะสม เมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เน้นให้ผู้เรียนสามารถสื่อความหมายกับผู้อื่นได้ตรงกับความต้องการของตนเองได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์โดยใช้ทักษะการฟังพูดอ่านและเขียนโดยผู้สอนมีหน้าที่เพียงคอยช่วยเหลือแนะนำแก้ไขการใช้ภาษาที่ถูกต้องแก่ผู้เรียน และแสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จของกระบวนการเกิดจากการบูรณาการการเตรียมความพร้อม การจัดการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ และการประเมินผลตามสภาพจริงอย่างเป็นระบบ ขั้นตอนการเตรียมการช่วยคัดเลือกผู้เรียนที่มีแรงจูงใจและกำหนดเนื้อหาที่คล้ายกับบริบทแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทำให้การเรียนรู้มีความหมายและเกิดการมีส่วนร่วม ขั้นตอนการพัฒนาเน้นการเรียนรู้แบบลำดับขั้นจากพื้นฐานภาษาไปสู่การใช้ภาษาในสถานการณ์จริงผ่านการฝึกซ้ำและการแสดงบทบาทสมมติ ส่งผลให้ผู้เรียนพัฒนาทั้งความรู้ ทักษะ และความมั่นใจ ขณะที่ขั้นตอนการประเมินใช้ทั้งการวัดผลสัมฤทธิ์และการประเมินการปฏิบัติจริง ทำให้สะท้อนสมรรถนะการสื่อสารได้อย่างแท้จริง โดยภาพรวม กระบวนการทั้งสามขั้นจึงเกื้อหนุนกันและนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสนับสนุนโดยผลการศึกษาของ ณรงค์ฤทธิ์ โสภา และคณะ (2559, 179-180) ที่พบว่า ผลการประเมินความรู้และความสามารถการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์ในจังหวัดมหาสารคามโดยภาพรวมมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้เรียนและพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษมาแล้วในรายวิชาหลักที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐาน ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และสามารถใช้ภาษาอังกฤษเกี่ยวกับเกี่ยวกับสถานท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อาจจะเนื่องจากวิชาในหลักสูตรไม่ได้มีเนื้อหาภาษาอังกฤษเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคม ซึ่งตรงจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในพื้นที่ตำบลเปียงหลวงที่ได้เคยไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวต่างในตำบลซึ่งเป็นภูมิลำเนาของตนเอง และมีความรู้พื้นฐานบางประเด็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ พอได้มาศึกษาเนื้อหาที่มีความรู้อยู่เดิมในภาคภาษาอังกฤษจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเรียนรู้เนื้อหาแหล่งอท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น แต่การสื่อสารภาษาอังกฤษกลุ่มตัวอย่างโดยมากแล้วอยู่ในระดับอ่อน หมายถึง ไม่สามารถสนทนาให้เข้าใจได้ คิดเป็นร้อย 18 ระดับ 2 (ผ่าน) หมายถึง สนทนาได้แต่ไม่คล่อง คิดเป็นร้อยละ 24 ระดับ 3 พอใช้ หมายถึง สามารถสนทนาได้ดีพอสมควร แต่มีความยุ่งยากในการพูดบ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28 รวมคิดเป็นร้อยละ 70 ส่วนในระดับดีมาก หมายถึง สามารถสนทนาได้คล่อง แม้ว่าจะพูดผิดหลักไวยากรณ์ก็ตาม คิดเป็นร้อยละ 30 เท่านั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนขาดประสบการณ์ในการใช้ภาษาอังกฤษ อนึ่ง ในชุมชนตำบลเปียงหลวงนิยมส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มตัวอย่างเรียนภาษาจีนเพิ่มเติมนอกเวลาเรียน จากการสัมภาษณ์พบว่า การเรียนภาษาจีนเพิ่มเป็นภาษาที่ 3 เชื่อว่า สร้างโอกาสในการมีงานทำที่มั่นคงกว่าในอนาคต และการเรียนภาษาจีนช่วยส่งเสริมในการเรียนภาษาที่ 2 และที่ 3 ได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมาก

3) จากผลวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจสื่อวีดิทัศน์ ด้านองค์ประกอบสื่อ จะเห็นได้ว่าสื่อวีดิทัศน์นำเสนอเนื้อหาครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีเนื้อหาช่วยส่งเสริมประสบการณ์ให้กับเยาวชนและสามารถนำไปถ่ายทอดต่อได้จริง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญในการทำสื่อเพื่อสื่อสารสิ่งที่เราต้องการสื่อให้ผู้รับสื่อได้รับรู้และเป็นปัจจัยในการดึงความสนใจ

ของผู้รับชมสื่อ เมื่อเกิดความประทับใจจะนำไปถ่ายทอดสื่อสารต่อได้ สอดคล้องผลการศึกษาของ ชลธิชา จำบุญมา (2556) การผลิตวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงรายด้านเนื้อหาการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนั้น ต้องนำเสนอเนื้อหาให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือเลือกเสนอมุมมองที่เราต้องการนำเสนอ แต่ต้องคำนึงอยู่เสมอว่า หากเราเป็นผู้ชมที่ไม่รู้สิ่งใดเลยจากสถานที่ท่องเที่ยวเลยแล้วเราต้องการอยากทราบอะไรหลังจากได้ชมวีดิทัศน์นี้ และการเลือกเนื้อหามานำเสนอการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ต้องคัดสรรสิ่งที่แปลกใหม่ ต่างจากชุมชนอื่นเพื่อสร้างจุดเด่นให้กับชุมชนที่ต้องการจะนำเสนอ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในชุมชนเราต้องการประชาสัมพันธ์ ฉะนั้น ในบรรดาสื่อทั้งหลาย สื่อวิดีทัศน์ ซึ่งประกอบด้วยสื่อมัลติมีเดีย ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย คำบรรยาย ถ่ายทำให้เห็นเสมือนจริง ประหนึ่งว่า กลุ่มตัวอย่างได้ไปแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้นจริงด้วยตน เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูง และ ผลการศึกษาของ ภควัต รัตนราช และคณะ (2565,48-50) ในการใช้สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะโหนด บนฐานนอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยการจำลองการท่องเที่ยวออนไลน์ผ่านสื่อวีดิทัศน์สารคดีท่องเที่ยวที่จะแสดงให้เห็นภาพการท่องเที่ยวตั้งแต่สถานที่แรกถึงสถานที่สุดท้าย พร้อมการบรรยายข้อมูลแต่ละสถานที่ ผลความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะโหนด บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และการใช้สื่อวีดิทัศน์นี้เป็นสื่อใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกันกับการศึกษาของ กิตติทัช เขียวฉอ้อน และคณะ (2565, 2580-2581) ที่พบว่าแนวทางการพัฒนาสื่อของปฐมออร์แกนิคฟาร์ม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ต้องการที่จะพัฒนาในรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการแนะนำหรือโฆษณาประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ให้เป็นที่รู้จักด้วยรูปแบบสื่อที่เป็นภาพและเสียง โดยจะสร้างออกมาในรูปแบบวีดีโอและทำในรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยม คือ เพื่อสร้างความสนใจให้แก่ผู้พบเห็น สื่อดังกล่าวซึ่งสามารถศึกษาค้นหาข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย และสะดวกต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผลวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจสื่อวีดิทัศน์ ด้านการนำเสนอจะเห็นได้ว่า การนำเสนอในรูปแบบสื่อวิดีทัศน์นั้น กลุ่มตัวอย่างได้ฟังเสียงบรรยายที่มีความชัดเจน ตรงประเด็นกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมมีภาพและดนตรีประกอบทำให้น่าสนใจติดตามมากยิ่งขึ้น หากฟังเสียงไม่เข้าใจ กลุ่มตัวอย่างสามารถอ่านคำบรรยายใต้สื่อวิดีทัศน์ได้ ผลการศึกษาของ เมธาวิน สาระยาน (2564, 6) สนับสนุนข้อความดังกล่าวข้างต้นได้ว่า ในการสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า วีดีทัศน์ที่ใช้ประกอบในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องเป็นสื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สื่อสารได้ดีในวงกว้าง เข้าถึงผู้รับสารที่หลากหลายมากได้ดี มีการให้ข้อมูลหลากหลายสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตเรียบง่าย สถานที่สำคัญของคนในชุมชน การนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นซึ่งจัดโดยชาวบ้าน เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้ลงมือปฏิบัติจริง และสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมให้เกิดความสนใจในสื่อวิดิทัศน์ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต้องด้วย มีคำ หรือ ประโยค ที่จำง่ายซึ่งจะทำให้ผู้รับชมวีดิทัศน์เกิดความสนใจและต้องการมาเที่ยวพักผ่อน โดยการ

นำเสนอผ่านภาพ การบรรยาย และจากสถานที่จริง ของชุมชน โดยกำหนดให้มีพิธีกรหรือผู้ดำเนินเรื่อง เป็นผู้เล่าเรื่อง นำเที่ยวชม มีการใช้เสียงบรรยายและมีการใช้ดนตรีประกอบเพื่อสร้างความน่าสนใจและน่าติดตาม น่าสนใจครอบคลุมในกิจกรรมต่าง ๆ และผลการศึกษาของ สลิตตา สาริบุตร และณัฐพงษ์ สีบุญเรือง (2563, 136) ในการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืนสำหรับชุมชนชาวมอญจังหวัดปทุมธานี ในรูปแบบวีดิทัศน์ ประกอบด้วยเนื้อหา องค์ประกอบศิลป์ ความคมชัดและการลำดับภาพ คุณภาพเสียง เวลาการนำเสนอ ตัวอักษร มีผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อีกประการหนึ่ง การใช้คิวอาร์โค้ดเชื่อมต่อข้อมูลระหว่างคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสื่อวีดิทัศน์ที่มีมัคคุเทศก์จิตอาสาเป็นผู้บรรยายเป็นภาษาอังกฤษ และคำบรรยายใต้สื่อวีดิทัศน์ทั้งสองภาษาทำให้สะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและประทับใจ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา และคณะ (2559, 1436) ที่พบว่า การอ่านข้อมูลผ่าน QR Code โดยผ่าน Application Line มีผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับดีมาก และการศึกษาของ สรธารา ทองต่อ (2556, 51) พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคิวอาร์โค้ดเป็นสิ่งแปลกใหม่ดูเป็นเครื่องมือที่ทันสมัย เหมาะกับสภาพสังคมใน ปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารที่หลากหลาย ใช้งานง่าย และช่วยทำให้ประหยัดเวลา เพราะใช้งานได้อย่างรวดเร็ว

องค์ความรู้จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ประวัตศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตและทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชน สามารถนำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนดังกล่าวไปผลิตสื่อในรูปแบบคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประกอบด้วยการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อวีดิทัศน์ที่มีภาพเคลื่อนไหว มีมัคคุเทศก์นำเสนอด้วยภาษาที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ มีคำบรรยาย เข้าถึงได้ง่ายทุกที่ทุกเวลารวดเร็วและทันสมัยด้วยคิวอาร์โค้ดใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างยั่งยืน

สรุป (Conclusion)

บทความวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการสื่อสารภาษาอังกฤษในการสร้างมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสาสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อ 1) สร้างคู่มือและประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ และ 3) เพื่อสร้างสื่อนวัตกรรมภาษาอังกฤษและประเมินความพึงพอใจต่อสื่อนวัตกรรมภาษาอังกฤษส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ณ บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ การดำเนินโครงการเริ่มจากการจัดทำคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ โดยรวบรวมองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และทรัพยากรท้องถิ่นในรูปแบบสองภาษา คู่มือดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาบทเรียนเพื่อเสริมสร้าง

ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา ผ่านกระบวนการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การคัดเลือกเยาวชน การพัฒนาทักษะตามลำดับขั้น จนถึงการประเมินผลด้านความรู้และศักยภาพการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ แล้วสร้างนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเปียงหลวงโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนมัคคุเทศก์น้อยจิตอาสา

ผลการวิจัยพบว่า คู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประกอบไปด้วยข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตำบลเปียงหลวงที่มีความหลากหลายของทรัพยากรและมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและการเรียนรู้ โดยมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวครบถ้วนตามแนวคิด 5As ขณะเดียวกัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในระดับมาก นอกจากนี้ กระบวนการพัฒนาและประเมินศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษประกอบด้วยสามขั้นตอนที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ดำเนินการเสริมสร้างทักษะอย่างเป็นลำดับ และขั้นประเมิน ซึ่งประเมินทั้งด้านความรู้ผ่านแบบทดสอบก่อน–หลังเรียน และด้านทักษะการพูดจากการปฏิบัติจริง ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่าคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในด้านทักษะการพูด ผู้เรียนส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีมาก อีกทั้ง นวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบครบถ้วนและมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสื่อดังกล่าวในระดับมาก ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของนวัตกรรมในการส่งเสริมการเรียนรู้และการสื่อสารภาษาอังกฤษของเยาวชนได้อย่างเหมาะสม

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนควรให้ความสำคัญกับการจัดทำสื่อและเอกสารข้อมูล เช่น คู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและนวัตกรรมสื่อสองภาษา (ภาษาไทย–ภาษาอังกฤษ หรือมากกว่าสองภาษา) ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งไม่เพียงช่วยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์วิถีชีวิต และทรัพยากรของชุมชน อันจะนำไปสู่การสร้างความภาคภูมิใจ ความหวงแหน และความตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). *รายงานประจำปี 2567*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กมลชนก จันทร์เกตุ. (2560). *การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา : ชุมชนเกาะยอ จังหวัดสงขลา* (การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=566216

กรกนก เกิดสังข์. (2560). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงกลยุทธ์ กรณีศึกษา: ตำบลบางใบไม้ อำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์). http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/11440

กัลยรัตน์ พินิจจันทร์, นันทรัตน์ นามบุรี, สุกฤษตา รักสุจริต, เจนตา แก้วไฝ, ซูซัน หามะ, ณฏฐาระวี พงค์กระพันธุ์, และ ชินวัตร จันทร์ฉายรัศมี. (2567). การยกระดับศักยภาพการจัดการและคุณภาพการบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ จังหวัดยะลา. *สหวิทยาการและความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย 13(1),* 124-133. https://doi.nrct.go.th/admin/doc/doc_650084.pdf

กิตติทัช เขียวฉอ้อน, วรานิจ โปรานานนท์, ศิริวรรณ สายทองสุข และณัฐวิภา รักกิจ. (2565). แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปฐมออแกนิกฟาร์ม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม* (7-8 กรกฎาคม 2565), 2570-2582.

เกตวดี หมัดเด็น และปนัดดา ศิริพานิช. (2565). พัฒนาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา. *อินทนิลทักษิณสาร 17(1),* 9-33. https://ird.skru.ac.th/RMS/file/11868.pdf

จริยา ตันติวราชัย. (2567). แนวทางการสร้างเยาวชนสู่การเป็นมัคคุเทศก์น้อยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 6*(1), 19- 39. https://so10.tci-thaijo.org/index.php/msdru/article/view/1038/804

จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา, ปุณยนุช ธิรโก, กรกมล ชุ้นสุวรรณ, มะฮูเซ็น ใจสุนทร และประทีป หลีอิ (2559). การประยุกต์ใช้ QR Code ในพิพิธภัณฑ์เมืองหาดใหญ่. *การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 23 มกราคม 2559 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.*

จารุวรรณ ชูสงค์ และจรวยพร นุ่มน้อย. (2562). การพัฒนาคู่มือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อรองรับการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจฐานราก: ตำบลลานข่อย จังหวัดพัทลุง. *วารสาร สจล.ชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 1*(1), 15-25. https://www.pcc.kmitl.ac.th/journal/schu/schupast_v1_n1_2019.html

จิตรนันท์ ศรีเจริญ, ดวงจันทร์ สีหาราช และอนุพงษ์ สุขประเสริฐ. (2562). แอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยว 8 แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องไปในจังหวัดเพชรบูรณ์ด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง. *วารสารโครงงานวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ, 5*(1), 84-94. https://pgm.npru.ac.th/ct/data/files/Application%20to%20Calculate%20the%20High%20Alert%20Drugs.pdf

ชัญญนิษฐ์ อินทร. (2563). *ปัญหาและความจำเป็นด้านการพัฒนาทักษะและการสื่อสารภาษาอังกฤษในการทำงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตเมืองพัทยา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา). https://tdc.thailis.or.th/tdc/dccheck.php?Int_code=95&RecId=34167&obj_id=191572&showmenu=no

ชลธิชา จำบุญมา. (2556). *การผลิตสื่อวีดีทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงราย* (จุลนิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร). https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/14898

ชุติกาญจน์ กันทะอู. (2560). *การท่องเที่ยวชุมชนเป็นฐาน: กรณีศึกษา บ้านร่องฟอง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย). http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/58300

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2553). *คู่มือการท่องเที่ยวในมิติเศรษฐกิจพอเพียง.* มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทวีรัชต์ เชี่ยวชาญพานิช. (2562). *การเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไชน่าทาวน์เยาวราช ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเกริก). https://alist.thailis.or.th/krirk/BibDetail.aspx?bibno=30088

ทวีศักดิ์ ชูมา. (2560). แนวทางการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษในการทำงานเพื่อการสื่อสาร โดยใช้รูปแบบกลวิธีการสื่อสาร. *วารสารมหาจุฬาวิชาการ, 3*(1), 125-137. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JMA/article/view/141674/104986

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). *การท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ. 2551.* สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง.* วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.

นริศรา เกตวัลห์. (2568). ปัญหาการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยของยุวมัคคุเทศก์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาโรงเรียนวัดบัวโรย. *วารสารศิลปศาสตร์วิชาการและวิจัย, 20(1),* 40-51. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/larhcu/article/view/279192/187989

ณรงค์ฤทธิ์ โสภา, พูลศักดิ์ ศิริโสม และเกตน์สิรี จำปีหอม. (2559). *การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์ในจังหวัดมหาสารคามเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนโดยบูรณรณาการแนวคิดของการเรียนการสอนภาษา 3 รูปแบบ และเน้นการใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริง, รายงานวิจัย.* มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.* ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ปฏิพัทธ์ อุกฤษ. (2564). *การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารร่วมกับแบบฝึกทักษะที่ส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. https://fulltext.rmu.ac.th/fulltext/2564/M131145/Ukrit%20Patipat.pdf

ปฏิพันธ์ อุทยานุกูล, มณี จำปาแพง และสุกัญญา ขลิบเงิน. (2562). ผลการพัฒนาคู่มือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นและโมบายแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้องค์ความรู้ทางภาษา วัฒนธรรม และภูมิ

ปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน: กรณีศึกษาตำบลป่าตึง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย. *วารสารกาสะลองคำ, 13*(1), 83-93. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ksk/article/view/196570/145059

ปัณฑ์นพ ผจญทรพรรค, ณัฐวุฒิ โพธิ์ทักษิณ, และนรินทร์ มุกมณี. (2564). ปัญหาการเรียนภาษาอังกฤษของคนไทย. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 6(3),* 911–920. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/249630/170603

ปวินท์ บุนนาค. (2559). *การพัฒนารูปแบบมาตรฐานงานออกแบบเพื่อสื่อสารทฤษฎีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย). http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/55337

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566-2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม). (2566, 7 มีนาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 140 ตอนพิเศษ 51ง. หน้า 4.

พจนา สวนศรี, อนงนาฏ ปัญโญใหญ่, ริชาร์ด, ปีเตอร์, สมพงษ์ หลีเคราะห์, ทัพไท ชุ่มนาเสียว, ธนันชัย มุ่งจิต , พีรชัย กุลชัย, ไพโรจน์ แสงจันทร์, จิตศักดิ์ พุฒจร, ชุลีรัตน์ จันทร์เชื้อ, ฐิติ ฐิติจำเริญพร, ปรียนันท์ สิทธิจินดาร์, ปริวรรต สมนึก และ อรุณศรี อื้อศรีวงศ์. (2554). การพัฒนาและยกระดับงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ความเป็นวิชาการ, *รายงานการวิจัย*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:57692#

พิมพ์ทอง สังสุทธิกุล และวรวัติ กิติวงศ์. (2552). *ความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย.* คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรชิตา คำด้วง, พัชราภา ชัยราช, วรินทร รักษมาตา, ญาณภัทร พัฒนจินดากุล, และนิภา นิรุตติกุล. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย. *วารสาร Strategic Perspectives on Business and Marketing Management 12*(2), 88-107. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/mmr/article/view/279482/188674

ภควัต รัตนราช, แสงระวี กระจ่างศาสตร์, กนกวรรณ วิบูลยศริน และวิมล มิระสิงห์. (2565). การพัฒนาสื่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะโหนดมีนบุรี บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี 16(1),* 40-55. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/journaldru/article/view/257434/172957

ภัทราพร แก้วเพ็ชร และ รตา สนโคกสูง. (2568). ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2(1),* 15-29. https://so18.tci-thaijo.org/index.php/CBTRJ/article/view/1279/757

ภากรณ์ โพธะ. (2564). *การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร* (ปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/2156

มนต์ชัย เทียนทอง. (2545). *การออกแบบและพัฒนาคอร์สแวร์สำหรับบทเรียนคอมพิวเตอร์.* งานเอกสารและการพิมพ์ กองบริการการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

เมธาวิน สาระยาน. (2564). การสร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ. 11(1),* 1-12. https://search.tci-thailand.org/article.html?b3BlbkFydGljbGUmaWQ9NjY2MjMw

ยุพาภรณ์ พิริยศิลป์. (2557). ความต้องการทางด้านภาษาอังกฤษของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดขอนแก่น. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 9(2),* 16-30. https://tourismtaat.siam.edu/images/magazine/m9b2/16-30.pdf

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2550). *มัคคุเทศก์* (พิมพ์ครั้งที่ 1). โอเดียนสโตร์.

รุ่งอรุณ พรเจริญ, ทรงสิริ วิชิรานนท์ และสุนารี จุลพันธ์. (2562). การพัฒนาคู่มือการท่องเที่ยวโบราณสถานและโบราณวัตถุของชุมชนพื้นที่เขตดุสิต. *งานประชุมวิชาการระดับชาติด้านการท่องเที่ยวกับมนุษยศาสตร์ ครั้งที่ 1 วันที่ 19-20 ธันวาคม 2562 การท่องเที่ยวกับมนุษยศาสตร์: การท่องเที่ยวในยุคเปลี่ยนผ่าน*, 701-711.

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง และกอแก้ว จันทร์กิ่งทอง. (2563). แนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลากับพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และ สตูล). *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 40*(1), 41-56. https://utccjournal.utcc.ac.th/401/3_Wiwat%2041_56.pdf

สรธารา ทองต่อ. (2556). *การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมคิวอาร์โค้ด: กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล). https://tdc.thailis.or.th/tdc/dccheck.php?Int_code=126&RecId=16545&obj_id=35730&showmenu=no

สลิตตา สาริบุตร และณัฐพงษ์ สีบุญเรือง. (2563). การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: ชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการตลาดและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 7*(2), 121-143. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/mmr/article/view/268461/179909

สุวิมล ติรกานนท์. (2550). *การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์แนวทางสู่การ ปฏิบัติ.* โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (ม.ป.ป). *การท่องเที่ยวแบบครบวงจรเพื่อคนทั้งมวล.* องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. https://www.dasta.or.th/uploads/file/202210/1666950289_2c3957ec0b3cf189817a.pdf?utm_source=chatgpt.com

อรคนางค์ นวลเจริญ. (2567). การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการนำเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยใช้บทเรียนโปรแกรมผ่านสื่อดิจิทัล. *วารสารรัชตภาคย์, 18*(56), 19–36. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/269126/181420

เอกพล วิงวอน และวีรพล น้อยคล้าย. (2568). ปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 13*(1), 107–123. https://doi.nrct.go.th/admin/doc/doc_668926.pdf

Byrne, D. (1986). *Teaching oral English.* London: Longman

Carroll, Brenda Joseph. (1982). *Testing Communication Performance*. London: Pergamon Press.

Finochiaro, Mary & Christopher Brumfit. (1983). *The Functional National Approach: From Theory to Practice.* Oxford University Press.

Hilsdon, J. (1991). *The Group Oral Exam Advantages and Limitations.* Review of ELT Language.

Lertwatcha, S. (2018, September 13). *เคล็ดลับ 9 ข้อเพื่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในการทำงานสำหรับผู้เริ่มต้น.* https://www.hotcourses.in.th/study-abroad-info/applying-to-university/9-things-you-can-do-to-improve-english-skills/

United Nations, Department of Economics and Social Affairs, Statistics Divisions. (2010). *International Reco2mmendations for Tourism Statistics 2008*. UNWTO.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

Causal factors affecting the operational performance of companies listed on the Stock Exchange of Thailand: Agro and Food Industry sector

พลกฤต รักจุล*, มัณฑนา เลิศตระกูลพนา, อรวรรณ เชื้อเมืองพาน

Ponkrit Rakjul*, Mantana Lerttrakoonpana, Orawon Chuamaungphan

หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
เลขที่ 80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย รหัสไปรษณีย์ 57100
School of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University
No. 80, Moo 9, Ban Du Sub-district, Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province, 57100
Thailand

***รับบทความ**: 3 ธันวาคม 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 22 เมษายน 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 เมษายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของโครงสร้างทางการเงินที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหารในบริษัทจดทะเบียนกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือบริษัทจดทะเบียนกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี 2565–2567 จำนวน 83 บริษัท รวม 152 หน่วยตัวอย่าง รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1 One Report) และระบบฐานข้อมูล SETSMART วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้างผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี (ค่า Chi-Square (χ^2) เท่ากับ 10.24 ค่าองศาอิสระ(df) = 7 ค่า p-value เท่ากับ 0.18 มีค่ามากกว่า 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.46 มีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนี GFI เท่ากับ 0.98 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี AGFI = 0.94 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี CFI เท่ากับ 0.99 มีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนี RMSEA เท่ากับ 0.06 มีค่ามากกว่า

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: Ponkrit.ra@gmail.com

0.05) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) โครงสร้างการเงินมีผลต่อผลตอบแทนของผู้บริหาร (β = 0.30, p < 0.01) (2) โครงสร้างทางการเงินมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (β = -0.33, p < 0.01) (3) ผลตอบแทนของผู้บริหารมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (β = 0.14, p < 0.01) (4) โครงสร้างการเงินมีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหาร (β = 0.11, p < 0.01) ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าการกำหนดโครงสร้างทางการเงินที่เหมาะสมช่วยเสริมแรงจูงใจผู้บริหารให้สร้างผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น และเป็นแนวทางในการบูรณาการนโยบายการเงินเพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ

โครงสร้างทางการเงิน, ผลตอบแทนของผู้บริหาร, ผลการดำเนินงานด้านการเงิน

***Received**: December 3, 2025* ***Revised**: April 22, 2026* ***Accepted**: April 28, 2026*

Abstract

The objective of this research is to investigate the impact of capital structure on financial performance, mediated by executive compensation, among companies in the Agro & Food Industry sector listed on the Stock Exchange of Thailand from 2022 to 2024. The sample consists of 83 listed companies, providing a total of 152 observations. Secondary data were collected from annual registration statements (Form 56-1 One Report) and the SETSMART database. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM). The results indicate that the structural model demonstrates a good fit with empirical data (**Chi-Square (χ^2)** = 10.24, df = 7, p = 0.18, **Chi-Square (χ^2)** /df = 1.46, GFI = 0.98, AGFI = 0.94, CFI = 0.99, RMSEA = 0.06). Hypothesis testing revealed that: (1) capital structure has a significant positive effect on executive compensation (β = 0.30, p < 0.01); (2) capital structure has a significant negative effect on financial performance (β = -0.33, p < 0.01); (3) executive compensation has a significant positive effect on financial performance (β = 0.14, p < 0.01); and (4) capital structure significantly influences financial performance through executive compensation (β = 0.11, p < 0.01$). These findings suggest that establishing an optimal capital structure can enhance managerial incentives, leading to improved operational performance and providing a strategic framework for integrating financial policies to achieve sustainable firm value.

Keywords

Financial Structure, Compensation for executives, Financial Performance

บทนำ (Introduction)

การตัดสินใจด้านการเงินที่สำคัญที่สุดสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ การกำหนดโครงสร้างทางการเงินหรือสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (จิราวัฒน์ แสงเป่า และคณะ, 2025; อัศวเทพ อากาศวิภาต และสุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2022) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อมูลค่าของกิจการ อย่างไรก็ตาม การค้นพบความสัมพันธ์เชิงประจักษ์ระหว่างโครงสร้างทางการเงินกับผลการดำเนินงานทางการเงินยังคงมีความหลากหลายและไม่มีข้อสรุปที่เป็นเอกฉันท์ในบริบทสากล (John-Akamelu et al, 2025; Claudia Burz et al, 2024) โดยงานวิจัยบางส่วนชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของภาษีจากการก่อหนี้ ขณะที่บางส่วนเน้นย้ำถึงต้นทุนตัวแทนและภาวะล้มละลาย ความขัดแย้งทางวิชาการนี้ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจไม่ได้เกิดขึ้นในลักษณะโดยตรงเพียงอย่างเดียว แต่มีกลไกเชิงพฤติกรรมซ่อนอยู่ ทำให้เกิดช่องว่างในความรู้ที่ว่ากลไกใดเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงตัวแปรทั้งสองนี้เข้าด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของบริษัทไทย ในบริบทของธุรกิจกลไกหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เพื่อลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดจากโครงสร้างหนี้ คือ ผลตอบแทนของพนักงานและผู้บริหาร (ณัฐนนท์ ก้อนศิลา และลักษมี งามมีศรี, 2025) ผลตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงถูกออกแบบให้มีสัดส่วนของเงินจูงใจแบบผันแปรระยะยาว ซึ่งเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานทางการเงินและมูลค่าของบริษัท (Ahmadu Usman & Ahmad Yahaya, 2024; Nadia Mans-Kemp & Amy Swartz, 2024) การมีหนี้สินสูงจะกระตุ้นให้บริษัทต้องออกแบบผลตอบแทนที่รัดกุมยิ่งขึ้น เพื่อจูงใจให้ผู้บริหารใช้ความระมัดระวังในการบริหารงาน และมุ่งเน้นการสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น (กิตติมา สกุณี และพิธาน แสนภักดี, 2025) โดยเฉพาะการเลือกศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ในช่วงปี 2565 ถึง 2567 มีนัยสำคัญสำคัญ 3 ประการ ซึ่งถือเป็นภาวะเร่งด่วน (Urgency) ที่ส่งผลต่อการอยู่รอดของธุรกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2024) คือ (1) การฟื้นตัวหลังวิกฤตการณ์แพร่ระบาด (2) ความผันผวนของต้นทุนและการเงิน โดยภาวะดอกเบี้ยขาขึ้นในช่วงปี 2566–2567 กดดันให้บริษัทต้องแบกรับภาระหนี้ที่สูงขึ้น ส่งผลให้ความเสี่ยงทางการเงินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และ (3) การปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัลและนวัตกรรม ท่ามกลางปัจจัยกดดันเหล่านี้ ผลตอบแทนผู้บริหารจึงไม่ใช่เพียงค่าตอบแทนการทำงาน แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการดึงดูดและรักษาผู้บริหารที่มีความสามารถในการจัดการวิกฤตเพื่อเปลี่ยนทิศทางโครงสร้างทุนให้กลับมาสร้างกำไรได้อีกครั้ง จากข้อมูลสถิติของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ สิ้นปี 2566 กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด ดังนี้

ปี พ.ศ.	มูลค่า Market Cap (ล้านบาท)	หมายเหตุ / เหตุการณ์สำคัญ
2562	531,000	ช่วงก่อนวิกฤตโควิด-19 ภาคการส่งออกอาหารยังคงเติบโตคงที่
2563	482,000	ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 และการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน
2564	615,000	ภาคการส่งออกฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว (V-Shape Recovery) และความต้องการอาหารแปรรูปสูงขึ้น
2565	688,000	ปีเริ่มต้นการศึกษามีการฟื้นตัวเต็มรูปแบบและต้นทุนวัตถุดิบเริ่มผันผวน
2566	642,000	มูลค่าปรับลดลงเล็กน้อยตามสภาวะตลาด แต่ยังคงรักษาฐานมูลค่าระดับสูง
2567	628,000	มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของกลุ่ม AGRO จะมีการปรับตัวลดลงเล็กน้อยมาอยู่ที่ประมาณ

(ที่มาของข้อมูลจาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2567). ค้นเมื่อวันที่ 5 พฤจิกายน 2568 https://www.setsmart.com)

จากข้อมูลสถิติของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2567) ณ สิ้นปี 2566 กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดลดลงเล็กน้อยตามสภาวะตลาดแต่ยังคงรักษาฐานมูลค่าระดับสูง โดยปี 2567 ถือเป็นปีสิ้นสุดของขอบเขตการศึกษาซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสะท้อนภาพปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานได้อย่างครอบคลุมทั้งในสภาวะการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจปี 2565 และสภาวะวิกฤตซ้อนทับปี 2567 การศึกษานี้จึงมีความจำเป็นในการวิเคราะห์บทบาทของผลตอบแทนพนักงานและผู้บริหารในฐานะตัวแปรส่งผ่านที่เชื่อมโยงอิทธิพลของอัตราส่วนหนี้สินเข้ากับผลการดำเนินงานด้านการเงิน เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกแก่ผู้บริหารระดับสูงในการออกแบบนโยบายทางการเงินและการจ่ายผลตอบแทนอย่างบูรณาการเพื่อให้เกิดมูลค่าสูงสุดแก่กิจการ

การศึกษานี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงกลไกนี้อย่างเป็นระบบ เพื่อยืนยันบทบาทของผลตอบแทนของพนักงานและผู้บริหารในฐานะตัวแปรส่งผ่านที่เชื่อมโยงอิทธิพลของอัตราส่วนหนี้สิน (D/E และ D/A) เข้ากับผลการดำเนินงานด้านการเงินวัดด้วยอัตราการเติบโตของ ROA, ROE, และ EPS) ในบริบทเฉพาะของบริษัทจดทะเบียนไทย โดยเฉพาะการเลือกศึกษาบริษัทในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ในช่วงปี 2565 ถึง 2567 มีนัยสำคัญสำคัญ 3 ประการ ซึ่งถือเป็นภาวะเร่งด่วน (Urgency) ที่ส่งผลต่อการอยู่รอดของธุรกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567) คือ (1) การฟื้นตัวหลังวิกฤตการณ์ (2)

ความผันผวนของต้นทุนและการเงินซึ่งภาวะดอกเบี้ยขาขึ้นในช่วงปี 2566-2567 กดดันให้บริษัทต้องแบกรับภาระหนี้ที่สูงขึ้น ส่งผลให้ความเสี่ยงทางการเงินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และ (3) การปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัล ท่ามกลางปัจจัยกดดันเหล่านี้ ผลตอบแทนผู้บริหารจึงไม่ใช่เพียงค่าตอบแทนการทำงาน แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดในการดึงดูดและรักษาผู้บริหารที่มีความสามารถในการจัดการวิกฤตเพื่อเปลี่ยนทิศทางโครงสร้างทุนให้กลับมาสร้างกำไรได้อีกครั้งซึ่งจะให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าต่อผู้บริหารระดับสูงในการออกแบบนโยบายทางการเงินและการจ่ายผลตอบแทนอย่างบูรณาการ เพื่อให้เกิดมูลค่าสูงสุดแก่กิจการ วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือเพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างทางการเงินที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของพนักงานและผู้บริหารในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างทางการเงินที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหารในบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้บูรณาการทฤษฎีทางด้านการเงินและบรรษัทภิบาลเพื่ออธิบายกลไกความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ตามแนวคิดของ Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976) and Jensen, A. R. (1986, 42-88) เป็นรากฐานสำคัญในการอธิบายว่าหนี้สินสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกควบคุมวินัยทางการเงิน ซึ่งบีบให้มีการออกแบบระบบผลตอบแทนที่เหมาะสมเพื่อประสานประโยชน์ระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร ลดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกระตุ้นให้ผู้บริหารสร้างผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ แนวคิดนี้จึงเป็นที่มาของสมมติฐานที่ 1, 3 และ 4 นอกจากนี้ยังได้นำทฤษฎีลำดับขั้นในการจัดหาเงินทุนของ Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984) มาอธิบายสมมติฐานที่ 2 โดยระบุว่าการตัดสินใจเลือกแหล่งเงินทุนภายใต้ปัญหาข้อมูลที่ไม่สมมาตร เป็นเครื่องสะท้อนถึงระดับความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขององค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารได้เป็นอย่างดี

นอกจากทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยยังได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีสัญญาณ (Signaling Theory) ตามแนวคิดของ Ross, S. A. (1977) เพื่อสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 และ 4 โดยมองว่าการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงสร้างทางการเงินและการกำหนดนโยบายผลตอบแทนผู้บริหารเป็นกลไกในการส่งสัญญาณ ไปยังตลาดทุนเกี่ยวกับศักยภาพและความเชื่อมั่นในมูลค่าอนาคตของบริษัท การใช้เครื่องมือทางการเงินและระบบแรงจูงใจเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูลความแข็งแกร่งของกิจการไปยังผลการดำเนินงานและมูลค่าตลาดของบริษัทจดทะเบียน การบูรณาการทั้งสามทฤษฎีนี้ช่วยให้เห็นภาพรวมของกลไกเชิงโครงสร้างและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการเติบโตของผลการดำเนินงานในมิติต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และตอบโจทย์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ตั้งไว้ในการศึกษาครั้งนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้างทางการเงิน

โครงสร้างทางการเงิน หมายถึง กลยุทธ์สำคัญทางการเงินที่แสดงถึงสัดส่วนและรูปแบบการจัดหาแหล่งเงินทุนระยะยาวของบริษัท โดยมุ่งเน้นการผสมผสานระหว่างหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นเพื่อใช้ในการดำเนินงานและลงทุน (อัศวเทพ อากาศวิภาต และสุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2022) แหล่งเงินทุนประกอบด้วยเงินทุนภายใน เช่น กำไรสะสม และเงินทุนภายนอก เช่น การกู้ยืมและการออกจำหน่ายหลักทรัพย์ (ทิพวรรณ ฤทธิชัย และคณะ, 2024, 17-29) การกำหนดสัดส่วนเงินทุนมีผลกระทบต่อหลายมิติ ทั้งการได้รับประโยชน์ทางภาษีจากดอกเบี้ยจ่าย การลดต้นทุนเงินทุน และการเพิ่มมูลค่ากิจการ (จิราวัฒน์ แสงเป้า และคณะ, 2025, 86–107) นอกจากนี้ โครงสร้างเงินทุนยังสะท้อนสถานะทางการเงินผ่านตัวชี้วัดสำคัญ ได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (ธนาพร แก้วมา และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล, 2023, 219–229) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดสัดส่วนเงินทุน ได้แก่ ขนาดของบริษัทและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (กัลยา ตันมณี และคณะ, 2024, 137–154) โดยสรุป โครงสร้างทางการเงินเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางภาษีและความเสี่ยงทางการเงิน เพื่อนำไปสู่การจัดการกำไรและสร้างมูลค่าตลาดของกิจการในระยะยาว

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของโครงสร้างทางการเงินตามแนวทางของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (กัลยา ตันมณี และคณะ, 2024; จิราวัฒน์ แสงเป้า และคณะ, 2025; ณัฐนนท์ ก้อนศิลา และลักษมี งามมีศรี, 2025; ธัญดา กล่อมสูงเนิน และมัตธิมา กรงเต้น, 2023; นริทธิ บุญศักดิ์ และพรรณทิพย์ อย่างกลั่น, 2025; เนติภูมิ อักษรดี และจิรพงษ์ จันทร์งาม, 2025; ปวีณา แซ่จู และคณะ, 2024; ภัทรมณ สุคนธปฏิภาค, 2023; วริยา สุวภิญโญภาส และดารณี เอื้อชนะจิต, 2023; สุภัตรา ชูสังไชยกุล และคณะ, 2025; อัศวเทพ อากาศวิภาต และสุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2022) ดังนี้

1. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หมายถึง การวัดสัดส่วนของเงินทุนทั้งหมดที่บริษัทใช้ในการดำเนินงานซึ่งมาจากหนี้สิน เทียบกับเงินทุนที่มาจากส่วนของเจ้าของ (ผู้ถือหุ้น) โดยใช้ตัวเลขหนี้สินรวมหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม เป็นตัวชี้วัดหลักในการประเมิน ความเสี่ยงทางการเงิน ของกิจการ หากค่า D/E สูง แสดงว่าบริษัทพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมสูงกว่าเงินทุนของตนเอง ซึ่งอาจบ่งชี้ถึงความสามารถในการชำระหนี้ในอนาคตที่สูงขึ้น และทำให้เจ้าหนี้หรือนักลงทุนพิจารณาว่าบริษัทมีความเสี่ยงที่สูงขึ้นตามไปด้วย

2. อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ หมายถึง การวัดสัดส่วนของสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัทที่ถูกจัดหามาด้วยการก่อหนี้ โดยใช้ตัวเลขหนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์รวมทั้งหมดของกิจการ เป็นตัวชี้วัดที่แสดงให้เห็นว่าเจ้าหนี้มีสิทธิ์เรียกร้องในสินทรัพย์ของบริษัทเป็นสัดส่วนเท่าใดเมื่อเทียบกับมูลค่าสินทรัพย์ทั้งหมด หากค่า D/A สูง แสดงว่าสินทรัพย์ส่วนใหญ่ของบริษัทถูกจัดหามาด้วยการกู้ยืมและเป็นภาระหนี้สิน ซึ่งเป็นการแสดงระดับความเสี่ยงที่บริษัทอาจเผชิญ หากมีปัญหาในการดำเนินงานและต้องมีการชำระบัญชี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลตอบแทนของผู้บริหาร

ผลตอบแทนของผู้บริหาร เป็นกลไกสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์และบรรษัทภิบาล โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูด รักษา และสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

ผลตอบแทนครอบคลุมทั้งค่าตอบแทนโดยตรง เช่น เงินเดือน โบนัส ค่าคอมมิชชั่น และค่าล่วงเวลา รวมถึงค่าตอบแทนทางอ้อมหรือสวัสดิการ เช่น ประกันสุขภาพ วันลาพักร้อน และประกันสังคม (Zhalfa Putri Elisa et al., 2022; Abdul Rachman, 2024; Isaac Ampong, 2024) สำหรับการบริหารจัดการพนักงานทั่วไป แนวคิดมักอิงทฤษฎีแรงจูงใจและความเป็นธรรมเพื่อให้มั่นใจว่าค่าตอบแทนสามารถจูงใจให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ผลตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงจะให้ความสำคัญกับทฤษฎีตัวแทน โดยมีการออกแบบโครงสร้างผลตอบแทนที่ผสมผสานระหว่างค่าตอบแทนคงที่และค่าตอบแทนผันแปรทั้งระยะสั้นและระยะยาว เช่น หุ้นและสิทธิซื้อหุ้น เพื่อเชื่อมโยงค่าตอบแทนเข้ากับผลการดำเนินงานทางการเงินและมูลค่าของบริษัทในระยะยาว การออกแบบในลักษณะนี้ช่วยลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้น ตลอดจนส่งเสริมการตัดสินใจที่รอบคอบและมีความรับผิดชอบต่อองค์กร (จินตนา โสมโสดา และคณะ, 2025; ณัฐนนท์ ก้อนศิลา และลักษมี งามมีศรี, 2025; Mans-Kemp & Swartz, 2024)

ดังนั้น การกำหนดโครงสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างแรงจูงใจ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสร้างความยั่งยืนให้แก่กิจการ ตลอดจนสนับสนุนการสร้างมูลค่าและผลตอบแทนที่สูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว (กิตติมา สกุณี และพิธาน แสนภักดี, 2025; พจนารถ ฤทธิเดช และคณะ, 2021)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน

ผลการดำเนินงานด้านการเงิน เป็นแนวคิดที่เน้นการประเมินความสำเร็จของกิจการในการใช้และบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงิน โดยมีเป้าหมายสูงสุดในการสร้างความมั่งคั่งให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว ลักษณะสำคัญของผลการดำเนินงานด้านการเงินคือเป็นแนวคิดหลายมิติที่ไม่สามารถวัดได้ด้วยตัวชี้วัดเพียงตัวเดียว การประเมินจึงมักอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลจากงบการเงินประจำปีและใช้ตัวชี้วัดทางการเงินเป็นเครื่องมือหลัก (รัตนา ศรีนวล และคณะ, 2020; ทิพวรรณ ฤทธิชัย และคณะ, 2024; ภณิตา จามิตร และคณะ, 2024)

ตัวชี้วัดสำคัญครอบคลุมหลายด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถในการทำกำไร (เช่น ผลตอบแทนจากสินทรัพย์: ROA, ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น: ROE และอัตรากำไรสุทธิ: Net Profit Margin) ด้านการตลาดและการเติบโต (เช่น ยอดขาย ต้นทุน กำไร และส่วนแบ่งตลาด) และด้านมูลค่าตลาด (เช่น Tobin's Q) การวัดผลในหลายมิตินี้ช่วยสะท้อนประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และช่วยให้องค์กรสามารถปรับปรุงคุณภาพการปฏิบัติงาน ลดต้นทุน และสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนต่อผู้ถือหุ้นและบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิผล (ทิพวรรณ ฤทธิชัย และคณะ, 2024; ประภัสสร กาญจนประโชติ และคณะ, 2017; Lin, 2012)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของผลการดำเนินงานด้านการเงินโดยมุ่งเน้นที่อัตราการเติบโต เพื่อสะท้อนถึงพัฒนาการและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ตามแนวทางของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (จิราวัฒน์ แสงเป้า และคณะ, 2025; ทิพวรรณ ฤทธิชัย และคณะ, 2024; ภณิตา จามิตร และคณะ, 2024; รัตนา ศรีนวล และคณะ, 2020; อริสา นพวงศ์ ณ

อยุธยา และคณะ, 2025; อัศวเทพ อากาศวิภาต และสุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2022; อุราภรณ์ รักมิตร และคณะ , 2023) มีองค์ประกอบดังนี้

1. อัตราการโตของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets Growth Rate) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ของกิจการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนว่าบริษัทมีความสามารถในการ สร้างกำไรสุทธิจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ได้เติบโตขึ้นหรือลดลง อย่างไรเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (หรือช่วงเวลาก่อนหน้า) อัตราส่วนนี้ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพของผู้บริหารในการใช้สินทรัพย์ของบริษัทเพื่อสร้างผลกำไรให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. อัตราการโตของผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity Growth Rate) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ของกิจการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนว่าบริษัทมีความสามารถในการ สร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้เติบโตขึ้นหรือลดลง อย่างไรเมื่อเทียบกับช่วงเวลาก่อนหน้า อัตราส่วนนี้มีความสำคัญต่อนักลงทุนโดยตรง เนื่องจากแสดงถึงความสามารถในการเพิ่มผลตอบแทนของเงินทุนที่ผู้ถือหุ้นลงทุนไป

3. อัตราการโตของกำไรต่อหุ้น (Earnings Per Share Growth Rate) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของกำไรต่อหุ้น (EPS) ของกิจการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่สุดที่สะท้อนให้เห็นถึง การเติบโตของผลกำไรที่ตกเป็นของผู้ถือหุ้นแต่ละราย เมื่อเทียบกับช่วงเวลาก่อนหน้า โดยกำไรต่อหุ้นที่เติบโตสูงอย่างต่อเนื่องมักเป็นสัญญาณที่ดีต่อราคาหลักทรัพย์และผลตอบแทนของพนักงานและผู้บริหารในอนาคต

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างการเงินมีผลต่อผลตอบแทนของผู้บริหาร

ผลตอบแทนของพนักงานและผู้บริหารถือเป็นระบบรางวัลรวมที่องค์กรจัดสรรเพื่อแลกเปลี่ยนกับความสามารถ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงาน โดยประกอบด้วยทั้งค่าตอบแทนทางตรง เช่น เงินเดือน โบนัส ค่าคอมมิชชั่น และค่าตอบแทนทางอ้อมหรือสวัสดิการ เช่น ประกันสุขภาพ การเลื่อนตำแหน่ง และวันลาพักร้อน (Ahmat Tatoya et al., 2025; Isaac Ampong, 2024) เป้าหมายหลักของระบบผลตอบแทนคือการดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (Abdul Rachman, 2024; Madan Kumar Luitel & Krishna Humagain, 2025)

สำหรับผู้บริหารระดับสูง ผลตอบแทนถูกจัดเป็นกลไกสำคัญในการกำกับดูแลกิจการตามทฤษฎีตัวแทน (จินตนา โสมโสดา และคณะ, 2025, 197–219) โดยระบบค่าตอบแทนมักถูกออกแบบให้มีสัดส่วนของเงินจูงใจแบบผันแปรที่ผูกโยงกับผลการดำเนินงานทางการเงินและการเติบโตของมูลค่ากิจการในระยะยาว (Ahmadu Usman & Ahmad Yahaya, 2024; Mans-Kemp & Swartz, 2024) การกำหนดโครงสร้างทางการเงินที่ประกอบด้วยภาระหนี้สิน จะทำหน้าที่เป็นกลไกควบคุมวินัยทางการเงินที่กดดันให้คณะกรรมการต้องออกแบบนโยบายผลตอบแทนที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริหารมีความรับผิดชอบและตระหนักถึงบทบาทของตนในการบริหารจัดการอย่างรอบคอบภายใต้ข้อจำกัดด้านกระแสเงินสด เพื่อสร้างมูลค่าอย่าง

ยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น (กิตติมา สกุณี และพิธาน แสนภักดี, 2025; ณัฐนนท์ ก้อนศิลา และลักษมี งามมีศรี, 2025) จากความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 โครงสร้างการเงินมีผลต่อผลตอบแทนของพนักงานและผู้บริหาร

ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางการเงินมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน

ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางการเงินและผลการดำเนินงานทางการเงินมีความซับซ้อนและแปรผันตามบริบทขององค์กร โดยมีพื้นฐานสำคัญจากทฤษฎีต้นทุนตัวแทน และทฤษฎีสัญญาณ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการมีระดับหนี้สินที่เหมาะสมจะช่วยสร้างระเบียบวินัยในการบริหารจัดการ ลดปัญหาการใช้จ่ายเงินสดส่วนเกินอย่างไร้ประสิทธิภาพ และใช้ประโยชน์จากสิทธิประโยชน์ทางภาษี เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพโดยรวมของบริษัท (Jensen, 1986; Rittberger, 2024) อย่างไรก็ตาม หากบริษัทมีภาระหนี้สินสูงเกินขีดความสามารถ โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารที่มีความผันผวนของวงจรธุรกิจและราคาวัตถุดิบสูง หนี้สินอาจกลับกลายเป็นภาระต้นทุนทางการเงินที่บั่นทอนความสามารถในการทำกำไรและเพิ่มความเสี่ยงต่อการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ (Lin, 2012, 55–74)

นอกจากนี้ โครงสร้างทางการเงินยังทำหน้าที่เป็นกลไกการกำกับดูแลที่เชื่อมโยงกับพฤติกรรมของผู้บริหาร ซึ่งหากมีการจัดสรรผลตอบแทนที่จูงใจอย่างเหมาะสมภายใต้โครงสร้างทุนที่สมดุล จะช่วยผลักดันให้ผลการดำเนินงานทางการเงินเติบโตได้อย่างยั่งยืนและลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ภายในองค์กร (Core et al., 1999) จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 2 โครงสร้างทางการเงินมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน

ความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนของผู้บริหารมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน

ระบบผลตอบแทนที่มีประสิทธิภาพทั้งในรูปของตัวเงินและสวัสดิการอื่น ๆ ถือเป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ ตลอดจนสร้างแรงจูงใจให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (Ampong, 2024; Luitel, M. K., & Humagain, K., 2025; Rachman, 2024) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับบริหาร การออกแบบโครงสร้างผลตอบแทนที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายระยะยาวไม่เพียงแต่ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่แม่นยำ แต่ยังส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อตัวชี้วัดความสำเร็จทางการเงินและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการอย่างยั่งยืน (Mans-Kemp & Swartz, 2024; Usman & Yahaya, 2024)

ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการผลตอบแทนที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทขององค์กรเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของบริษัทให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผ่านการลดปัญหาตัวแทนและการประสานประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้น จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ผลตอบแทนของพนักงานและผู้บริหารมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน

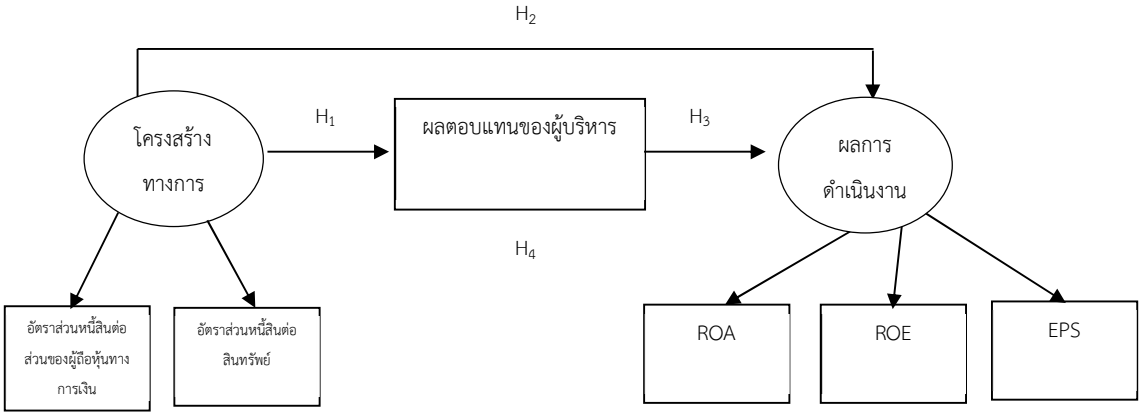
ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างการเงินมีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหาร

โครงสร้างทางการเงินไม่ได้ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินเพียงทางตรงเท่านั้น แต่ยังส่งผลผ่านกลไกการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการสร้างแรงจูงใจของผู้บริหาร (Jensen, 1986; Zhalfa Putri Elisa et al., 2022) โดยการมีภาระหนี้สินในระดับที่เหมาะสมจะทำหน้าที่เป็นกลไกควบคุมวินัยทางการเงินและกระตุ้นให้องค์กรออกแบบระบบผลตอบแทนที่เน้นเงินจูงใจระยะยาว เพื่อผลักดันให้ผู้บริหารบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างรอบคอบและมุ่งเน้นการสร้างกำไรเพื่อชำระคืนภาระหนี้สินและดอกเบี้ย

นอกจากนี้ ผลตอบแทนที่จัดสรรอย่างมีประสิทธิภาพยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ ซึ่งช่วยยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานในภาพรวมและนำไปสู่การบรรลุผลตอบแทนทางการเงินที่เป็นเลิศและยั่งยืน (พจนารถ ฤทธิเดช และคณะ, 2021; Luitel, M. K., & Humagain, K., 2025) ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างนี้สะท้อนว่าผลตอบแทนผู้บริหารทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการส่งผ่านอิทธิพลที่เชื่อมโยงระหว่างการตัดสินใจจัดหาเงินทุนไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 4 โครงสร้างการเงินมีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหาร

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมดเก็บข้อมูลแบบพลาแนลดาต้า (Panel Data) ระเวลาตั้งแต่ ปี 2565 – 2567 ข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทั้งสิ้น 83 บริษัท ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	2565	2566	2567	รวม
จำนวนกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	83	83	83	**249**
จำนวนที่มีข้อมูลครบถ้วนตามตัวแปรที่ต้องการศึกษา	34	56	62	**152**
จำนวนที่ข้อมูลครบไม่สมบูรณ์ตามตัวแปรที่ต้องการศึกษา	49	27	21	**97**
รวม	**83**	**83**	**83**	**249**

ผู้วิจัยรวบรวม ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ งบการเงินประจำปี และ มูลค่าหลักทรัพย์ทางการตลาด (MVE) จากเว็บไซต์ www.setsmart.com และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และ รายงานประจำปี จากเว็บไซต์ www.set.or.th โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกและขอบเขตการศึกษา คือ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากบริษัทที่มีข้อมูลทางการเงินที่ ครบถ้วนสมบูรณ์ และมีรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม เพื่อควบคุมความแตกต่างทางด้านเวลา และเพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับสามารถนำมาใช้ในการเปรียบเทียบกันได้ ดังนั้นการศึกษานี้จึงมีบริษัทที่ใช้ทดสอบทั้งหมด 83 บริษัท โดยใช้ข้อมูลทางการเงินระหว่างปี 2565 ถึง 2567

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากเว็บไซต์ www.setsmart.com, www.set.or.th, และ www.sec.or.th ซึ่งเป็นข้อมูล แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และ รายงานประจำปี จะดำเนินการด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ทดสอบความสัมพันธ์โครงสร้างระหว่างตัวแปรหลัก 3 ส่วนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตารางที่ 2 การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	นิยามและการวัดค่าตัวแปร	แหล่งข้อมูล
1. โครงสร้างทางการเงิน (Financial Structure)	**ตัวแปรแฝงที่วัดจาก**	SETSMART
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	อัตราส่วนระหว่างหนี้สินรวม หารด้วย ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	อัตราส่วนระหว่างหนี้สินรวม หารด้วย สินทรัพย์รวมทั้งหมด	

ตารางที่ 2 การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

2. ผลตอบแทนของผู้บริหาร (Executive Compensation)	**ตัวแปรแฝงที่วัดจาก**	**56-1 One Report**
ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินรวม	ค่าลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm: Ln) ของมูลค่ารวมของเงินเดือน โบนัส และค่าตอบแทนอื่นที่เป็นตัวเงินที่จ่ายให้แก่ผู้บริหารระดับสูง เพื่อลดความเบี่ยงเบนของข้อมูล (Skewness)	
3. ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance)	**ตัวแปรแฝงที่วัดจาก**	**SETSMART**
อัตราการเติบโตของ ROA	(ROA ปีปัจจุบัน - ROA ปีก่อนหน้า) / ROA ปีก่อนหน้า	
อัตราการเติบโตของ ROE	(ROE ปีปัจจุบัน - ROE ปีก่อนหน้า) / ROE ปีก่อนหน้า	
อัตราการเติบโตของกำไรต่อหุ้น	(EPS ปีปัจจุบัน - EPS ปีก่อนหน้า) / EPS ปีก่อนหน้า	

จากตารางข้างต้น ผู้วิจัยกำหนดให้ **ผลตอบแทนของผู้บริหาร (EC)** เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variable) โดยทำการรวบรวมข้อมูลค่าตอบแทนรวมที่ปรากฏในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1 One Report) และปรับค่าให้อยู่ในรูปลอการิทึมธรรมชาติเพื่อให้ข้อมูลมีคุณสมบัติการแจกแจงแบบปกติ (Normality)

นอกจากนี้ ก่อนการวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติประกอบด้วย 1) การตรวจสอบและจัดการค่าผิดปกติ (Outliers) 2) การทดสอบความเป็นปกติหลายตัวแปร (Multivariate Normality) 3) การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรวัดต้องไม่เกิน 0.85 และ 4) การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเพื่อให้ปราศจากค่าสูญหาย (Missing Data) ซึ่งผลการตรวจสอบพบว่าข้อมูลมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อตกลงเบื้องต้นทุกประการ

การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) โดยใช้โปรแกรม AMOS เป็นการตรวจสอบว่าโมเดลการวัดตัวแปรแฝงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่าโมเดลการวัดมีความตรงตัวแปรแฝงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดล ดังผลการวิเคราะห์ที่แสดงด้วยค่าสถิติและโมเดลจำลองการวัดตัวแปรแฝงแต่ละตัวโดยมีเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล พลกฤต รักจุล (2022)

ลำดับ	ค่าดัชนี	เกณฑ์	การพิจารณา
1	ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square: χ^2)	P > .05	ค่า P มีค่ามากกว่า 0.05 จะแสดงว่าโมเดลมีความเหมาะสม (Goodness of Fit) และสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2	ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df)	$\leq$ 3	ค่า CMIN/dfต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ3 และถ้าค่า CMIN/dfยิ่งมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไหร่ แสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น
3	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)	> 0.90	ค่าดัชนี GFI ต้องมากกว่า 0.90 และถ้าค่า GFI ยิ่งมีค่าใกล้ 1 มากเท่าไหร่แสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น
4	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI)	> 0.90	ค่าดัชนี AGFI ต้องมากกว่า 0.90 และถ้าค่า AGFI ยิ่งมีค่าใกล้ 1 มากเท่าไหร่แสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น
5	ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	< 0.05	ค่าดัชนี RMSEA จะต้องมีค่าต่ำกว่า 0.05 ถ้าค่าดัชนี RMSEA ยิ่งมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไหร่แสดงว่าโมเดลนั้นมีค่าความคลาดเคลื่อนยิ่งน้อย โมเดลจึงมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น
6	ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI)	>0.90-0.95	ค่า CFI อยู่ระหว่าง 0 และ 1 และหาค่า CFI มีค่าดัชนี > 0.90 เป็นระดับที่โมเดลอาจถูกยอมรับ

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable)

FS แทน โครงสร้างการเงิน

ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable)

EC แทน ผลตอบแทนผู้บริหาร

OPR แทน ผลการดำเนินงาน

ตัวแปรสังเกตได้ภายนอก (Exogenous Observed Variable)

DE แทน อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นทางการเงิน

DA แทน อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์

ตัวแปรสังเกตได้ภายใน (Endogenous Observed Variable)

ROA แทน ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

ROE แทน ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

EPS แทน อัตรากำไรต่อหุ้น

ผลการวิจัย (Results)

ผลการวิเคราะห์การแจกแจงข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์นี้เป็นการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ แต่ละตัวว่ามีการแจกแจงปกติ ซึ่งเป็นข้อตกลงเบื้องต้นก่อนใช้กำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (SEM) ด้วยวิธีการ Maximum Liklihood ด้วย โปรแกรม AMOS การตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้ โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตได้ ของตัวแปรแฝง จำนวน 2 องค์ประกอบ คือ โครงสร้างการเงิน (FS) และผลการดำเนินงาน (OPR) ส่วนตัวแปรผลตอบแทนผู้บริหาร (EC) ไม่มีตัวแปรสังเกตได้ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าสถิติพรรณนาลักษณะของตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปร	n	$\overline{X}$	S.D.	MIN	MAX
FS					
DE	152	0.81	0.69	0.00	3.68
DA	152	0.38	0.18	0.00	0.79
EC	152	47,700,772.33	49,959,749.23	3,322,775.00	253,700,568.00
OPR					
ROA	152	10.02	9.60	-29.29	42.85
ROE	152	11.09	18.50	-138.42	51.61
EPS	152	0.53	2.81	-31.00	7.78

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ของแต่ละตัวแปรดังต่อไปนี้

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นทางการเงิน (DE) มีค่าเฉลี่ยของข้อมูล เท่ากับ 0.81 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.69 อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (DA) มีค่าเฉลี่ยของข้อมูล เท่ากับ 0.38 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.18 ผลตอบแทนผู้บริหาร (EC) มีค่าเฉลี่ยของข้อมูล เท่ากับ 47,700,772.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 49,959,749.23 ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) มีค่าเฉลี่ยของข้อมูล เท่ากับ 10.02 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 9.60 ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าเฉลี่ยของข้อมูล

เท่ากับ 11.09 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 18.50 อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) มีค่าเฉลี่ยของข้อมูล เท่ากับ 0.53 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 2.81

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเพราะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างตัวแปรแฝงข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญของการวิเคราะห์องค์ประกอบ คือ ตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กัน ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ทำให้ได้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ เพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง เนื่องจากข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญของการวิเคราะห์องค์ประกอบ คือ ตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กัน เพื่อวัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์องค์ประกอบในการรวมกลุ่มของตัวแปรที่สัมพันธ์กัน ซึ่งการตรวจสอบว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากหรือไม่นั้น ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติทดสอบ 2 ค่า คือ Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) และสถิติ Bartlett's test of sphericity เพื่อทดสอบว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) หรือไม่ (สุภมาส อังศุโชติ และคณะ, 2554) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้

	DE	DA	EC	ROA	ROE	EPS
DE	1					
DA	0.726**	1				
EC	0.270**	0.300**	1			
ROA	-0.313**	-0.343**	0.009	1		
ROE	-0.174*	-0.188*	0.036	0.763**	1	
EPS	-0.139	-0.139	0.081	0.215**	0.237**	1
Bartlett's test of sphericity Chi-Square = 546.329, df = 15, p = 0.000, KMO = 0.568						

หมายเหตุ ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 6 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน จำนวน 6 คู่ มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.215 ถึง 0.763 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม จำนวน 4 คู่ มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง -0.174 ถึง -0.343 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนที่เหลืออีก 5 คู่ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต้องมีค่าไม่เกิน 0.80 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรที่ศึกษาไม่ มีปัญหาในเรื่องความสัมพันธ์สูงเกินไป (Multicollinearity) (Williams, G. et al , 2010; Rubin, K. S., 2012) รวมทั้งการทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรเหล่านี้ด้วยค่า KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) และค่า Bartlett's test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวแปร พบว่า ค่า KMO ที่ได้คือ 0.568 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบปานกลาง และค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ (Bartlett's Test = 546.329, df = 15, Sig = 0.000) ดังนั้น ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุจึงมีความ

เหมาะสมที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลการวัดและโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้น (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006)

ผลการวิเคราะห์โครงสร้างทางการเงินที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหารในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ได้โมเดลที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และได้ค่าสถิติตามเกณฑ์ที่กำหนด ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโครงสร้างทางการเงินที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหารในบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

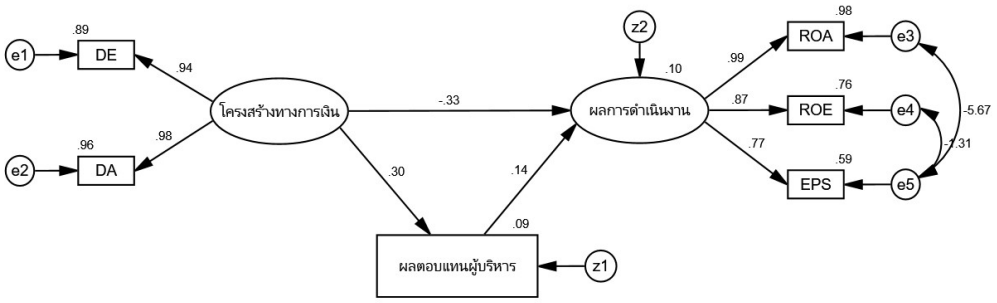
สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	**เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา**	**ค่าที่คำนวณได้**	**ผลการพิจารณา**
Chi-Square (χ^2)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	8.44	-
df	-	7	-
p-value	p > 0.05	0.29	ผ่านเกณฑ์
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	1.21	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	0.98	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.90	0.95	ผ่านเกณฑ์
CFI	$\geq$ 0.90	1.00	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.04	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 6 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโครงสร้างทางการเงินที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหารในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากสถิติที่ใช้ตรวจสอบ ความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่า Chi-Square (χ^2) เท่ากับ 8.44 ค่าองศาอิสระ(df) เท่ากับ 7 ค่า p-value เท่ากับ 0.29 มีค่ามากกว่า 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.21 มีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนี GFI เท่ากับ 0.98 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี AGFI เท่ากับ 0.95 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี CFI เท่ากับ 1.00 มีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนี RMSEA เท่ากับ 0.04 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ค่าสถิติที่สำคัญทุกดัชนีผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ สรุปได้ว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 2

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026



Chi-square = 8.443, df = 7, P-value = .295, Chi-square/df = 1.206,
GFI = .982, AGFI = .947, CFI = .997, RMSEA = .037

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างทางการเงินที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหารในบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลในโมเดลโครงสร้างทางการเงินที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหารในบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

ตัวแปรผล	R^2	อิทธิพล	ตัวแปรเชิงสาเหตุ	
			โครงสร้างการเงิน (FS)	ผลตอบแทนผู้บริหาร (EC)
ผลตอบแทนผู้บริหาร (EC)	0.09	ทางตรง (DE)	0.30**	-
		ทางอ้อม (IE)		-
		โดยรวม (TE)	0.30**	-
ผลการดำเนินงาน (OPR)	0.10	ทางตรง (DE)	-0.33**	0.14*
		ทางอ้อม (IE)	0.11*	-
		โดยรวม (TE)	-0.22**	0.14*

หมายเหตุ ** หมายถึง p < 0.01, * หมายถึง p < 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า โครงสร้างการเงิน (FS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อผลการดำเนินงาน (OPR) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ -0.33 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบว่า โครงสร้างการเงิน (FS) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (OPR) โดยผ่านผลตอบแทนผู้บริหาร (EC) มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.11 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.22 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โครงสร้างการเงิน (FS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลตอบแทนผู้บริหาร (EC) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.30 และมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลตอบแทนผู้บริหาร (EC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (OPR) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.14 และมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.14 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R2) ของสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายใน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R2) ของผลตอบแทนผู้บริหาร (EC) มีค่าเท่ากับ 0.09 หรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลตอบแทนผู้บริหาร (EC) ได้ร้อยละ 9

ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R2) ของผลการดำเนินงาน (OPR) มีค่าเท่ากับ 0.10 หรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงาน (OPR) ได้ร้อยละ 10

ตารางที่ 8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R^2	เมทริกซ์ สปส.คะแนนองค์ประกอบ
	β	SE	t		
FS					
DE	0.94	-	-	0.89	0.22
DA	0.98	0.01	29.60**	0.96	2.78
OPR					
ROA	0.99	-	-	0.98	0.98
ROE	0.87	0.08	20.92**	0.76	-0.05
EPS	0.77	0.03	8.97**	0.59	2.03

หมายเหตุ ** หมายถึง $p < 0.01$

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า มีค่าเป็นบวกทั้งหมดมีขนาดตั้งแต่ 0.77 ถึง 0.99 และแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากที่สุด คือ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) น้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.99 ส่วนตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานน้อยที่สุด คือ อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) น้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.77 ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ทุกค่า (R2) ซึ่งบอกค่าความแปรปรวนร่วมของตัวแปรสังเกตได้ มีค่าตั้งแต่ 0.59 - 0.98 เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (β) เป็นรายองค์ประกอบ พบว่า

(1) องค์ประกอบโครงสร้างการเงิน (FS) ตัวแปรที่มีน้ำหนักสำคัญมากที่สุด คือ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (DA) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.98 มีความแปรผันร่วมกันกับองค์ประกอบโครงสร้างการเงิน ร้อยละ 96 รองลงมาคือ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นทางการเงิน (DE) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.94 มีความแปรผันร่วมกันกับองค์ประกอบโครงสร้างการเงิน ร้อยละ 89

(2) องค์ประกอบผลการดำเนินงาน (OPR) ตัวแปรที่มีน้ำหนักสำคัญมากที่สุด คือ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.99 มีความแปรผันร่วมกันกับองค์ประกอบผลการดำเนินงาน ร้อยละ 98 รองลงมาคือ ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.87 มีความแปรผันร่วมกันกับองค์ประกอบผลการดำเนินงาน ร้อยละ 76 และอัตรากำไรต่อ

หุ้น (EPS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.77 มีความแปรผันร่วมกันกับองค์ประกอบผลการดำเนินงาน ร้อยละ 59

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแปรผลตอบแทนผู้บริหาร (0.09) และผลการดำเนินงาน (0.10) แม้จะมีค่าไม่สูงนัก แต่ถือเป็นลักษณะปกติของงานวิจัยในสาขาการเงินและมานุษยวิทยาที่ศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์จากตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งมีปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยากจำนวนมาก เช่น ภาวะเศรษฐกิจโลก นโยบายรัฐบาล และความผันผวนของราคาวัตถุดิบในกลุ่มเกษตรฯ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่า Model Fit ที่ผ่านเกณฑ์ดีเยี่ยมและนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (β) ย่อมยืนยันได้ว่าตัวแปรอิสระที่เลือกมาศึกษามีอำนาจในการอธิบายกลไกความสัมพันธ์ได้อย่างมีนัยสำคัญ แม้จะไม่ใช่ปัจจัยทั้งหมดที่กำหนดความแปรปรวนของตัวแปรตามก็ตาม

ตารางที่ 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 โครงสร้างการเงินมีผลต่อผลตอบแทนของผู้บริหาร	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 โครงสร้างทางการเงินมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ผลตอบแทนของผู้บริหารมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 โครงสร้างการเงินมีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านผลตอบแทนของผู้บริหาร	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสมมติฐานที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างทางการเงิน (FS) ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน (OPR) โดยมีผลตอบแทนผู้บริหาร (EC) เป็นตัวแกลาง (Mediator) ในบริษัทจดทะเบียนกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 152 ข้อมูล ผลการวิเคราะห์ยืนยันว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์มาตรฐานทุกประการ ผลการวิเคราะห์ระบุดังนี้ ได้แก่ ค่า Chi-Square (χ^2) เท่ากับ 8.44 ค่าองศาอิสระ(df) เท่ากับ 7 ค่า p-value เท่ากับ 0.29 มีค่ามากกว่า 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.21 มีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนี GFI เท่ากับ 0.98 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี AGFI เท่ากับ 0.95 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี CFI เท่ากับ 1.00 มีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนี RMSEA เท่ากับ 0.04 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์ระบุดังนี้

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงพบว่า โครงสร้างการเงินมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อผลการดำเนินงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ –0.33 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสะท้อนว่าบริษัทที่มีโครงสร้างหนี้

ในระดับสูงย่อมเผชิญกับต้นทุนทางการเงินที่กดทับผลการดำเนินงานโดยตรง เมื่อพิจารณาในบริบทเฉพาะของกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร พบว่าภาคเกษตรต้องเผชิญกับความท้าทายจากปรากฏการณ์เอลนีโญและความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกอย่างรุนแรง บริษัทที่มีภาระหนี้สูงจึงมีความเปราะบางต่ออัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวสูงขึ้นและต้นทุนวัตถุดิบที่ไม่แน่นอน อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบที่สำคัญคือในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรไทย ภาระหนี้สินไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่เป็นกลไกคุมวินัย เพื่อลดปัญหาตัวแทนตามทฤษฎีต้นทุนตัวแทนของ Jensen (1986, 323–329) เท่านั้น แต่กลับเป็นภาระต้นทุนและความตึงเครียดทางการเงินที่รุนแรงกว่าอุตสาหกรรมอื่น เนื่องจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบและวงจรรายได้ที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางธรรมชาติที่ไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้ภาระหนี้สินในบริบทนี้ทำหน้าที่เป็นข้อจำกัดทางการเงินที่ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อกำไรและความสามารถในการเติบโตของกิจการอย่างมีนัยสำคัญยิ่งกว่าผลประโยชน์จากการลดต้นทุนตัวแทนของกระแสเงินสดอิสระตามทฤษฎีดั้งเดิม

ผลการวิเคราะห์พบว่า โครงสร้างการเงินมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลตอบแทนผู้บริหารโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางตรงเท่ากับ 0.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สะท้อนให้เห็นว่าท่ามกลางวิกฤตความมั่นคงทางอาหารและความผันผวนของห่วงโซ่อุปทาน บริษัทจดทะเบียนในกลุ่ม AGRO ได้ใช้ระบบผลตอบแทนเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์เพื่อดึงดูดและสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริหารต้องใช้ทักษะในการตัดสินใจที่ซับซ้อนขึ้น กล่าวคือ เมื่อบริษัทมีความเสี่ยงทางการเงินจากภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น คณะกรรมการบริษัทมักกำหนดค่าตอบแทนที่จูงใจสูงขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริหารทุ่มเทในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านวัตถุดิบและรักษาเสถียรภาพการผลิต ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นนี้จึงทำหน้าที่เป็นกลไกส่งผ่านอิทธิพล (Mediator) ที่ช่วยบรรเทาผลกระทบเชิงลบจากโครงสร้างหนี้ โดยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบเชิงโต้แย้งกับงานวิจัยของ Core, Holthausen, and Larcker (1999, 371–406) ที่ระบุว่าโครงสร้างบรรษัทภิบาลที่อ่อนแอนำไปสู่ปัญหาตัวแทนโดยแสดงออกผ่านค่าตอบแทน CEO ที่สูงเกินความจำเป็นและส่งผลลบต่อผลการดำเนินงานในอนาคตนั้น ผู้วิจัยพบข้อค้นพบที่แตกต่างออกไปในบริบทของกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารของไทย โดยพบว่าในช่วงปี 2565-2567 การเพิ่มขึ้นของผลตอบแทนผู้บริหารไม่ได้มีสาเหตุมาจากความหย่อนยานของระบบกำกับดูแล แต่ถูกใช้เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในสภาวะวิกฤตซ้อนวิกฤต ซึ่งส่งผลทางบวกต่อผลการดำเนินงานในภายหลัง ข้อค้นพบนี้จึงเป็นการขยายขอบเขตของทฤษฎีตัวแทนในบริบทตลาดเกิดใหม่ว่า การปรับเพิ่มค่าตอบแทนภายใต้โครงสร้างทุนที่มีความเสี่ยงสูง สามารถกระทำได้เพื่อปรับจูงพฤติกรรมผู้บริหารให้สอดคล้องกับผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นในสภาวะการณ์ที่ไม่ปกติ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผลตอบแทนผู้บริหารมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานโดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.14 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำว่าสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริหารเป็นกลไกสำคัญที่ต้องดำเนินควบคู่ไปกับการบริหารโครงสร้างทางการเงินที่ยืดหยุ่นและการสร้างนวัตกรรม เพื่อรับมือกับปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยากและสร้างความยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งผลลัพธ์นี้สอดคล้องและช่วยยืนยันงานวิจัยของ Hall and Liebman

(1998, 653–691) ที่ท้าทายความเชื่อเดิมในอดีต โดยชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานและค่าตอบแทนผู้บริหารนั้นมีความแข็งแกร่งสูง เมื่อระบบค่าตอบแทนถูกออกแบบมาเพื่อสร้างความอ่อนไหวต่อผลประกอบการซึ่งช่วยปรับจูงให้พฤติกรรมของผู้บริหารสอดคล้องกับผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นได้จริง นอกจากนี้ ในประเด็นของค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ที่ปรากฏในระดับร้อยละ 9-10 นั้น ผู้วิจัยอภิปรายว่าเป็นลักษณะเฉพาะของงานวิจัยที่ใช้ข้อมูลอัตราการเติบโต ในอุตสาหกรรมที่มีความผันผวนจากปัจจัยภายนอกสูง เช่น นโยบายภาครัฐและวิกฤตภูมิอากาศที่กระทบต่อภาคเกษตรกรรมโดยตรง อย่างไรก็ตาม การที่โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีเยี่ยมและตัวแปรอิสระมีนัยสำคัญทางสถิติทุกเส้นทางย่อมเป็นเครื่องยืนยันว่าโครงสร้างทางการเงินและผลตอบแทนผู้บริหารเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีนัยสำคัญในการกำหนดทิศทางผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนไทยได้อย่างน่าเชื่อถือ

สรุป (Conclusion)

ผลการวิจัยเชิงประจักษ์ยืนยันถึงความสำคัญของผลตอบแทนผู้บริหาร ในฐานะกลไกที่ส่งผ่านอิทธิพลระหว่างโครงสร้างทางการเงินและผลการดำเนินงาน โดยเฉพาะในบริบทของกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารที่มีความผันผวนสูงจากปัจจัยราคาวัตถุดิบและนโยบายความมั่นคงทางอาหาร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการมีภาระหนี้สินในระดับที่เหมาะสมเพียงอย่างเดียวไม่สามารถรับประกันความสำเร็จทางการเงินได้ หากขาดระบบการบริหารจัดการแรงจูงใจที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (SET) คือ การปรับเปลี่ยนบรรทัดฐานการคัดเลือกหุ้นกลุ่มเกษตรฯ จากการวิเคราะห์ตัวเลขงบการเงินแบบดั้งเดิมไปสู่การวิเคราะห์เชิงคุณภาพผ่านโครงสร้างผลตอบแทนผู้บริหาร ในแบบ 56-1 One Report เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างผลประโยชน์ของผู้บริหารและผู้ถือหุ้น โดยบริษัทที่จัดสรรผลตอบแทนจูงใจระยะยาวสอดคล้องกับระดับความเสี่ยงของโครงสร้างทุน จะเป็นสัญญาณเชิงบวกที่บ่งบอกถึงธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหนือกว่าคู่แข่ง ในทางกลับกันหากนักลงทุนพบสภาวะความไม่สมดุลระหว่างภาระหนี้ที่สูงกับค่าตอบแทนผู้บริหารที่เกินจริงและไม่สัมพันธ์กับกำไร ย่อมสะท้อนถึงปัญหาตัวแทนที่มีความเสี่ยงสูงต่อการบั่นทอนมูลค่ากิจการในระยะยาว ข้อค้นพบนี้จึงถือเป็นเครื่องมือชิ้นสำคัญในการคัดกรองหุ้นกลุ่มเกษตรและอาหารเพื่อการลงทุนที่ยั่งยืนและปลอดภัยท่ามกลางวิกฤตความผันผวนในปัจจุบัน

นอกจากข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย งานวิจัยนี้ยังมีคุณค่าทางวิชาการ ที่สำคัญ 3 ประการ (1) เป็นการเปิดพื้นที่การศึกษาบทบาทตัวแปรส่งผ่านของผลตอบแทนผู้บริหารในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารของไทย ซึ่งเป็นภาคส่วนที่เปราะบางต่อปัจจัยภายนอกสูง (2) ผลการวิจัยค้นพบรูปแบบ Competitive Mediation ที่อธิบายความไม่เป็นเอกฉันท์ในวรรณกรรมก่อนหน้าโดยชี้ให้เห็นว่าหนี้สินบั่นทอนผลดำเนินงานโดยตรง แต่กระตุ้นผลดำเนินงานทางอ้อมผ่านการปรับจูงแรงจูงใจผู้บริหาร (3) งานวิจัยนี้ช่วยขยายขอบเขตของทฤษฎีตัวแทนไปสู่บริบทสภาวะวิกฤต โดยโต้แย้งแนวคิดดั้งเดิมที่มักมองค่าตอบแทนที่สูงว่าเป็นผลเสียเพียงด้านเดียว

แต่ชี้ให้เห็นว่าเป็นกลไกสร้างมูลค่า หากมีการออกแบบให้สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงของโครงสร้างทุนอย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างทางการเงินมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านผลตอบแทนของผู้บริหาร ดังนั้นบริษัทในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารควรดำเนินการดังนี้

1. การกำหนดสัดส่วนหนี้สินให้เหมาะสมกับระดับความเสี่ยงของธุรกิจ บริษัทควรบริหารอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนและหนี้สินต่อสินทรัพย์ให้สอดคล้องกับระดับกระแสเงินสด ความผันผวนของรายได้ และสภาพคล่องขององค์กร โดยเฉพาะในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจและความผันผวนของห่วงโซ่อุปทานกลุ่มเกษตรฯ บริษัทต้องให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นทางการเงินมากกว่าเพียงแค่การลดต้นทุนทางการเงิน เพื่อให้สามารถรับมือกับปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น วิกฤตภูมิอากาศและดอกเบี้ยขาขึ้น

2. การออกแบบระบบผลตอบแทนผู้บริหารให้สอดคล้องกับผลการดำเนินงานระยะยาว บริษัทควรออกแบบระบบค่าตอบแทนที่เน้นแรงจูงใจระยะยาว โดยใช้เครื่องมือ เช่น หุ้นหรือสิทธิซื้อหุ้นและผูกค่าตอบแทนกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพระยะยาว เช่น ROA, ROE, EPS และประสิทธิภาพการบริหารต้นทุน เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริหารมุ่งสร้างผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน และลดความไม่สอดคล้องของผลประโยชน์ระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้นตามแนวคิด Agency Theory ทั้งนี้ คณะกรรมการควรใช้ระบบผลตอบแทนเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการจูงใจให้ผู้บริหารทุ่มเทจัดการความเสี่ยงที่ซับซ้อนในช่วงเปลี่ยนผ่านหรือวิกฤตการณ์ ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจที่เหมาะสมสามารถบรรเทา ผลกระทบเชิงลบจากภาระหนี้สินที่มีต่อผลการดำเนินงานได้อย่างมีนัยสำคัญ

3. การเพิ่มความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลค่าตอบแทนผู้บริหาร บริษัทควรเปิดเผยข้อมูลค่าตอบแทนผู้บริหารอย่างครบถ้วน โปร่งใส และตรวจสอบได้ พร้อมจัดทำรายงานค่าตอบแทนที่เชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ถือหุ้น ลดความเสี่ยงของปัญหาผลประโยชน์ทับซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการประเมินคุณภาพการกำกับดูแลกิจการของนักลงทุน

4. การเสริมสร้างกลไกกำกับดูแลกิจการ บริษัทควรเสริมสร้างกลไกกำกับดูแลกิจการที่เข้มแข็ง โดยคณะกรรมการมีบทบาทในการกำกับนโยบายโครงสร้างเงินทุนและระบบผลตอบแทนผู้บริหารตามหลักธรรมาภิบาล รวมทั้งคัดเลือกผู้บริหารที่โปร่งใส มีจริยธรรม และมีความสามารถบริหารความเสี่ยงทางการเงิน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงจากพฤติกรรมแสวงหาประโยชน์ส่วนตัวและเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรพิจารณาขยายการเก็บตัวอย่างไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น พลังงาน สินค้าอุปโภคบริโภค หรือเทคโนโลยี เพื่อนำมาศึกษาและเปรียบเทียบโครงสร้างเงินทุนและระบบค่าตอบแทนที่มีลักษณะต่างกันระหว่างอุตสาหกรรม

2. ควรพิจารณาการเปรียบเทียบโมเดลเชิงเศรษฐมิติขั้นสูง เช่น GMM, Panel SEM, หรือ PLS-SEM เพื่อศึกษากลไกการทำงานของปัจจัยทางการเงินอย่างลึกซึ้ง พร้อมทั้งสามารถเสริมด้วยการศึกษาความสัมพันธ์

เชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและการตัดสินใจเกี่ยวกับหนี้สินและระบบค่าตอบแทนในมุมมองเชิงพฤติกรรม

3. ควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปรากฏการณ์ Competitive Mediation ระหว่างอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมในบริบทอื่น ๆ เพื่อระบุจุดสมดุลที่เหมาะสมที่สุดระหว่างการใช้หนี้สินเพื่อควบคุมวินัยกับการสร้างภาระต้นทุนทางการเงินที่อาจบั่นทอนแรงจูงใจของผู้บริหาร

เอกสารอ้างอิง (References)

กัลยา ตันมณี, นัฐกานต์ ทิพยโสตถิ, และ มัชฌิมา มะบุตร. (2024). ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ส่งผลต่อโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, *9*(2), 137–154. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/crrujac/article/view/271578

กิตติมา สกุณี, และ พิธาน แสนภักดี. (2025). ผลกระทบของค่าตอบแทนกรรมการบริหารต่อความสัมพันธ์ของคุณลักษณะคณะกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารราชพฤกษ์*, *19*(64), 197–217. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Ratchaphruekjournal/article/view/274852

จินตนา โสมโสดา, อรัณพงศ์ ทนันไชย, ดารารัตน์ โพธิ์ประจักษ์, อเนก พุทธิเดช, และ สุรชัย เอมอักษร. (2025). ผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับผลตอบแทนของพนักงานและผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Journal of Accountancy and Management*, *17*(3), 197–219. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jammsu/article/view/279841

จิราวัฒน์ แสงเป้า, ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, และ สุภา ทองคง. (2025). อิทธิพลกำกับของคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลในความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเงินทุนกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *8*(2), 86–107. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/hurredia/article/view/275631

ณัฐนนท์ ก้อนศิลา, และ ลักษมี งามมีศรี. (2025). การวางแผนภาษี นโยบายทางการเงิน และผลตอบแทนของผู้บริหารที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. *Social Sciences Research and Academic Journal*, *20*(2), 219–234. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/ssraj/article/view/278452

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2024). *ข้อมูลสถิติมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (AGRO) ปี 2562-2567*. SETSMART. https://www.setsmart.com

ทิพวรรณ ฤทธิชัย, ทาริกา แย้มขะมัง, และ นันทวัจน์ ปัญญายศธนากรณ์. (2024). ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเงินทุน ต้นทุนของเงินทุน และผลการดำเนินงานทางการเงิน: กรณีศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนีหลักทรัพย์ SETCLMV. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, *6*(4), 17–29. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/msujournal/article/view/272314

ธนาพร แก้วมา, และ ประเวศ เพ็ญวุฒิกุล. (2023). ผลกระทบของอัตราส่วนการดำเนินงานและโครงสร้างเงินทุนที่มีต่อการจัดการกำไรและมูลค่าตลาดของกิจการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรม. *Journal of Social Science for Local Development Rajabhat Maha Sarakham University*, *7*(4), 219–229. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmsu/article/view/265891

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2024). *รายงานนโยบายการเงินและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจปี 2567*. https://www.bot.or.th

ธัญดา กล่อมสูงเนิน, และ มัตธิมา กรงเต้น. (2023). ผลกระทบความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างทางการเงิน และผลตอบแทนจากการลงทุนที่มีต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, *9*(8), 544–557. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsm/article/view/264512

นริทธิ บุญศักดิ์, และ พรรณทิพย์ อย่างกลั่น. (2025). ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล โครงสร้างทางการเงิน และความสามารถในการทำกำไร ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้รับการประกาศผลประเมินหุ้นยั่งยืน. *วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน*, *3*(3), 1157–1171. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/281245

เนติภูมิ อักษรดี, และ จิรพงษ์ จันทร์งาม. (2025). อิทธิพลของอัตราส่วนโครงสร้างทางการเงินและอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรที่ส่งผลต่อมูลค่าธุรกิจของกลุ่มบริษัทธุรกิจอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *11*(2), 143–154. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/western-hss/article/view/277891

ปวีณา แซ่จู, ภณิตา จามิตร, และ ไกรวิทย์ หลีกภัย. (2024). ผลกระทบของอัตราส่วนประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ที่มีผลต่ออัตราส่วนโครงสร้างทางการเงินและอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอแห่งประเทศไทย. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *9*(7), 464–477. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jrk/article/view/269874

ประภัสสร กาญจนประโชติ, สิรามน ศรีกุรุวาฬ, และ พชรวรรณ วิริยานันทพร. (2017). การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *37*(2), 45–60. https://scholar.utcc.ac.th/handle/6620242034/3547

พจนารถ ฤทธิเดช, ปาริชาติ บูรพาศิริวัฒน์, และ มัทนชัย สุทธิพันธุ์. (2021). อิทธิพลของผลตอบแทนผู้บริหารต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Journal of Accountancy and Management*, *13*(2), 60–74. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jammsu/article/view/248563

พลกฤต รักจุล. (2022). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าใช้บริการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวพิเศษจังหวัดน่าน. *Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology*, *7*(4), 441–455. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/256712

ภณิตา จามิตร, ปวีณา แซ่จู, และ ไกรวิทย์ หลีกภัย. (2024). ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, *7*(1), 130–144. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/pssj/article/view/268951

ภัทรมณ สุคนธปฏิภาค. (2023). อิทธิพลของลักษณะของบริษัท ผลประโยชน์ทางภาษีที่ไม่ใช่หนี้สิน และความเสี่ยงทางธุรกิจที่มีต่อโครงสร้างเงินทุนของบริษัทในดัชนีหุ้นยั่งยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Procedia of Multidisciplinary Research*, *1*(5), 17–17. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/PMR/article/view/263451

รัตนา ศรีนวล, พัทธนันท์ เพชรเชิดชู, และ ศิริเดช คำสุพรหม. (2020). ผลกระทบของประสิทธิภาพทางเทคนิคและการใช้ประโยชน์สินทรัพย์ทางการเงินต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินและมูลค่าองค์กรตามราคาตลาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มสถาบันการเงิน. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, *34*(112), 199–219. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/245671

วริยา สุวภิญโญภาส, และ ดารณี เอื้อชนะจิต. (2023). ผลกระทบของอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรและอัตราส่วนโครงสร้างทางการเงินที่มีต่อราคาหลักทรัพย์และมูลค่าทางการตลาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 50. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, *6*(3), 747–763. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/papssu/article/view/262341

สุภัตรา ชูสังไชยกุล, พัทธ์ธีรา จิร อุดมสาโรจน์, และ พิชญาดา มหาสุด. (2025). การกำกับดูแลกิจการ โครงสร้างทางการเงิน และความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มทรัพยากร. ใน *The 15th Benjamit National and International Conference* (น. 639–649). มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. https://rpu.ac.th/conference/

อริสา นพวงศ์ ณ อยุธยา, จิรพงษ์ จันทร์งาม, และ ถิรวุฒิ ยังสุข. (2568). ผลกระทบของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และการได้รับคัดเลือกโดยองค์กรชั้นนำที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, *5*(1), 362-376. https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU/article/view/282341

อัศวเทพ อากาศวิภาต, และ สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2022). *อิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของกิจการกับโครงสร้างเงินทุนที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของพนักงานและผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. NU Digital Repository. http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/5432

อุราภรณ์ รักมิตร, และ ฐิตาภรณ์ สินจรูญศักดิ์. (2023). อิทธิพลของผลการดำเนินงานด้านการเงินและที่ไม่ใช่ด้านการเงินที่ส่งผลต่อผลตอบแทนหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Arts of Management Journal*, *7*(3), 1072–1088. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/AOMJ/article/view/264123

Abdul Rachman. (2024). The influence of financial compensation on employee motivation and satisfaction. *Journal of Contemporary Human Resource Management*, *5*(1), 12–25. https://doi.org/10.5555/jchrm.2024.5.1.12

Ahmat Tatoya, Nurdin Latif, & Dan Rina. (2025). The impact of employee welfare and compensation on organizational productivity. *Asian Journal of Business and Economics*, *15*(2), 45–60. https://doi.org/10.5555/ajbe.2025.15.2.45

Ahmadu Usman, & Ahmad Yahaya. (2024). Executive compensation, strategic decision-making, and firm financial performance. *International Journal of Management Studies*, *31*(1), 88–104. https://doi.org/10.32890/ijms2024.31.1.4

Burz, C., Pop, V., Silaghi, C., Lupan, I., & Samasca, G. (2024). Prognosis and treatment of gastric cancer: A 2024 update. *Cancers*, *16*(9), 1708. https://doi.org/10.3390/cancers16091708

Core, J. E., Holthausen, R. W., & Larcker, D. F. (1999). Corporate governance, chief executive officer compensation, and firm performance. *Journal of Financial Economics*, *51*(3), 371–406. https://doi.org/10.1016/S0304-405X(98)00058-0

Hall, B. J., & Liebman, J. B. (1998). Are CEOs really paid like bureaucrats?. *The Quarterly Journal of Economics*, *113*(3), 653–691. https://doi.org/10.1162/003355398555776

Isaac Ampong. (2024). The role of direct and indirect compensation on employee retention and firm performance. *Global Economic Review*, *12*(4), 210–225. https://doi.org/10.5555/ger.2024.12.4.210

Jensen, A. R. (1996). The puzzle of nongenetic variance. In R. J. Sternberg & E. L. Grigorenko (Eds.), *Intelligence, heredity, and environment* (pp. 42-88). Cambridge University Press.

Jensen, M. C. (1986). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *The American Economic Review*, *76*(2), 323–329.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, *3*(4), 305-360. https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X

John-Akamelu, C. R., Amedu, J., & Nworie, G. O. (2025). When structure meets substance: The tie between firm physiognomies and cash flow strength in Nigerian agricultural industry. *IIARD International Journal of Economics and Business Management*, *11*(10), 64-77. https://doi.org/10.56201/ijebm.vol.11.no10.2025.pg64.77

Lin, T. C. (2012). The significance of competitive environment on financial performance. *Sutthiparithat Journal*, *26*(78), 55–74. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/243

Luitel, M. K., & Humagain, K. (2025). Effects of compensation on employees' performance in Nepalese commercial banks. *Drishtikon*, *15*(1), 98-117. https://doi.org/10.3126/dristikon.v15i1.77130

Madan Kumar Luitel, & Krishna Humagain. (2025). Monetary and non-monetary benefits: Influence on employee performance and motivation. *Journal of Human Resource Development*, *10*(1), 101–115. https://doi.org/10.5555/jhrd.2025.10.1.101

Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, *13*(2), 187-221. https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0

Nadia Mans-Kemp, & Amy Swartz. (2024). Linking executive incentive compensation to long-term value creation. *Corporate Governance Review*, *22*(3), 34–50. https://doi.org/10.5555/cgr.2024.22.3.34

Rittberger, B. (2024). 2025: A transition update. *Journal of European Public Policy*, *31*(1), 1–3. https://doi.org/10.1080/13501763.2024.2301234

Ross, S. A. (1977). The determination of financial structure: The incentive-signaling approach. *The Bell Journal of Economics*, *8*(1), 23-40. https://doi.org/10.2307/3003485

Rubin, K. S. (2012). *Essential Scrum: A practical guide to the most popular Agile process*. Addison-Wesley.

Williams, G., Pallant, J., & Greenwood, K. (2010). Further development of the high-level mobility assessment tool (HiMAT). *Brain injury*, *24*(7-8), 1027-1031.

Zhalfa Putri Elisa, Septa Diana Nabella, Sabri Dewi Permata Sari, & Nurmayunita. (2022). Compensation and employee motivation in the modern workplace. *International Research Journal of Business and Economics*, *8*(2), 115–128. https://doi.org/10.5555/irjbe.2022.8.2.115

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

The Participatory Development of Professional Learning Community Platform for Schools in Chiang Mai

Saiphon Sanjaiprom*

Faculty of Education, Chiang Mai Rajabhat University

202 Chang Phueak Road, Chang Phueak Sub-district, Mueang District, Chiang Mai, 50300, Thailand.

***Received**: September 27, 2025* ***Revised**: January 4, 2026* ***Accepted**: April 29, 2026*

Abstract

This research aimed to: (1) investigate the current states and needs for developing the Professional Learning Community (PLC) process, (2) develop a PLC management platform, and (3) study the results of its implementation. The sample consisted of 377 teachers and school administrators in Chiang Mai Province, using a stratified random sampling method. Research instruments included a questionnaire, focus group discussion records, and a platform evaluation form. Quantitative data were analyzed using mean and standard deviation, while qualitative data were analyzed through content analysis. Findings indicated that current PLC implementation was at a moderate level in teacher-related (M = 2.77, SD = 1.09) and management aspects (M = 3.12, SD = 0.73), while the supportive atmosphere was high (M = 3.98, SD = 0.80). Teachers expressed a need to deepen their understanding of PLC and improve digital tools for task submission. The developed platform featured two main components: (1) a management function encompassing awareness building, understanding enhancement, goal setting, planning, supervision, reflection, and certification; and (2) an online task submission system including member registration, PLC team entries, logbook records, summary reporting, and research documentation. Expert evaluation affirmed its high suitability and feasibility. Post-implementation results showed strong effectiveness in knowledge development (M = 4.77),

* Corresponding Author

อีเมล: saiphon_san@cmru.ac.th

school management (M = 4.72), online submission (M = 4.88), and teacher–student behavioral outcomes (M = 4.83). The study highlights the platform's potential as a practical and scalable tool for enhancing PLC practices in diverse educational contexts.

Keywords

Participatory, Professional Learning Communities (PLCs), Platform

Introduction

The proverb "Give a man a fish, feed him for a day. Teach a man to fish, feed him for life" reflects John Dewey's philosophy of experiential learning, which emphasizes learning through practice (Cloke, 2023). This perspective is increasingly relevant in contemporary education, where students are expected to develop both hard and soft skills to become lifelong learners. Although student achievement is influenced by multiple factors, including family background and learning environment, teacher quality remains the most critical determinant. As Barber (2009) asserts, "the quality of an education system cannot exceed the quality of its teachers," underscoring the central role of educators in delivering effective education. In this regard, effective teachers extend beyond knowledge transmission by fostering essential competencies that support students' long-term development. Recent international research further confirms that sustained professional learning among teachers is a key driver of instructional quality and student outcomes (Gore et al., 2021; Vangrieken et al., 2022)

Learning, as noted by Yamkasikorn (2016), involves relatively permanent changes in student behavior resulting from meaningful instructional experiences guided by committed teachers. To enhance teacher quality, the concept of the Professional Learning Community (PLC) has been widely adopted as a collaborative professional development approach. PLCs enable educators to engage in shared inquiry, reflective dialogue, and collective problem-solving aimed at improving student learning (Usuwan et al., 2023). Empirical evidence from Thai contexts, such as studies by Perathoranich (2024) and Chananil and Nethanomsak (2022), demonstrates that PLC implementation contributes positively to educational quality. Consistently, international studies indicate that PLCs strengthen teacher collaboration, reflective practices, and instructional improvement across diverse educational settings (Vangrieken et al., 2022).

Despite these benefits, several challenges persist in PLC implementation. Tangtong et al. (2023, 76) report a lack of systematic supervision and insufficient understanding of PLC processes among teachers. Similarly, Apiparinya & Sudrung (2019, 7) found that during the preparation phase, both administrators and teachers often lacked adequate knowledge of PLC principles, resulting in limited collaboration and participation. During implementation, excessive workloads and inadequate follow-up mechanisms further hinder effective practice. Moreover, existing research has rarely proposed a comprehensive and systematic model or platform that fully supports the PLC process while addressing practical challenges in school contexts. Recent international evidence highlights the need for integrating digital technologies into PLCs to enhance sustainability and teacher engagement.

In this context, Chiang Mai Province provides a particularly relevant setting for examining these challenges. Chiang Mai Province is characterized by significant spatial inequality and rich ethnic diversity, particularly in mountainous and remote areas, which constrain access to education and influence student learning outcomes. Previous studies have shown that disparities in socioeconomic status and geographic conditions contribute to unequal educational opportunities across the province (Nawarat et al., 2021). In addition, Chiang Mai is home to diverse ethnic minority groups, requiring culturally responsive educational approaches (Yimsawat et al., 2020). These conditions reflect the complexity of educational management in the province, especially in addressing inequality among disadvantaged and stateless populations (Chanraeng et al., 2024).

In conclusion, this research highlights the importance of systematically strengthening Professional Learning Communities (PLCs) to enhance teacher quality and student outcomes, particularly within complex educational contexts such as Chiang Mai Province. Addressing gaps in both conceptual understanding and practical implementation, the research proposes a structured PLC management platform that integrates administrative and technological support. The study is guided by a participatory development process—comprising information sharing, co-planning, collective decision-making, and collaborative action, monitoring, and evaluation—which ensures alignment with real school contexts and fosters shared ownership among educators. Accordingly, this research contributes a practical and scalable model for PLC development, while reinforcing the critical role of collaborative professional learning in advancing educational quality. Therefore, a participatory PLC platform is necessary to address both structural limitations and contextual needs specific to Chiang Mai Province.

Objectives

1.To investigate the current states and needs for developing the PLC process in educational institutions in Chiang Mai province.

2.To develop the PLC platform based on the needs of Chiang Mai province.

3.To study the results of using the PLC platform.

Literature Review

The definition of a PLC

Professional Learning Communities (PLCs) foster a collaborative environment where teachers, administrators, and educational stakeholders engage in professional development, exchange expertise, and mutually enhance student learning, driving a culture focused on improved student outcomes. (Tantichuwet, 2023, 2-13). Merely scheduling regular meetings for teachers does not constitute a true PLC. A genuine PLC requires a school-wide commitment to driving meaningful change and enhancing instructional practices. It cultivates a culture of collaboration, grounded in positive relationships and an informal, supportive environment. Moreover, it emphasizes the ongoing, cyclical improvement of student learning (Chookhampang, 2022, 2)

The key principles of a PLC

The researcher analyzed and synthesized academic literature on the principles of PLC (Hipp & Huffman, 2003; Secretariat of the Teachers' Council of Thailand, 2020), which include: 1) Supportive and shared leadership – emphasizing participatory management practices implemented by administrators, 2) Shared values and vision – fostering a collective agreement among staff to improve student learning, with all personnel contributing to teaching-related practices, 3) Collective learning and application of learning – promoting collaboration among staff in planning, learning, and executing their work, 4) Shared personal practice – encouraging the exchange of knowledge, classroom observation, and constructive feedback on teaching practices, and 5) Supportive conditions – creating collegial relationships grounded in mutual respect and sincerity.

The implementation process of a PLC

The researcher reviewed studies on the operational procedures of PLC, including works by Mitari et al., (2023); Usuwan et al., (2023); Limprasong (2020); Sapapud & Wangthanomsak (2021); Montriphakdi (2024); as well as Jongmesuk (2021). The findings indicated that the

implementation process of a PLC consists of the following steps: 1) Building understanding, 2) Forming groups, 3) Analyzing the teaching and learning situation, 4) Developing an action plan, 5) Supervision and monitoring, 6) Reflection, 7) Evaluation, 8) Expanding outcomes to the community, and 9) Coaching support from universities

Key success factors of a PLC

Research on successful PLC highlights three key factors: 1) School Leadership – Effective principals play a crucial role, not through authoritative decision-making but by fostering collaboration and academic leadership (Phothong et al., 2021; Kanda et al., 2023)., 2) Teachers' Understanding – Teachers must clearly grasp PLC components, roles, objectives, and best practices to engage effectively (Somngam & Meekun, 2024)., and 3) Supporting Environment – A positive atmosphere, adequate facilities, and modern technology enhance collaboration and professional growth (Phabu et al., 2024).

Digital platforms in education

Studies indicate that platforms, when combined with digital technologies, are referred to as digital platforms. These platforms serve as tools or mechanisms widely used by businesses today to gain a competitive edge by responding to a rapidly changing business environment. The concept revolves around facilitating customer convenience in co-creating value. Most research on digital platforms focuses on information technology management and system management (Phongsakornrangsilp et al., 2019).

Digital platforms can also be effectively applied in the field of education, particularly in enhancing system management, learning processes, and professional development. For instance, a study by Nuchampan et al. (2020) explored the development of an exam management system for the Armed Forces Finance School using a digital platform. The development process consisted of four key steps: (1) defining system components, (2) system development in collaboration with IT experts, (3) system testing, and (4) evaluation with actual users. Similarly, Thanapiyawanich et al. (2020) investigated the use of digital platforms to foster a growth mindset and self-prediction framework among cooperative education students. The study applied the ADDIE Model, including system development, analysis and design, implementation, and evaluation, and found that such platforms significantly enhanced students' self-awareness. Furthermore, Phangphol & Phakamach (2021) developed a digital platform for external educational quality assurance in higher education in Thailand, following

a systematic process of needs analysis, system design and development, testing and evaluation, and system improvement.

Beyond system-level applications, recent international research highlights the critical role of digital platforms in supporting collaborative professional learning, particularly through Professional Learning Communities (PLCs). For example, Trust & Whalen (2020) found that digital platforms such as online forums, social media groups, and collaborative tools enabled teachers to sustain PLC activities during the COVID-19 pandemic. These platforms facilitated continuous professional dialogue, resource sharing, and emotional support, while also transforming traditional PLCs into more flexible and boundary-crossing communities that extend beyond individual schools and national contexts. In a similar vein, Carpenter et al. (2022) demonstrated that social media–based digital platforms function as dynamic spaces for PLC by promoting reflective practice, knowledge co-construction, and peer feedback among educators. The study also indicated that teachers gained greater professional agency and access to diverse perspectives through participation in online PLCs. However, it emphasized the importance of effective facilitation and critical evaluation of information to address challenges such as information overload and variable content quality. Taken together, these studies suggest that digital platforms in education have evolved from being merely tools for system management to becoming integral environments for collaborative learning and professional development. In particular, their capacity to support PLC processes underscores their significance in fostering continuous, networked, and reflective professional learning in the digital era.

Participatory Process in Educational Development

Participation is a process in which an organization enables individuals or groups of stakeholders to engage collaboratively in improving the quality of educational management. It includes contributing to the promotion, recommendation, maintenance, rehabilitation, improvement, and development of instructional quality in educational institutions, as well as participating in policy planning, operations, and monitoring of educational management performance. Cohen & Uphoff (1981) categorized participation into four dimensions: participation in decision-making, participation in implementation, participation in the sharing of benefits, and participation in evaluation.

The participatory process in school development can be described through the following stages: (1) Information Sharing: Schools must communicate openly and provide

accurate information, enabling stakeholders to clearly recognize existing challenges and the directions for development (Dove et al., 2018, 6–7); (2) Joint Planning: Development plans should be collaboratively formulated. When stakeholders share responsibility for defining goals and allocating tasks, they become more committed to the outcomes (Alsarawi, 2019, 2); (3) Collective Decision-Making: Decisions related to school improvement require dialogue, negotiation, and mutual agreement, which help reduce resistance and foster stronger acceptance toward change (Cheng, 2008, 3-4); (4) Collaborative Action: Implementation must involve the active participation of all relevant groups. With schools acting as coordinators, community resources can be leveraged to support the development process (Suansumran et al., 2024, 27); and (5) Joint Monitoring and Evaluation: Evaluation becomes more meaningful when it incorporates perspectives from diverse stakeholders. Shared analysis of progress helps refine future practices and sustain continuous improvement (Tupthai & Chansirisira, 2025, 350-351). Overall, participation functions not only as a management strategy but also as a professional culture that strengthens trust, accountability, and the quality of educational outcomes.

Based on the literature review, PLCs are recognized as a key approach to teacher professional development through collaborative and continuous learning. However, their implementation still lacks systematic processes and adequate support, particularly in terms of management and digital integration. At the same time, digital platforms and participatory development processes highlight the importance of structured systems and stakeholder engagement in enhancing collaboration and sustainability. Therefore, these concepts inform the framework of this study, The Participatory Development of Professional Learning Community Platform, which aims to develop a systematic and context-responsive platform to support effective and sustainable PLC practices.

Methodology

This research employed a research and development (R&D) design that utilized both quantitative and qualitative methods. The quantitative method was employed to collect data on the current states and to evaluate the effectiveness of the PLC platform. Meanwhile, the qualitative method was applied to analyze the needs for developing the PLC platform and to assess its suitability and feasibility.

Population and sample

1. Population for the study of current States: The population comprised teachers and school administrators in Chiang Mai Province. The sample was categorized by school type (government, local government, and private) and drawn from a total population of 18,242 teachers. A sample of 377 teachers was selected using the Krejcie and Morgan table with a 95% confidence level and the stratified random sampling technique.

2. Five experts were purposively selected to evaluate the PLC platform in terms of its suitability and feasibility. The panel comprised school administrators holding at least a senior professional level (or equivalent), academic representatives with a minimum of 10 years of teaching experience, and technology experts from educational institutions in Chiang Mai Province with at least five years of relevant experience. Participants were drawn from and represented institutions under the Office of the Basic Education Commission, municipalities, local administrative organizations, and private schools.

3. Sample for evaluating the PLC platform: The sample for studying the results of using the PLC platform included 46 school teachers in Chiang Mai Province who participated in the project. Participants were selected through purposive sampling and included teachers from secondary schools, early childhood education, and primary education. All participants were informed about the research design and provided their informed consent for the use of their data.

Instruments

1. Questionnaire on the current states and development needs of PLC: This questionnaire is divided into two sections. Part 1: This section investigates the current state of the Professional Learning Community (PLC) across three aspects: (1) Teachers—including knowledge and understanding, practices, and attitudes (8 items); (2) Administrative management—focusing on a collegial and academically supportive atmosphere among colleagues (2 items); and (3) PLC-supportive environment—including methods, policies, systems that promote a positive organizational culture, and support from external agencies (5 items). Data were collected using a 5-point Likert scale. The content validity of this section was examined by three experts, with the Index of Item Objective Congruence (IOC) ranging from 0.67 to 1.00, exceeding the acceptable threshold of 0.50. The questionnaire was piloted with 30 participants, and its reliability was assessed using Cronbach's Alpha Coefficient, yielding a reliability value of 0.85. Part 2: This section explores the development needs of PLC through

open-ended questions across three aspects: teachers, administrative management, and the environment supporting PLC. The appropriateness of the language was reviewed and confirmed by three experts.

2. Focus Group Discussion Record Form for Evaluating the Quality of the PLC Platform: This form consists of open-ended questions designed to assess two main areas: appropriateness and feasibility. The quality of the form was reviewed and validated by three experts, who concluded that it is appropriate in terms of language usage and practical application.

3. Evaluation Form for the Platform: This form evaluates the PLC platform across four areas using a 5-point Likert scale. The content validity of this form was checked by three experts, resulting in IOC ranging from 0.67 to 1.00, which exceed the threshold of 0.50 and are therefore considered acceptable. It was then piloted with 30 participants, and its reliability was assessed using Cronbach's Alpha Coefficient, yielding a reliability score of 0.93, which exceed the threshold of 0.70 and are therefore considered acceptable.

Process

The researchers conducted the study based on the participatory development process as follows:

1. **Information Sharing Stage** – Investigating the current states and needs for developing the PLC process in educational institutions in Chiang Mai Province;

2. **Co-planning Stage** – Developing the PLC platform based on the identified current states and needs;

3. **Collective Decision-Making Stage** – Assessing the quality of the developed platform through expert review on its appropriateness and feasibility;

4. Collaborative Action, Monitoring, and Evaluation Stage – Examining the results of implementing the PLC platform in six volunteer schools in Chiang Mai Province. A total of 46 teachers participated during the second semester of the 2022 academic year over a four-month period. Participants evaluated the effectiveness of the PLC platform.

Data Analysis

1. The current state of the PLC was analyzed using mean and standard deviation. The

criteria for interpreting the mean value of the current state are as follows:

4.51-5.00	means the current state, which is the highest level.
3.51-4.50	means the current state, which is the high.
2.51-3.50	means the current state, which is the moderate.

1.51-2.50 means the current state, which is the low.

1.00-1.50 means the current state, which is the lowest level.

2. To assess the developmental needs of the PLC process, thematic analysis was applied.

3. Data from the focus group discussion, in which experts provided feedback on the PLC platform, were analyzed using thematic analysis. The analysis focused on two primary aspects: appropriateness and feasibility.

4. The evaluation of the PLC platform was conducted across four areas: enhancing knowledge and understanding, school management, the online submission system, and the development of teacher and student behaviors. This analysis was performed using mean and standard deviation. The criteria for interpreting the mean value of the effectiveness are as follows:

4.51-5.00 means the effectiveness of the PLC platform, which is the very good level.

3.51-4.50 means the effectiveness of the PLC platform, which is the good.

2.51-3.50 means the effectiveness of the PLC platform, which is the moderate.

1.51-2.50 means the effectiveness of the PLC platform, which is the low.

1.00-1.50 means the effectiveness of the PLC platform, which is needs for improvement.

Results

1. For current states and needs of teachers for developing a PLC process in educational institutions in Chiang Mai Province, please refer to Table 1.

Table 1 The current states for developing the PLC process

Item	M	SD	Level
1. A teacher's knowledge, understanding, practice, and attitude towards the PLC.	2.77	1.09	Moderate
2. An environment that fosters the PLC process, characterized by a workplace atmosphere that supports collaboration, learning, and mutual respect among colleagues.	3.98	0.80	High

Table 1 The current states for developing the PLC process (Continue)

Item	M	SD	Level
3. Management processes, including methods, policies, and systems that promote a positive organizational culture, supported by external agencies.	3.12	0.73	Moderate

The current states of the PLC for teachers indicates that both the teacher-related and management aspects were rated at a moderate level (M=2.77; SD=1.09) and (M=3.12; SD=0.73), respectively. However, the atmosphere supporting the PLC was rated at a high level (M=3.98; SD=0.80). Qualitative data on needs highlighted that teachers seek to enhance their knowledge about PLC and improve the system for task submission.

The identified needs for developing the PLC process are as follows:

1) Teacher Development:

Teachers require enhanced knowledge and understanding of PLC concepts, the development of effective tools for documenting work, and methods for analyzing student learning problems. These should align with the implementation guidelines for evaluating positions and qualifications based on the Performance Agreement (PA), as well as the analysis of indicators and tools.

“We don’t really know whether what we are doing actually counts as PLC. We just follow the instructions, but we are not sure how to properly analyze learning problems.” (Teacher A, personal communication, 11 May 2022)

“The recording forms are too complex. We worry more about filling them out correctly than actually improving teaching.” (Teacher B, personal communication, 11 May 2022)

2) Atmosphere Supporting PLC:

Administrators need to encourage teachers to integrate their regular duties with professional development activities in order to create a supportive environment for the PLC process.

“If administrators recognize our efforts and help us manage the workload, we feel more motivated to participate in PLC activities.” (Teacher C, personal communication, 11 May 2022)

“When colleagues are open to sharing, PLC feels meaningful. But if everyone is too busy, it becomes a burden.” (Teacher D, personal communication, 11 May 2022)

3) Management Processes:

Administrators and teachers should hold meetings to collaboratively set goals for student learning development before the start of each semester. Additionally, they need to develop a system for submitting and monitoring work, along with establishing an academic calendar for the institution.

“We would like to set goals together before each semester. Right now, sometimes we just start working without a shared target.” (Administrator A, personal communication, 11 May 2022)

“A digital system helps a lot. When work is recorded and visible, follow-up becomes easier and we feel more responsible.” (Teacher E, personal communication, 11 May 2022)

2. PLC Platform

2.1 The researcher utilized data derived from the analysis and synthesis of academic literature on the principles of professional learning communities (Hipp and Huffman, 2003; Secretariat of the Teachers’ Council of Thailand, 2020), as well as studies on PLC operational procedures. This information was combined with an assessment of the current situation and the specific needs of teachers for PLC implementation. The findings highlighted the necessity for improved management of the PLC process and a structured system for submitting work generated through PLC activities.

2.2 A draft document for the platform was prepared, outlining the management functions designed to support administrators in overseeing PLC operations, as well as the online task submission feature. The platform, developed using the Hypertext Preprocessor (PHP) programming language, facilitates efficient data processing and enables PLC-member teachers to submit documents directly through the system. The PLC platform was developed based on the needs identified in Phase 1. Specifically, the management function was designed to enhance teachers’ understanding of PLC, while the online submission system aimed to reduce workload and simplify documentation. In addition, administrative tools were incorporated to support systematic monitoring and follow-up. These features collectively ensure that the platform directly responds to the identified needs. The overall structure of the platform is illustrated in Figure 1.

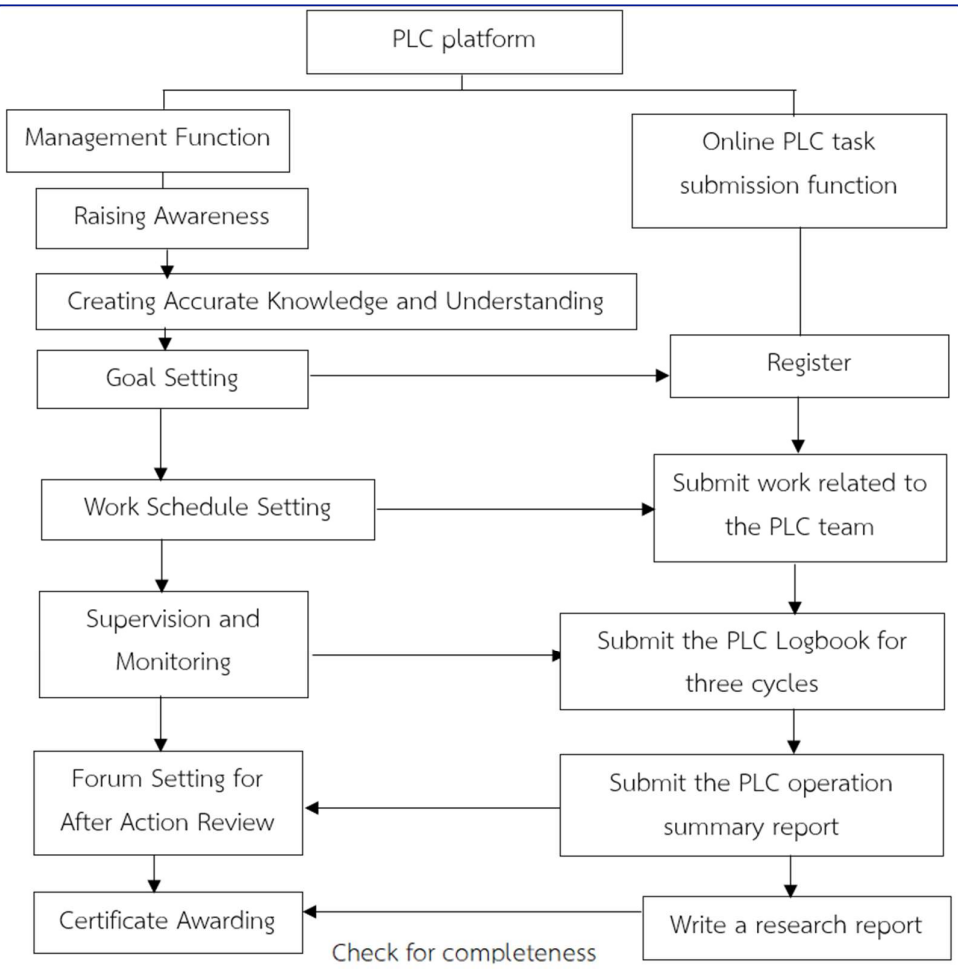


Figure 1: The Professional Learning Community Platform

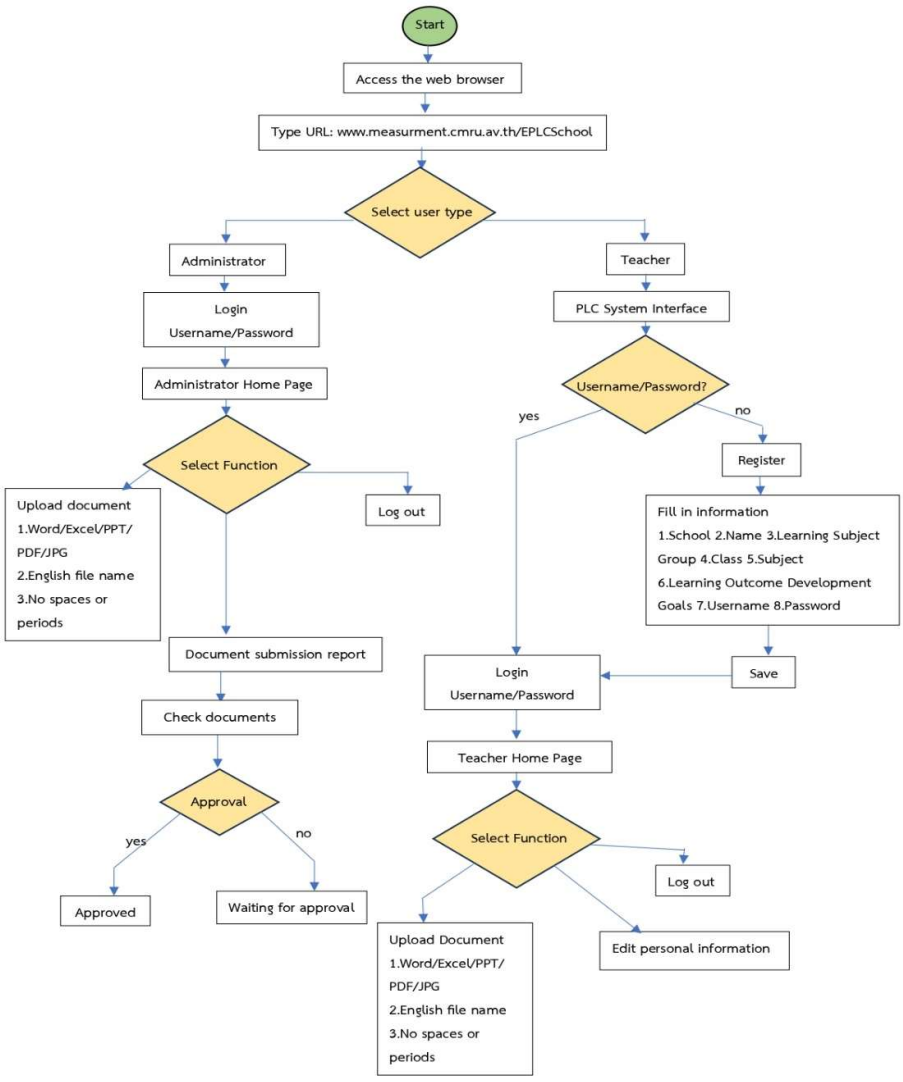


Figure 2: The site structure of the PLC platform's online task submission feature

2.3 A focus group discussion was conducted with five experts to gather opinions on the quality of the PLC platform, specifically in terms of its appropriateness and feasibility.

3. Results of Evaluating the Quality of the PLC Platform

3.1 Appropriateness of the management process

The management process was found to be appropriate as it provides administrators with clear guidelines for implementation. Administrators were mentored and advised by professors from the Faculty of Education, Chiang Mai Rajabhat University, to ensure adherence to the prescribed process.

3.2 Appropriateness of the online assignment submission system

The online assignment submission system was deemed appropriate as it effectively meets the needs of both teachers and administrators. It reduces the burden of document storage, prevents the risk of document loss, and enables administrators to track teachers' assignments and monitor their progress efficiently.

3.3 Feasibility of implementation

The PLC platform was found to be feasible for future implementation across various schools. Even in the absence of mentorship from Chiang Mai Rajabhat University, clear guidelines for implementation remain in place. Additionally, if school administrators are transferred, the existing school members and the new administration will still be able to sustain the work and continue the platform's operations.

4. For results of using the PLC platform, please refer to Table 2.

Table 2 Mean and standard deviation of the effectiveness of the community learning platform assessed by 46 participating teachers

Item	Opinion Level		Level
	M (n=46)	SD	
1. Knowledge and understanding	4.68	0.67	Very Good
2. School management	4.63	0.68	Very Good
3. The online submission system	4.78	0.70	Very Good
4. The development of teacher and student behaviors	4.73	0.69	Very Good
Overall Average	**4.71**	**0.66**	Very Good

Based on the findings from Table 2, the overall average effectiveness evaluation of the PLC platform, as assessed by participating teachers, was rated at a very good level. When examining individual aspects, the effectiveness was consistently rated at a very good level across all evaluated areas.

Discussion

The findings indicate that the implementation of Professional Learning Communities (PLCs) remains at a moderate level, particularly in teachers' understanding of processes, procedures, and documentation. This may result from professional development that emphasizes theory over practice, leading to limited understanding of key PLC components.

This is consistent with Mougim et al., (2022), who identified shared understanding as essential for effective PLC implementation. In Chiang Mai Province, these challenges are intensified by spatial inequality and ethnic diversity, especially in remote and mountainous areas, which constrain access to resources and create diverse learning needs (Nawarat et al., 2021; Yimsawat et al., 2020; Chanraeng et al., 2024). These conditions increase teachers' workload and limit opportunities for meaningful PLC engagement, often resulting in superficial practices. Despite these constraints, teachers showed strong commitment to student learning and collaboration, supported by positive school relationships. However, administrative management remained moderate, reflecting limitations in leadership and direction, consistent with Sapapud & Wangthanomsak (2021). Both teachers and administrators expressed the need for improved PLC knowledge and structured systems. Overall, effective PLC implementation in Chiang Mai requires not only conceptual understanding but also context-responsive support systems, strong leadership, and well-structured management to ensure sustainability.

2. The PLC platform developed for this study consists of two functions: a management function and an online task submission function. Management includes creating awareness, which is the most critical process. The PLC process involves collaboration among teachers, administrators, and stakeholders in education, with a shared goal of promoting student learning. This step is considered the most challenging for administrators as it requires them to help teachers recognize the importance of working collaboratively. This is consistent with the study of Wongrugsa et al., (2022) who studied the success factors and outcomes in developing the PLC model for teachers and educational personnel of the Teachers' Council of Thailand. They found that the success factor of the project was the recognition of the importance and necessity of teacher professional development through the PLC process. Once awareness is established, building accurate understanding becomes essential. Knowledge about PLC, including its meaning, implementation methods, supporting documents, and reporting processes, must be clearly communicated. Misunderstanding may lead teachers to perceive PLC as an additional burden, resulting in discouragement and a lack of willingness to participate. Furthermore, the process should set clear goals focusing primarily on improving student learning outcomes. This approach helps teachers develop their work effectively. Administrators must also establish work calendars and provide supervision and follow-up, integrating PLC as part of the internal supervision process to

ensure systematic implementation. Afterward, setting a forum for After Action Review regularly, perhaps during the school's monthly meetings, is recommended. After implementing for one semester, a forum should be organized to present and extract lessons learned together, extract knowledge gained from problem-solving, and present learning management innovations discovered by teachers. This is consistent with the study of Limprasong (2020) who investigated the driving model of the PLC process. The research found that the components of driving the PLC process affecting the achievement of the goals consisted of the PLC driving plan, the PLC driving process, supervision, monitoring and evaluation, and reporting of operational results. Furthermore, presenting certificates provides encouragement to teachers at the end of the semester or academic year. Regarding the online task submission function, it helps reduce teachers' workload, simplifies document management, and allows administrators to track operations in real time. This aligns with the modern lifestyle, which values convenience and speed. Utilizing technology enhances efficiency and effectiveness, as supported by the study of Panjapong et al., (2024), which explored the use of technology in school data management.

3. Results of using the PLC platform: The high level of effectiveness of the PLC platform can be interpreted through three interconnected success elements that emerged from both data sources and are consistent with related literature. First, as the platform was developed based on teachers' real needs—particularly in enhancing PLC understanding and simplifying documentation—it increased usability and motivation to engage in PLC processes. This is consistent with the study by Trust et al. (2016), which highlighted that technology platforms designed to meet teachers' professional needs can enhance engagement and collaborative learning. Second, leadership encouragement was found to be a key driving force for teachers' sustained participation. When administrators recognized teachers' efforts and integrated PLC into school operations, teachers demonstrated stronger commitment. This finding is consistent with (Phothong et al., 2021; Kanda et al., 2023) and supported by Hallinger & Lee (2014), who emphasized that leadership plays a critical role in fostering collaborative cultures and sustaining professional learning communities. Finally, the structured management system established through the platform—such as goal setting, follow-up meetings, and systematic supervision—helped ensure sustainability and continuity in PLC implementation. This supports the view of Tupthai & Chansirisira (2025) that clear

administrative mechanisms and digital support systems strengthen academic development and enable consistent implementation despite personnel changes.

Conclusion and Implementation

This research found that the implementation of Professional Learning Communities (PLCs) in Chiang Mai Province remains at a moderate level in both teacher-related and management aspects, reflecting the need for improved PLC understanding, stronger leadership support, and more efficient management systems. The developed PLC platform effectively addressed these gaps by enhancing awareness, reducing workload, and improving documentation and monitoring processes, while fostering a more collaborative school culture. However, its success depends on how effectively teachers and administrators adapt it to their specific contexts.

These findings suggest that sustainable PLC development requires the integration of digital technology, strong leadership, and flexible management practices. At the policy level, educational authorities should promote practical PLC policies, reduce administrative burdens, and support the adoption of digital platforms alongside leadership development. At the school level, greater emphasis should be placed on hands-on PLC training and flexible implementation approaches that account for disparities in resources and access across different contexts.

Limitations and Recommendation

This research is subject to several limitations. It was conducted only in Chiang Mai Province, which may limit the generalizability of the findings to other contexts. The use of self-reported data may introduce bias, while the short implementation period limits the assessment of long-term impacts. Additionally, the small, purposively selected sample may affect the representativeness of the findings.

Given these limitations, schools should integrate the PLC platform into their professional development systems with appropriate contextual adaptation, supported by ongoing training and administrative support. At the policy level, educational authorities should promote the expansion of digital PLC platforms through infrastructure, funding, and leadership development. Future research should employ longitudinal and comparative designs to examine long-term outcomes and explore the use of emerging technologies to further enhance PLC effectiveness.

Acknowledgements

This research was funded by the Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, the Office of the Science Promotion, Research and Innovation, and Chiang Mai Rajabhat University for the fiscal year 2021.

References

Alsarawi, A. (2019). A process, framework, and set of tools for facilitating co-planning among co-teachers. *International Journal of Whole Schooling, 15*(2), 1–23. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1218543.pdf

Apiparinya, P., & Sudrung, J. (2019). A study of the state and problems of professional learning community of schools under the Secondary Educational Service Area Office 1 and 2 in Bangkok. *An Online Journal of Education*, *14*(2), 1–12. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/OJED/article/view/193342/158406

Barber, M. (2009). *The challenge of achieving world-class performance: Education in the 21st century* [Presentation]. McKinsey & Company.

Carpenter, J. P., Shelton, C. C., & Schroeder, S. E. (2022). The education influencer: A new player in the educator professional landscape. *Journal of Research on Technology in Education, 54*(4), 1–17. https://doi.org/10.1080/15391523.2022.2030267

Chananil, S., & Nethanomsak, T. (2022). Is PLC really good for the development of Thai education research and development? *Journal of Suan Sunandha Rajabhat University*, *14*(1), 68–81. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/irdssru/article/view/253188

Cheng, C. K. (2008). The effect of shared decision-making on the improvement in teachers' job development. *New Horizons in Education, 56*(3), 31–46. https://eric.ed.gov/?id=EJ832908

Chookhampang, C. (2022). *Learning community to classroom research*. Chulalongkorn University Press.

Cloke, H. (2023). *John Dewey's learning theory: How we learn through experience*. Growth Engineering. https://www.growthengineering.co.uk/john-dewey/

Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for international Studies*. New York: Cornell University Press.

Chanraeng, T. ., (Chaiwichit Sopharat), P. D. C. J. ., (Duangchan Boonteam), P. S. ., Harukhamja, P. ., Siridechanont, P. ., & Techabenjarat, K. . (2024). Stateless Thai: Understanding and addressing ethnic inequity in Wiang Haeng District, Chiang Mai Province. *Dhammathas Academic Journal*, *24*(2), 1–14. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/dhammathas/article/view/269105

Dove, M. K., Zorotovich, J., & Gregg, K. (2018). *School community connectedness and family participation at school. World Journal of Education, 8*(1), 49–57. https://doi.org/10.5430/wje.v8n1p49

Gore, J., Lloyd, A., Smith, M., Bowe, J., Ellis, H., & Lubans, D. (2021). Improving student achievement through professional development: Results from a randomised controlled trial of Quality Teaching Rounds. *Teaching and Teacher Education, 101*, 103297. https://doi.org/10.1016/j.tate.2021.103297

Hallinger, P., & Lee, M. (2014). Mapping instructional leadership in Thailand: Has education reform impacted principal practice? *Educational Management Administration & Leadership, 42*(1), 6–29. https://doi.org/10.1177/1741143213502196

Hipp, K., & Huffman, J. (2003). *Professional learning communities: Assessment development effects* (Paper presentation). International Congress for School Effectiveness and Improvement, Sydney, Australia. https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED482255.pdf

Jongmesuk, A., & Khanthap, J. (2021). The guideline development of teachers for learning management by applying the PLC of the Secondary Educational Service Area Office 3. *Journal of Educational Administration and Supervision, Mahasarakham University*, *12*(1), 81–91. https://so20.tci-thaijo.org/index.php/JAD/article/view/171

Kanda, K., Thadatontichok, T., & Yuenyaw, P. (2023). The academic leadership of school administrators affecting the PLC of teachers under the Samut Sakhon Primary Educational Service Area Office. *Journal of the Institute for Development of Buddhist Scholars*, *6*(1), 15–27. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tmd/article/view/260538

Limprasong, N. (2020). Model to drive of the Professional Learning Community process. *Journal of MCU Peace Studies*, *8*(5), 1959–1972. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/240912/166949

Mitari, N., Dhanapañño, P., & Ngamprakhon, S. (2023). Professional learning community to manage learning in schools. *Journal of Bovorn Multi-Education and Human Social Sciences*, *4*(2), 228–237.

https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JOB_EHS/article/view/273984

Montriphakdi, W. (2024). The developing a professional learning community model to promote proactive learning management at Roi Et school for the deaf. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, *4*(6), 815–830. https://doi.org/10.60027/iarj.2024.279884

Mougim, W., Wongsakul, S., & Jarungnanthakal, S. (2022). The role of school administrators affecting the professional community at schools under the Secondary Educational Service Area Office Phra Nakhon Si Ayutthaya. *Journal of Educational Review*, *9*(2), 231–242. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDMCU/article/view/249148

Nawarat, N., et al. (2021). *Unspoken inequalities: Effects of online learning responses to COVID-19 on migrant children and their families, Chiang Mai, Thailand* https://doi.org/10.56868/jadhur.v1i1.13

Nuchampan, W., Musikanon, C., & Wikhakato, P. (2020). Development of testing management system of the Army Finance School using digital platform. *Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology*, *5*(10), 81–96. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/245990

Panjapong, T., Khantharee, N., Singpan, P., Masena, C., & Taojan, S. (2024). A model of PLC of teachers' learning management by using digital technology in basic educational institutions. *Journal of Liberal Arts, Prince of Songkla University*, *16*(2), 1–14. https://doi.org/10.14456/jlapsu.2024.13

Perathoranich, C. (2024). Development for academic administration to promote the PLC in the teaching profession at Muangphetchaburi municipal schools. *Journal of MCU Ubon Review*, *9*(1), 715–727. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/273533/182776

Phangphol, T., & Phakamach, N. (2021). The development of digital platform of an external educational quality assurance systems for higher education in Thailand. *Journal of Science Ladkrabang*, *30*(2), 25–31. https://li01.tci-thaijo.org/index.php/science_kmitl/article/view/248248

Phabu, A., Chutchaipolrat, A., & Chanawong, K. (2024). Factors affecting the professional learning community of schools under the Nakhonratchasima Primary Educational Service Area Office. *Journal of Buddhist Philosophy Evolved*, *8*(2), 118–130. http://ojs.mbu.ac.th/index.php/jbpe/article/view/2641

Phothong, W., Yamkasikorn, M., Rattanapinyowanich, T., Werathummo, A., & Pitchayapirath, P. (2021). The evaluation of teacher profession development from implementing PLC (PLC) from the Teacher Council of Thailand's Teacher Networks. *Journal of UBRU Educational Review*, *1*(1), 53–63. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jrcd/article/view/249241/169183

Phongsakornrangsilp, P., Phongsakornrangsilp, S., & Panpumisap, P. (2019). Factors important to the application of digital platform of hotel business in Krabi Province. *Thai International Journal of Tourism Academic*, *15*(1), 167–186. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/174921/140249

Sapapud, S., & Wangthanomsak, M. (2021). The administration of professional learning communities in secondary school. *Journal of Education Silpakorn University*, *19*(1), 463–480. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/suedujournal/article/view/251086/169192

Secretariat of the Teachers' Council of Thailand. (2020). *Report writing documents for professional learning communities for higher education mentors*. Bangkok: Secretariat of the Teachers' Council of Thailand.

Somngam, T., & Meekun, K. (2024). The factors promoting membership of teacher's professional learning communities in educational institutions under the Secondary Educational Service Area Office Bangkok 2. *Journal of Buddhist Education and Research*, *10*(4), 200–211. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jber/article/view/279209

Suansumran, S., Sikkhabandit, S., & Bunchakettikul, N. (2024). Participatory engagement of school committees in learning resource management based on the sufficiency economy philosophy. *EDMCU Journal*, *12*(1), 45–60. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDMCU/article/view/269610

Tangtong, K., Dee-aim, K., & Naebnean, T. (2023). A study of problems of the implementation of PLC principle in schools under the Office of Suphanburi Primary Educational Service Area 3. *Education Journal*, *6*(2), 170–181. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edunsrujo/article/view/260606

Tantichuwet, P. (2023). *School and professional learning community*. Nonthaburi: Siam Chulamonthon Co., Ltd.

Thanapiyawanich, A., Polnigongit, W., & Ruksasuk, N. (2020). Digital platform in developing

growth mindset and self-fulfilling prophecy to promote self-efficacy of cooperative education students. *Journal of Social Communication Innovation*, *8*(1), 180–196. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/243145/164945

Trust, T., Krutka, D. G., & Carpenter, J. P. (2016). "Together we are better": Professional learning networks for teachers. *Computers & Education, 102*, 15–34. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.06.007

Trust, T., & Whalen, J. (2020). Should teachers be trained in emergency remote teaching? Lessons learned from the COVID-19 pandemic. *Journal of Technology and Teacher Education, 28*(2), 189–199. https://www.learntechlib.org/p/215995/

Tupthai, T., & Chansirisira, P. (2025). Participatory school management for academic effectiveness in PAO schools: A needs-based study in Northeast Thailand. *Journal of Education and Learning*, *14*(5), 348–364. https://doi.org/10.5539/jel.v14n5p348

Usuwan, S., Pongpitaya, K., & Thepsaeng, S. (2023). Development of learning management in the 21st century using the Professional Learning Community (PLC). *Romphruek Journal of the Humanities and Social Sciences*, *41*(3), 149–168. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/article/view/260728

Vangrieken, K., Meredith, C., Packer, T., & Kyndt, E. (2022). Teacher communities as a context for professional development: A systematic review. *Teaching and Teacher Education, 120*, 103872. https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103872

Wongrugsa, A., Meesuk, P., & Wangkaewhiran, T. (2022). The success factors and outcomes of the PLC type of professional teachers and educational personnel development of the Teachers' Council of Thailand. *Panyapiwat Journal*, *14*(2), 245–258. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/250929

Yamkasikorn, M. (2016). *Professional learning community lecture notes* [Lecture notes]. Department of Local Administration Promotion, Ministry of Interior.

Yimsawat, C., Nawarat, N., & Thongyou, M. (2020). Toward educational equity for ethnic groups in the highlands of Northern Thailand. *Chiang Mai University Journal of Social Sciences and Humanities, 7*(1), 1–15. https://doi.org/10.12982/CMUJASR.2019.0010

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

Education Management Model to Enhance Cross-Border Employability Skills of Chinese Students in Thailand

Haiyan Yang*, Apipa Prachyapruit, Pateep Methakunavudhi

Faculty of Education, Chulalongkorn University

254 Phaya Thai Rd, Wang Mai, Pathum Wan, Bangkok 10330, Thailand

***Received**: November 23, 2025* ***Revised**: April 20, 2026* ***Accepted**: April 30, 2026*

Abstract

This study aims to (1) examine employability skills and educational management components to develop an education management model for Chinese students in Thailand and (2) develop and validate a modular educational management model to improve cross-border employability skills for Chinese students in Thailand. An integrated mixed methods research design was employed. Quantitative data were collected through questionnaires administered to 322 fourth-year Chinese undergraduate students from five Thai higher education institutions and analyzed using confirmatory factor analysis (CFA). Qualitative data were obtained through semi-structured interviews with 30 Chinese executives and employees from five Thai–Chinese companies, together with 25 university administrators and lecturers, and analyzed using content analysis. The results indicated that the proposed models demonstrated a good fit with the empirical data. The employability skills model, consisting of 10 components, yielded a chi-square statistic of 23.079 (df=15, p=0.0825, CFI=0.998, TLI=0.993, RMSEA=0.012, SRMR=0.041), while the educational management model, comprising 11 components, showed a chi-square value of 28.423 (df =25, p=0.2888, CFI=0.999, TLI=0.998, RMSEA=0.012, SRMR=0.021). Overall goodness-of-fit indices met acceptable criteria and were consistent with the qualitative findings. Following the integration and joint interpretation of quantitative and qualitative results, a preliminary model was developed and subsequently validated by a panel of five experts. The refined model, termed the IDEALIST Model, consists of 20 training modules designed to enhance learners' cross-border employability

* Corresponding Author

อีเมล: yang.haiyan777@gmail.com

competencies, along with eight integrated educational management strategies. These strategies encompass learning environment design, instructional management, assessment, faculty development, resource allocation, and collaboration with industry.

Keywords

Modular educational management, Cross-border employability skills, IDEALIST Model, Chinese students

Introduction

In the era of globalization, cross-border mobility in education and employment has continued to grow (Knight, 2005, 2-3) This trend is particularly evident in Thailand–China cooperation, where rising Chinese investment has supported the expansion of sectors such as the digital economy, manufacturing, construction, and tourism (Xiao, 2024).

The number of Chinese students studying in higher education in Thailand increased from 4,543 in 2014 to 22,550 in 2024, representing about 46% of all international students in Thailand (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (MHESI, 2022). This growth reflects stronger competition in China, lower education costs in Thailand, and close bilateral ties. Many students are also attracted by opportunities for international experience, cultural exposure, and language development (Nukitrangsan & Chantrapaha, 2021; Siricharoen, 2023).

However, many Chinese students still face challenges in learning Thai, adapting to local culture, and using academic English effectively (Zheng et al., 2025; Liu, 2024). These difficulties reveal an employability gap, particularly in communication and adaptation to cross-cultural professional environments (Lan et al., 2022). Recent studies confirm that international students continue to encounter barriers in career readiness, workplace integration, and confidence development, highlighting the need for stronger institutional support (Xu et al., 2025, 119-138). In addition, communication competence and the ability to navigate host labor markets remain key factors shaping employability outcomes (Pham, 2021,733-749). These findings suggest that employability development remains an urgent issue for higher education institutions.

To address these issues, Thai higher education institutions need to place greater emphasis on improving the employability and adaptability of Chinese students in cross-cultural professional settings, as employability has become a key responsibility of universities

(Yorke, 2006). This requires not only skill development, but also educational models that integrate curriculum design, staff capacity building, student engagement, and effective use of institutional resources. In addition, collaboration with industry is essential to strengthen experiential learning and graduate employability (Jackson, 2016, 925-939).

Compared with traditional program-based approaches, a modular educational management framework offers a more effective structure for meeting these needs. It organizes employability competencies into progressive learning units that support cross-cultural communication, adaptability, and workplace readiness. This approach is supported by constructivist learning theory, competency-based education, and adult learning theory (Biggs & Tang, 2011; Mulder, 2014; Knowles et al., 2015).

The literature suggests that although graduate employability has received growing attention in Thai higher education, existing practices remain largely program-based and fragmented, with no clearly defined modular educational management model for the systematic development of cross-border employability skills (Yorke, 2006; Jackson, 2016; OECD, 2020). Recent initiatives such as Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) and micro-credentials show increasing policy interest in skills-based learning, but these efforts have not yet been integrated into a coherent framework for international students in Thailand (MHESI, 2022; British Council, 2022a).

Despite these positive developments, a significant gap remains. Studies in Thailand have mainly focused on general employability, internships, language skills, or curriculum improvement. Limited attention has been given to the systematic development of cross-border employability skills among international students, especially Chinese students, the largest international student group in Thailand. Moreover, an empirically grounded modular educational management model is still lacking.

In response to this gap, the present study develops a modular educational management model to enhance the cross-border employability of Chinese students in Thailand. The model is intended to improve student readiness while providing Thai–Chinese enterprises with a practical framework for recruitment and staff development.

Objectives

This research aims to:

1. To examine employability skills and educational management components to develop education management model for Chinese students in Thailand.

2. To develop and validate a modular educational management model to improve cross-border employability skills for Chinese students in Thailand.

Literature Review

1. Cross-Border

Knight (2005, 2-3) defined cross-border as activities involving the movement of people, programs, and services across national boundaries. Prior research has associated the concept of cross-border with areas such as international trade, e-commerce, logistics, and other forms of transnational cooperation. In the present study, the term is applied to employment contexts, particularly Thai–Chinese organizations that require interaction and collaboration among individuals from different linguistic and cultural backgrounds. Accordingly, cross-border employability refers to the interpersonal, communication, adaptive, and professional skills that enable graduates to obtain and perform work effectively in such environments (Gundling, 2007, 29-42).

Research on cross-border work in Southeast Asia shows that it involves more than labor mobility, with language, cultural norms, and workplace practices playing key roles. ASEAN evidence suggests that mobility experiences can improve graduates' adaptability, intercultural communication, and job opportunities (Lim et al., 2022). Studies also show that differences in communication styles, hierarchy, and cultural expectations between Chinese and Thai employees may affect workplace interaction and integration (Hofstede, 2011; Peltokorpi & Froese, 2014). Language barriers and adaptation to local workplace culture are also common challenges (Selmer & Lauring, 2015; Liu & Almor, 2016).

2. Employability Skills

Hillage and Pollard (1998) conceptualize employability as an integrated construct that enables individuals to obtain, retain, and move across labor markets. This frames employability as a continuous form of competitiveness throughout career development (Bao & Wan, 2025). Agrawal and Dasgupta (2018, 85-90) further argue that employability includes professional

knowledge, technical expertise, and soft skills that support both job entry and workplace performance, especially in contexts requiring transferable and adaptable skills.

Based on this literature, the present study identifies ten core competencies for professional practice and cross-border employability: management and leadership skills, language and communication abilities, technological skills, adaptability, critical and cognitive thinking, sales skills, operational skills, collaboration skills, global outlook, and emotional regulation. Together, these competencies form the multidimensional profile required for success in international and cross-cultural labor markets (HREX.asia, 2022; UMASS Amherst College of Social & Behavioral Sciences, 2024; Reynolds, 2017; Gundling, 2007; Zhang, 2016).

The literature also shows that digital transformation and the COVID-19 pandemic have reshaped labor market skill demands. Recent ASEAN studies continue to report employability gaps related to digital readiness, communication skills, and industry alignment. Evidence from Southeast Asian higher education institutions indicates that stronger university–industry collaboration and internationalization are positively associated with graduate employability outcomes (Aviso et al., 2021; Cheng et al., 2022). Existing studies increasingly emphasize that employability extends beyond disciplinary knowledge to include digital competence, adaptability, cross-cultural communication, and the ability to work effectively in diverse and cross-border environments (Yorke, 2006; Jackson, 2016; OECD, 2020a). In multicultural and international work settings, transferable and intercultural skills are increasingly important for graduate employability and sustainable career development (Holmes, 2013; Selmer & Lauring, 2015).

3. Education Management

Education management is commonly understood as a systematic process comprising four main functions: planning, organizing, motivating, and controlling. Planning involves setting objectives, allocating resources, and developing implementation strategies. Organizing focuses on effective structures, clear responsibilities, and balanced resource allocation. Motivation refers to guiding individuals and groups toward educational goals. Controlling involves monitoring performance, conducting evaluations, and using feedback to improve educational quality and efficiency (Nurhikmah, 2024, 82-91).

Tharasisuthi and Towanabut (1999) further emphasized that education management should support students in developing skills, knowledge, attitudes, morals, and behaviors

aligned with social needs. They identified four key management resources, commonly known as the 4Ms: Man, Money, Materials, and Management.

The design of employability-oriented curricula has also been linked to learning theories that emphasize active and student-centered learning. Constructivist learning theory highlights learners' active role in building knowledge through experience, while experiential learning theory stresses real-world engagement and reflective practice as important mechanisms for developing professional and employability-related skills (Biggs & Tang, 2011; Kolb, 1984). In addition, recent educational management literature highlights the use of digital technologies and flexible learning approaches to support modular, personalized, and lifelong learning pathways that respond to changing student and labor market needs (OECD, 2020b; Bates, 2019).

4. Training Module Development

According to Mulder (2012), training modules should be designed to develop specific competencies aligned with expected standards. Effective module design requires clear learning outcomes, appropriate resources, teaching strategies, and suitable assessment methods that respond to learner needs and changing contexts (Donnelly & Fitzmaurice, 2005).

The development of training modules generally involves several stages, including identifying skill gaps, defining learning outcomes, selecting suitable formats, conducting expert review, pilot testing, revising the module, and finalizing it for implementation (Colman, 2024).

The literature on modular training emphasizes flexible, competency-based learning units that support progressive skill development and responsiveness to labor market needs. In higher education, modular approaches have been associated with learner flexibility, skills-oriented curricula, and lifelong learning pathways. In Thailand, recent initiatives such as Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE), micro-credentials, and credit accumulation systems reflect growing interest in modular learning structures (OECD, 2020; MHESI, 2022; British Council, 2022a). Similar developments are also evident across ASEAN universities (British Council, 2022b; UNESCO, 2023).

Despite growing attention to employability, student mobility, and flexible learning, these issues have often been studied separately. Limited research has integrated cross-border employability skills, educational management, and modular learning design for Chinese students in Thailand. Moreover, no empirically validated model has clearly linked curriculum

design, institutional support, industry collaboration, and progressive skill development within one framework. This study addresses that gap.

Research Methodology

Population and Sample Group

The population comprised four groups: (1) Chinese executives and employees working in Thai–Chinese companies, (2) Thai university executives and lecturers responsible for Chinese students, (3) fourth-year Chinese undergraduate students enrolled in Thai higher education institutions, and (4) experts in educational management and cross-border employability in Thailand.

A purposive multi-stage sampling approach was used to recruit participants directly involved in cross-border education or employment contexts. In the first stage, Thai–Chinese companies and Thai higher education institutions were selected based on active cross-border engagement and high Chinese student enrollment. In the second stage, eligible participants were identified and invited to participate.

For the enterprise group, 15 Chinese executives and 15 Chinese employees were selected from five Thai–Chinese companies in Bangkok and Rayong (n = 30). For the higher education group, 10 university executives and 15 lecturers were selected from five Thai higher education institutions with the highest Chinese student enrollment in 2022. In addition, 322 fourth-year Chinese undergraduate students were surveyed, with valid responses retained for analysis. The student sample size exceeded recommended thresholds for confirmatory factor analysis (Hair et al., 2019).

For model validation, five experts were purposively selected, including two specialists in higher education management in Thailand and three specialists in cross-border employability in the Thai context.

Research Instruments

Multiple instruments were used, including semi-structured interview forms, a structured questionnaire, and expert assessment forms. All instruments were developed from the literature and study framework, and content validity was confirmed by experts through acceptable Item–Objective Congruence (IOC) values.

Semi-structured interviews were conducted with Chinese executives and employees in Thai–Chinese companies, as well as Thai university executives and lecturers responsible for

Chinese students, focusing on employability skills, workplace requirements, curriculum relevance, and educational management practices.

A structured questionnaire was administered to fourth-year Chinese undergraduate students in Thai higher education institutions. It covered demographic information, employability skills, and perceptions of educational management practices using a five-point Likert scale. Pilot testing showed acceptable reliability (Cronbach's alpha > 0.70), and construct validity was examined through confirmatory factor analysis (CFA).

Expert assessment forms were used for model validation, with specialists evaluating the proposed model in terms of appropriateness, clarity, feasibility, and applicability.

Data Collection

Data were collected using both quantitative and qualitative methods. Prior to data collection, relevant literature and curricula from five selected Thai universities were reviewed to support the development of the questionnaire and interview protocols.

Quantitative data were gathered through an online questionnaire administered to fourth-year Chinese undergraduate students from the five participating institutions. Distributed via Google Forms and Sojump during the second semester, the survey yielded 322 valid responses from 350 distributed questionnaires.

Qualitative data were collected through semi-structured interviews with Chinese executives and employees from five Thai–Chinese companies, as well as university administrators and lecturers from the participating universities. The interviews explored employability skill requirements and educational management practices. Each interview lasted approximately 45–60 minutes and was conducted over a three-month period.

Data Analysis

Both qualitative and quantitative data were analyzed in line with the research objectives.

Qualitative data from documents and interview transcripts were analyzed using content analysis. A systematic coding process was used to identify meaningful units, develop thematic categories, and generate higher-order themes related to cross-border employability skills and educational management strategies. To enhance trustworthiness, coding and thematic interpretations were reviewed by experts.

Quantitative data were analyzed using descriptive and inferential statistics. Descriptive statistics summarized respondent characteristics, while independent samples t-tests, F-tests,

and one-way ANOVA were used to examine group differences in employability skills and educational management components.

Confirmatory factor analysis (CFA) was conducted to validate the measurement model of educational management components. Model fit was assessed using multiple indices, including χ^2, CFI, TLI, RMSEA, and SRMR, based on commonly accepted criteria.

Ethical Considerations

This study received ethical approval from the Research Ethics Committee of Chulalongkorn University (Approval No. 371/67). All participants were recruited voluntarily. Prior to data collection, they were informed of the objectives of the study, the voluntary nature of participation, and their right to withdraw at any time without penalty. Informed consent was obtained from all participants before questionnaire completion or interviews. All responses were treated confidentially and anonymized for research purposes.

Research Results

To improve clarity and conciseness, the results are reported at the construct level, focusing on findings that inform the proposed educational management model. Item-level statistics were examined during confirmatory factor analysis but are not presented in the main text due to space constraints. The Results section presents qualitative findings, quantitative results, and their integration to support model development.

1. Qualitative Findings on Cross-Border Employability and Educational Management

A total of 55 participants were involved in the qualitative interviews, drawn from four stakeholder groups. These included 15 senior managers from five Thai–Chinese cooperative companies in Bangkok and Rayong, each with at least three years of managerial experience; 15 Chinese employees from the same companies with a minimum of one year of work experience; 10 university-level administrators (at institutional, faculty, or departmental levels) from five higher education institutions with large Chinese student populations, each having at least three years of experience managing Chinese students; and 15 university lecturers who teach Chinese students, each with at least three years of teaching experience. This multi-stakeholder composition ensured diverse and balanced perspectives on cross-border employability skills development.

1.1 Employer Perspectives on Cross-Border Employability Skills

Qualitative findings from interviews with Chinese executives and employees in Thai–Chinese companies indicate that cross-border employability requires a multidimensional combination of linguistic, professional, cognitive, and personal competencies. Key employability themes identified include language and cross-cultural communication skills, industry-specific and professional knowledge (e.g., BOI-related and market-oriented skills), cross-cultural adaptability, analytical and problem-solving abilities, management and teamwork skills, digital and sales-related competencies, and a global mindset supported by strong personal and social attributes. In the terms of educational management perspective, executives and employees also highlighted the need for curriculum approaches that integrate theory with practice, advocating for increased enterprise-based learning opportunities and systematic capacity building for teaching staff, in order to better align instructional delivery with labor market expectations.

1.2 Institutional Perspectives on Educational Management for Cross-Border Employability

Interviews with university executives and lecturers reveal structural challenges in educational management, including curriculum–labor market misalignment, insufficient language preparation and cultural integration, and limitations in teaching capacity and assessment practices.

To address these challenges, participants outlined a clear educational management pathway emphasizing the realignment of curriculum design with cross-border labor market needs, the integration of experiential and work-based learning through industry–university collaboration, and the enhancement of faculty capacity through flexible and technology-enhanced teaching approaches. Participants further highlighted the role of systematic institutional support mechanisms in sustaining employability development beyond the classroom.

2. Quantitative Findings on Employability Skills and Educational Management Components

2.1 Respondent Profile

The demographic characteristics of the respondents are presented in Table 1. A total of 322 fourth-year Chinese undergraduate students participated in the survey. Most respondents were male (63.0%), and the largest proportion came from A University (43.5%),

followed by B University (23.6%) and C University (18.3%). Nearly half of the students were enrolled in Chinese language programs (49.1%), while most respondents were from business and accounting disciplines (63.7%).

Table 1 Demographic Characteristics of Chinese Student Respondents (n = 322)

Variable	Category	Frequency	Percentage
Gender	Male	203	63.0
	Female	119	37.0
Institution	A University	140	43.5
	B University	76	23.6
	C University	59	18.3
	D University	36	11.2
	E University	11	3.4
Program Type	Thai Language Program	11	3.4
	Chinese Language Program	158	49.1
	International Program	81	25.2
	Chinese–English Bilingual Program	72	22.4
Field of Study	Business and Accounting	205	63.7
	Humanities	41	12.7
	Liberal Arts	35	10.9
	Education	16	5.0
	Science and Technology	25	7.8

2.2 Group Differences in Employability Skills and Educational Management

Differences across respondent groups are summarized in Table 2. Independent samples t-tests showed significant gender differences in both overall cross-border employability skills and perceptions of educational management components, with female students reporting higher mean scores than male students. However, one-way ANOVA results indicated no statistically significant differences across fields of study.

Table 2 Independent Samples t-test by Gender on Cross-Border Employability Skills

Variable	Group Comparison	Mean 1	Mean 2	Test Value	p
Employability Skills	Male vs Female	3.90	4.10	t=-2.345	.020*
	Field of Study	-	-	F=0.874	.480
Educational Management	Male vs Female	3.87	4.08	t=-2.592	.010*
	Field of Study	-	-	F=1.155	.331

Note: *p<.05

2.3 Descriptive Statistics and Construct Validity of Cross-Border Employability Skills

Descriptive statistics and confirmatory factor analysis results for cross-border employability skills are presented in Table 3. All skill dimensions were rated at a high level. In addition, all standardized factor loadings exceeded recommended thresholds, indicating satisfactory construct validity.

Table 3 Descriptive Statistics and Confirmatory Factor Analysis of Cross-Border Employability Skills

Skill Dimension	Mean	SD	Std. Loading	R^2
Communication Skills	3.94	0.83	0.794	0.630
Management & Leadership	3.94	0.82	0.933	0.871
Adaptability	4.02	0.83	0.872	0.761
Technological Skills	3.96	0.91	0.830	0.689
Critical Thinking	3.99	0.87	0.884	0.782
Sales Skills	3.96	1.04	0.753	0.567
Collaboration Skills	4.01	0.88	0.881	0.777
Practical Skills	3.95	0.81	0.942	0.888
Emotional Regulation	4.00	0.98	0.705	0.497
Global Outlook	3.96	0.88	0.884	0.781

2.4 Descriptive Statistics and Construct Validity of Educational Management Components

Descriptive statistics and CFA results for educational management components are shown in Table 4. All components were evaluated positively, and strong standardized factor loadings supported the validity of the measurement model

Table 4 Descriptive Statistics and Confirmatory Factor Analysis of Educational Management Components

Management Component	Mean	SD	Std. Loading (β)	R^2
Program Objectives	3.96	1.04	0.647	0.418
Curriculum Structure	3.88	1.06	0.694	0.481
Course Design	3.93	0.96	0.639	0.409
Teaching & Learning	3.96	0.76	0.924	0.854
Co-curricular Activities	3.91	0.76	0.935	0.874
Facilities & Infrastructure	3.97	0.84	0.880	0.774
Student Management	3.88	0.87	0.843	0.711
Faculty	4.00	0.73	0.874	0.764
Industry-related Personnel	4.03	0.78	0.838	0.703
Budget Management	3.97	0.78	0.879	0.773
Evaluation & Assessment	3.95	0.79	0.895	0.801

2.5 Model Fit of the Measurement Models

The model fit indices for both measurement models are presented in Table 5. The results showed that both the Cross-Border Employability Skills (CES) model and the Educational Management Framework (EMF) model demonstrated satisfactory fit with the data, as all indices met recommended criteria.

Table 5 Model Fit Indices for the Measurement Models

Fit Index	Recommended Criteria	CES Model	EMF Model
p-value	> 0.05	0.082	0.289
χ^2 / df	< 2.00	1.538	1.137
CFI	> 0.95	0.998	0.999
TLI	> 0.95	0.993	0.998
SRMR	< 0.05	0.012	0.012
RMSEA	< 0.05	0.041	0.021

Note. CES = Cross-Border Employability Skills; EMF = Educational Management Framework.

3. Integration of Qualitative and Quantitative Findings for Model Development

Drawing on qualitative interviews and quantitative survey findings, this study integrated both data sources to develop a modular educational management model for cross-border employability. For clarity, results are reported at the construct level, while item-level statistics were examined during confirmatory factor analysis but are omitted due to space limitations.

Qualitative interviews with Chinese executives, employees, and university staff identified key workplace expectations and institutional factors shaping employability development. These findings were triangulated with survey results from Chinese students, showing strong convergence across employer, institutional, and student perspectives.

The integration process identified fourteen core cross-border employability skill domains: language and communication, specialized skills, cross-cultural adaptability, social and personal skills, management and leadership, cognitive skills, operational skills, problem-solving, technological application, collaboration, integrative skills, sales, entrepreneurship, and global perspective. Ten domains were strongly supported by the quantitative factor structure, while four domains specialized skills, integrative skills, problem-solving, and entrepreneurship emerged more strongly from the qualitative findings and were retained because of their practical importance in Thai–Chinese organizational contexts. These fourteen domains were subsequently translated into twenty structured training modules, with some domains divided into multiple course units, while an additional finance-related module was added following expert review.

Findings related to educational management were further consolidated into eight integrated management strategies covering curriculum design, teaching implementation, industry engagement, experiential learning, technology-enhanced learning, and institutional support. Together, these findings formed the foundation of the proposed IDEALIST Model.

4. Development and Validation of the Modular Educational Management Model

The proposed educational management model was designed to enhance the cross-border employability of Chinese students in Thailand. It was refined through expert review involving five specialists in employability, international student management, human resource management, and higher education. Content validity was confirmed with an overall Index of Item-Objective Congruence (IOC) score of 0.92. Revisions were then made based on expert recommendations.

Developed in response to growing Thailand–China economic cooperation and increasing demand for cross-border talent, the model aims to strengthen fourteen identified employability skill domains among Chinese students in Thai higher education institutions.

The final model, named the IDEALIST Model, consists of nine integrated components: one core component comprising twenty employability training modules, and eight supporting educational management strategies represented by the acronym IDEALIST. The training modules define the skill content, while the eight strategies provide the framework for implementation and institutional support. The nine components are described as follows.

Part 1: Employability Skills Training Modules for Chinese Students Studying in Thailand

This dimension focuses on 20 training modules designed to enhance skills for cross-border employability across fourteen categories. These modules are designed to equip Chinese students, with the ability to enter labor markets with the right skills, The modules are summarized in Table 6 as follows.

Table 6 Overview of Employability Skills Training Modules

Module No.	Module Title	Skill Category Developed	Key Learning Focus	Learning Hour
Module 1	Thai Language for Communication in Industry and Business Contexts	Language and Communication Skills	1. Specialized vocabulary 2. Thai communication in various workplace situations 3. Thai–Chinese translation in industry and business	18 hours of coursework + 24 hours of practice
Module 2	English Language for Workplace Communication	Language and Communication Skills	1.Effective Business Email Writing in English 2.Practical English Report Writing Skills 3.Cross-Cultural Communication with International Clients 4.Professional Presentation Skills in English 5.English for Workplace Coordination and Progress Reporting	12 hours of coursework + 24 hours of practice
Module 3	Native Language Review:	Language and Communication Skills	1. Professional Business Email Writing 2. Effective Meeting Presentation Techniques	12 hours of coursework

Table 6 Overview of Employability Skills Training Modules (Continue)

	Professional Chinese Communication for the Workplace		3. Project and Action Plan Writing Techniques 4. Performance Review and Evaluation Report Writing 5. Negotiation Skills 6. Marketing Communication Skills 7.Knowledge Transfer and Instructional Techniques	+ 12 hours of practice
Module 4	Go-To-Market Strategy Planning	Specialized Skills	1. Introduction to GTM's Work Structure 2. Market/Target Group Analysis 3. Marketing strategy planning for channels and sales 4. Sales analysis and proposing solutions 5. Understanding of the PSI system and inventory management	10 hours of coursework + 20 hours of practice
Module 5	Thailand Board of Investment Policies and Investment Practices for Foreign Enterprises	Specialized Skills	1.Roles and rules of Thailand's BOI, 2.Conditions, industries, and the BOI's investment promotion policies. 3. Establishing, applying, and coordinating taxation with BOI advantages for companies. 4.Case studies on foreign company investments in Thailand	12 hours of coursework + 16 hours of practice
Module 6	E-Commerce Business Operations	Specialized Skills	1. Overview of Thailand's E-Commerce Market Structure and Major Platforms (e.g., Lazada, Shopee, TikTok Shop) 2. Store Setup, Operational Processes, and Practical Online Marketing Skills 3. E-Commerce Marketing and Traffic Generation Strategies	12 hours of coursework + 16 hours of practice
Module 7	Fundamental Accounting Practices in	Specialized Skills	1.Fundamental Financial Concepts 2. Financial Statements and Reporting in Organizations	16 hours of coursework

Table 6 Overview of Employability Skills Training Modules (Continue)

	Thai–Chinese Enterprises		3.Basic Corporate Taxation in Thai–Chinese Companies 4.Fundamentals of Cost and Budget Management	+ 12 hours of practice
Module 8	Basic Legal Knowledge for Business and International Trade	Specialized Skills	1.Basic legal knowledge of the Civil and Commercial Code 2.Basic legal knowledge of the Foreign Business Act 3. Basic legal knowledge of legal instruments for international trade 4. Basic legal knowledge of business contracts	20 hours of coursework + 12 hours of practice
Module 9	Cross-Cultural Communication and Adaptability	Cross-Cultural Adaptability Skills	1. Cultural theories 2. Cultural differences 3. Communication techniques with people from different cultures 4. Thai social etiquette, business etiquette, and workplace etiquette	10 hours of coursework + 6 hours of practice
Module 10	Personal Skill Development for Career Success	Personal and Social Skills	1.Development of responsibility and self-management skills 2.Development of interpersonal relationship-building skills 3.Development of time management skills 4.Development of emotional intelligence skills 5.Development of stress management and coping skills	10 hours of coursework + 6 hours of practice
Module 11	Management and Leadership Skill Development	Management and Leadership	1.Theories of organizational management and corporate operational processes 2. Development of cross-cultural management skills 3. Development of training and human resource development skills	10 hours of coursework + 10 hours of practice

Table 6 Overview of Employability Skills Training Modules (Continue)

			4. Development of the ability to cope with challenges 5. Development of strategic planning skills	
Module 12	Practical Workplace Skill Development	Operational Skills	1. Time management 2. Assigned task management 3. Providing professional feedback 4. Receiving feedback with an open mindset 5. Structure and logic of reporting 6. Training structure and the design of training documents and materials 7. Work review and quality checking techniques 8. Systematic data collection and record-keeping	4 hours of coursework + 16 hours of practice
Module 13	Critical Thinking and Effective Problem-Solving Skills	Cognitive Skills & Problem-Solving Skills	1. Fundamentals of deductive and inductive reasoning 2. Logical structure and analytical reasoning 3. Critical questioning techniques 4. Creative thinking techniques 5. Problem identification and analysis 6. Decision-making and problem-solving processes	8 hours of coursework + 16 hours of practice
Module 14	Digital Skills Development: Workplace Software and Artificial Intelligence Tools	Software and Technology Application Skills	1. Techniques for using Microsoft Excel (Pivot Tables / VLOOKUP) 2. Techniques for using Microsoft Word for document formatting 3. Use of Microsoft PowerPoint for structured slide design aligned with presentation content 4. Techniques for using AI tools to enhance work efficiency (e.g., ChatGPT, DeepSeek, and other platforms)	12 hours of coursework + 16 hours of practice

Table 6 Overview of Employability Skills Training Modules (Continue)

Module 15	Teamwork and Collaborative Skill Development	Personal and Social Skills	1.Conflict management and decision-making in teams 2. Techniques for effective teamwork 3. Team communication techniques	6 hours of coursework + 6 hours of practice
Module 16	Integrated Skill Development for Workplace Success	Integrative Skills	1. Industry trends and foundational knowledge across sectors 2. Fundamental knowledge of human resource management 3. Knowledge of procurement and purchasing processes 4. Fundamental knowledge of marketing	24 hours of coursework + 8 hours of practice
Module 17	Online and Offline Sales Skill Development	Sales Skills	1. Differences in local markets and consumer behavior across business sectors in Thailand and China 2. Development of on-site sales skills, including sales scripts and persuasive selling techniques 3. Development of online sales skills, including live-streaming sales strategies and online customer service on Shopee, Lazada, and TikTok	10 hours of coursework + 26 hours of practice
Module 18	Entrepreneurial Skill Development	Intrapreneurial Skills	1. Innovative thinking and opportunity identification 2. User research and market analysis 3. Product and business model design 4.Fundamentals of marketing and online community strategies	12 hours of coursework + 24 hours of practice
Module 19	Global Perspective Development	Global Perspective Skills	1. Context and trends of globalization 2. Cultural differences and value-based conflicts 3. Contemporary international issues 4. Thailand's economy, politics, and culture	12 hours of coursework + 4 hours of practice

Table 6 Overview of Employability Skills Training Modules (Continue)

Module 20	Job Application and Career Preparation Skills (Supporting Module, not Included in the 14 Employability Skill Dimensions)	Supporting / Enabling Skills	1.Writing a curriculum vitae (CV) or résumé for job applications 2. Practicing interview skills and professional interview etiquette 3. Career planning strategies 4. Guidance on job search information and resources	8 hours of coursework + 4 hours of practice

The researchers present examples of Two training modules, selected from a total of twenty, that were considered to be most critical for employability skill development by both executives and employees during interviews. Details for these two modules are below (Tables 7-8).

Table 7 Example Module 1: Thai Language for Communication in Industry and Business

Module 1	**Thai Language for Communication in Industry and Business**
Skill Category Developed	Language and Communication Skills
Objective	To enable students to learn specialized vocabulary in various industries and business sectors, and to develop the ability to communicate in Thai with Thai people.
Main Content	1) Specialized vocabulary 2) Thai communication in various workplace situations 3) Thai–Chinese translation in industry and business as follows - Manufacturing industry/factories - New energy industry - E-commerce and digital technology industry - Logistics and supply chain industry - Medical industry - Legal services industry - International business sector
Teaching and Learning Management	1) Content-based training focuses on learning the language while also acquiring information in the industry and business areas.

Table 7 Example Module 1: Thai Language for Communication in Industry and Business (Continue)

Module 1	**Thai Language for Communication in Industry and Business**
	2) Participatory learning involves using role-playing to establish workplace conversations, simulate meetings, practice customer contacts, and train in presentation abilities. 3) Experiential learning involves bringing students to Chinese companies to develop their speaking and translation skills.
Instructor	1) Native Thai instructors in the Thai language field. 2) Experts in translation and interpretation, with professional experience in industry or business sectors.
Assessment	Testing translation skills and communication skills in actual workplace settings
Learning Hours	18 hours of coursework + 24 hours of practice

Table 8 Example Module 4: Go-To-Market (GTM) Strategy Planning

Module 4	**Go-To-Market (GTM) Strategy Planning**
Skill Category Developed	Specialized Skills
Objectives	1) To enable students to learn how to analyze market data, sales data, and target group information. 2) To enable students to build skills in writing techniques for marketing and sales channels. 3) To enable students to learn how to manage purchasing, sales, and inventory (PSI: Purchase + Sales + Inventory).
Main Content	1) Introduction to GTM's Work Structure 2) Market/Target Group Analysis 3) Marketing strategy planning for channels and sales 4) Sales analysis and proposing solutions 5) Understanding of the PSI system and inventory management
Teaching and Learning Management	1) Case-based learning leveraging corporations' strategic plans for releasing new items into the market. 2) Project-based learning by producing GTM plans. 3) In experiential learning, students analyze company sales data and propose solutions.
Instructor	GTM managers or product managers from top organizations with more than five years of professional experience in the role

Table 8 Example Module 4: Go-To-Market (GTM) Strategy Planning(Continue)

Module 4	**Go-To-Market (GTM) Strategy Planning**
Assessment	Practical evaluation through analytical reports, preparation of strategic plans, and inventory management tasks.
Learning Hours	10 hours of coursework + 20 hours of practice

Part 2: International Learning Environment (I)

This component emphasizes an inclusive learning environment that supports Chinese students' academic and social adjustment. Key practices may include bilingual services, orientation programs, advising, and interaction between local and international students.

Part 3: Diverse Instructional Strategies (D)

This component focuses on flexible and updated teaching approaches. Blended learning, case studies, project-based learning, and collaborative tasks can enhance engagement and practical skills.

Part 4: Expert "Learning Facilitators" (E)

This component highlights the importance of qualified academic and support staff. Staff development, mentoring, guest speakers, and student support services can strengthen learning and career readiness.

Part 5: Assessment for True Potential (A)

This component promotes authentic assessment methods that better reflect learner competence. Portfolios, simulations, projects, and employer participation can improve evaluation quality.

Part 6: Linking Budget to Outcomes (L)

This component stresses aligning financial resources with learning goals. Budgets for training, technology, internships, and staff development should be linked to measurable outcomes.

Part 7: Industry Collaboration (I)

This component focuses on strong university–industry partnerships. Internships, company projects, guest lectures, and employer consultation can improve graduate employability.

Part 8: Systematic Co-Curricular Activities (S)

This component emphasizes structured co-curricular activities that develop soft skills and confidence. Leadership programs, student clubs, volunteering, and intercultural activities are valuable examples.

Part 9: Theory–Practice Integration (T)

This component highlights the connection between academic learning and workplace application. Internships, fieldwork, simulations, and applied projects can help students become job-ready graduates.

In summary, the IDEALIST Model provides an integrated framework for enhancing the cross-border employability of Chinese students in Thailand through structured training modules and supporting educational management strategies, as illustrated in Figure 1.

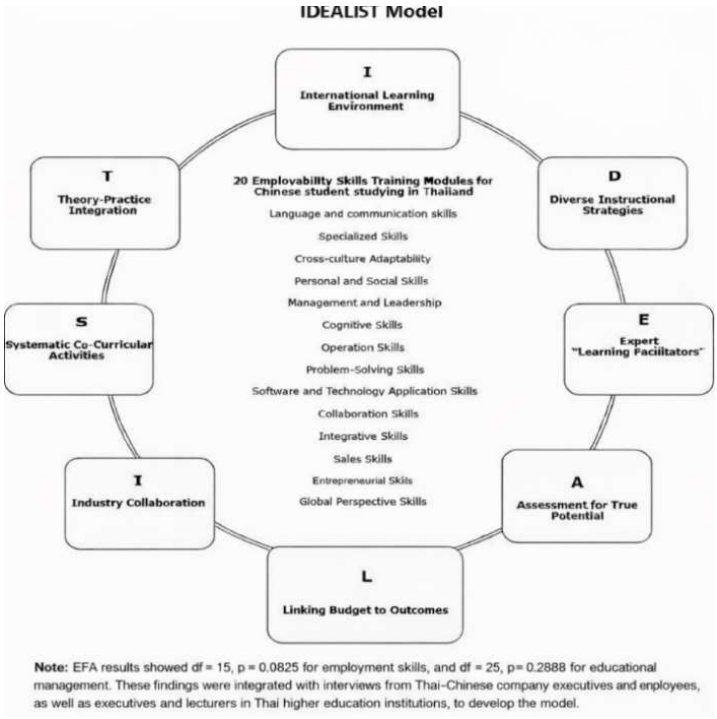


Figure 1 Educational Management Model “IDEALIST” for Enhancing Cross-Border Employability Skills for Chinese Students Studying in Thailand

Discussion

Cross-Border Employability as a Multidimensional Skill Set

The findings indicate that cross-border employability should be understood as a multidimensional skill set rather than a single competence. The fourteen identified domains show that successful cross-border employment requires the combined use of language and communication, cross-cultural adaptability, cognitive skills, problem-solving, technological

application, and global perspective. This supports employability frameworks that view employability as a composite construct shaped by transferable skills and adaptability (Hillage & Pollard, 1998; Yorke, 2006; Sathiyay, 2024), and is also consistent with Scalberg (2013), Cai (2014), and Liu (2024), who emphasized the importance of cultural intelligence, international business knowledge, legal awareness, and global mindset.

What is more, this study suggests that these competencies need to be applied simultaneously in cross-border work settings. In the Thai–China context, Chinese graduates need not only language ability, but also the capacity to navigate organizational hierarchy, cultural expectations, and changing digital work practices. Universities therefore need more integrated and practice-oriented approaches that combine academic learning with workplace, intercultural, and digital skill development.

Educational Management Pathways Supporting Employability Development

The Research Results highlight that employability development depends not only on curriculum content, but also on broader educational management pathways, including curriculum–labor market alignment, experiential learning, institutional support, and industry engagement. This supports educational management perspectives that emphasize planning, organization, and implementation in achieving educational objectives (Nurhikmah, 2024). It also aligns with experiential and constructivist learning theories, which view active and real-world learning as essential for competence development (Kolb, 1984; Biggs & Tang, 2011).

The results further extend previous studies by showing that co-curricular learning, interactive pedagogy, and supportive learning environments can strengthen students' adaptability and professional readiness (Atobatele et al., 2024; Chen, Zhang, & Wu, 2024; Pham et al., 2018). In addition, this study highlights the often underexplored roles of faculty management, administrative coordination, evaluation systems, and resource allocation in sustaining employability initiatives. These findings also complement Subandi et al. (2024), who emphasized instructors as key actors in effective educational management, and Sun (2022), who stressed the value of technology-enabled and experiential learning.

This situation especially has relation to Thailand, in which the universities are carrying out expansion of international student recruitment work, and at the same time they are responding to the demands of labor market that are connected with Chinese investment and regional economic integration. The research results indicate that employability results are formed not only by students' personal hard work, but also by the efficiency that schools carry

out the arrangement of support systems, work position study opportunities, and cooperation with employing units.

Value of the Modular Educational Management Model for Cross-Border Employability

Integrating employability skills with educational management pathways provides a coherent framework for enhancing cross-border employability. The conversion of fourteen skill domains into twenty training modules shows how employability concepts can be translated into practical learning design. This reflects competency-based and modular training principles that emphasize flexibility and responsiveness to labor market needs (Mulder, 2012). The model therefore offers an empirically grounded framework linking skills development, institutional management, and training design.

In practice, the modular structure is well suited to Thai higher education institutions because it can be adapted across universities, disciplines, and student needs. It also allows modules to be updated efficiently in response to changing labor market demands without redesigning entire degree programs.

Convergence and Differences in Skill Emphasis

Although employers, institutions, and students showed broad agreement on core cross-border employability requirements, they differed in the emphasis placed on specific skills. Employers prioritized job-ready and operational skills, students focused more on language proficiency and labor market entry, while institutions emphasized balancing immediate market needs with long-term educational goals. These differences reflect stakeholder roles rather than fundamental disagreement, highlighting the need for integrative frameworks that balance short-term job readiness with sustainable career development in the Thai–China context.

Conclusion

Summary of Findings

Using an integrated mixed methods approach, this study identified fourteen core cross-border employability skill domains relevant to Chinese students in Thailand. Educational management components were validated through confirmatory factor analysis. Based on the convergence of employer, institutional, and student perspectives, the IDEALIST Model was

developed, comprising twenty training modules and eight educational management strategies to enhance cross-border employability.

Limitations

This study has several limitations. First, it was conducted within the specific context of Thai higher education, which may limit generalizability. Second, the quantitative sample focused on fourth-year Chinese undergraduate students selected through purposive sampling and may not represent other student groups. Third, the model was structurally validated, but post-training outcomes were not directly assessed.

Recommendations for Future Research

(1) Examining the long-term impact of the proposed model through longitudinal or follow-up studies, and to track graduates' employment outcomes and career development. (2) Experimental or quasi-experimental designs could further assess the effectiveness of modular employability training. (3) Expanding samples across institutions, disciplines, and academic years would also strengthen future investigations.

Practical Implications

The findings offer practical implications for stakeholders in cross-border education and employment. Effective use of the proposed framework and training modules requires adaptation to institutional, industry, and student contexts, as well as close alignment between curriculum design and labor market needs. Sustainable implementation also depends on faculty development, administrative coordination, and adequate resources. Thai universities may apply the IDEALIST Model to improve international student programs through modular training, curriculum enhancement, and stronger industry links, while MHESI may consider its use in national policies related to student development, graduate employability, and higher education internationalization. Key users include university administrators, curriculum planners, international offices, faculty leaders, and policymakers.

References

Agrawal, V., & Dasgupta, S. (2018). Identifying the key employability skills: Evidence from literature review. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 3*(Innovation in Management), 85–90. https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Conf.1802-2018/Volume-3/Innovation%20in%20Management/11.%2085-90.pdf

Atobatele, F. A., Kpodo, P. C., & Eke, I. O. (2024). Faculty engagement in international student success: A review of best practices and strategies. *International Journal of Applied Research in Social Sciences, 6*(3), 440–459.

Aviso, K. B., Demeterio, F. P. A., Janairo, J. I. B., Lucas, R. I. G., Promentilla, M. A. B., Tan, R. R., & Yu, D. E. C. (2021). What university attributes predict for graduate employability? *Cleaner Engineering and Technology, 2*, 100069. https://doi.org/10.1016/j.clet.2021.100069

Bao, W., & Wan, Y. H. (2025). Theoretical construction of employability of Chinese college students from the perspective of pedagogy. *Employment of Chinese College Students, (1),* 9–19. https://doi.org/10.20017/j.cnki.1009-0576.2025.01.002

Bates, T. (2019). *Teaching in a digital age: Guidelines for designing teaching and learning* (2nd ed.). Tony Bates Associates. https://opentextbc.ca/teachinginadigitalage/

Biggs, J., & Tang, C. (2011). *Teaching for quality learning at university: What the student does* (4th ed.). Open University Press.

British Council. (2022a). *Thailand to pilot the National Credit Bank system*. https://www.britishcouncil.or.th/en/education/higher-education/national-credit-bank

British Council. (2022b). *The shape of global higher education: International mobility of students, research, and education provision*. British Council. https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/h002_transnational_education_tne_ihe_report_final_web_2.pdf.

Cai, Y. (2014). Enhancing overseas Chinese graduate employability: The case of Chinese graduates with Finnish academic qualifications. *Frontiers of Education in China, 9*(3), 377–402. https://doi.org/10.3868/s110-003-014-0031-x

Chen, J., Zhang, S., & Wu, X. (2024). Talent cultivation path of Chinese international education majors under the background of the Belt and Road Initiative. *Adult and Higher Education, 6*(6), 101–108.

Cheng, M., Adekola, O., Albia, J., & Cai, S. (2022). Employability in higher education: A review of key stakeholders' perspectives. *Higher Education Evaluation and Development, 16*(1), 16–31. https://doi.org/10.1108/HEED-03-2021-0025

Colman, H. (2024). *How to create a training module: A step-by-step guide.* iSpring Solutions. https://www.ispringsolutions.com/blog/how-to-create-training-module

Donnelly, R., & Fitzmaurice, M. (2005). Designing modules for learning. In G. O'Neill, S. Moore, & B. McMullin (Eds.), *Emerging issues in the practice of university learning and teaching* (pp.99-110). AISHE. https://arrow.tudublin.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=ltcbk

Gundling, E. (2007). Twelve people skills for doing business across borders. *Employment Relations Today, 34*(2), 29–42. https://doi.org/10.1002/ert.20150

Hillage, J., & Pollard, E. (1998). *Employability: Developing a framework for policy analysis* (Research Report No. 85). Institute for Employment Studies.

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, *2*(1), Article 8. https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014

Holmes, L. (2013). Competing perspectives on graduate employability: Possession, position or process? *Studies in Higher Education*, *38*(4), 538–554. https://doi.org/10.1080/03075079.2011.587140

HREX.asia. (2022). *Skills required to enter the global labor market today.* https://th.hrnote.asia/tips/190809-skills-for-globalization/

Jackson, D. (2016). Re-conceptualising graduate employability: The importance of pre-professional identity. *Higher Education Research & Development*, *35*(5), 925–939. https://doi.org/10.1080/07294360.2016.1139551

Knight, J. (2005). Cross-border education: Not just students. *International Higher Education, 41,* 2–3. https://doi.org/10.6017/IHE.2005.41.7499

Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2015). *The adult learner: The definitive classic in adult education and human resource development* (8th ed.). Routledge.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.

Lan, X., Lu, Z., & Peng, X. (2022). Cross-cultural adaptation of Chinese students learning Thai language online in the post-pandemic era: A case study of the Sino–Thai cooperation program at Guangxi University of Foreign Languages. *US–China Foreign Language, 20*(8), 287–295. https://doi.org/10.17265/1539-8080/2022.08.002

Lim, S., Falaq, L., Nguyen, T., & Dela Cruz, M. (2022). *Graduate employability in ASEAN: The contribution of student mobility.* ASEAN Secretariat. https://connectivity.asean.org/wp-

content/uploads/2022/11/FINAL-Digital-Version-V1_221108_Graduate-Employibility-in-ASEAN.pdf

Liu, J. (2024). New path of foreign-related legal talent training in universities under the Belt and Road Initiative. *Region – Educational Research and Reviews, 6*(12), 156.

Liu, Y., & Almor, T. (2016). How culture influences the internationalization of Chinese firms. *Management International Review*, *56*(6), 855–882. https://doi.org/10.1007/s11575-016-0296-7

Ministry of Commerce People's Republic of China. (2023). *The Thailand-China Rayong Industrial Park promotes the high-quality development of the "One Belt, One Road" and China-Thailand economic and trade cooperation ushers a new period of opportunities.* http://fec.mofcom.gov.cn/article/fwydyl/zgzx/202306/20230603415827.shtml

Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2022). The notification of the Commission on Higher Education Standard on criteria and guidelines for the promotion of CWIE program provision B.E. 2565 (2022). https://cwie.mhesi.go.th/

Mulder, M. (2012). Competence-based education and training. *Journal of Agricultural Education and Extension, 18*(3), 305–314. https://doi.org/10.1080/1389224X.2012.670379

Mulder, M. (2014). Conceptions of professional competence. In S. Billett et al. (Eds.), *International handbook of research in professional and practice-based learning* (pp. 107–137). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-017-8902-8_5

Nurhikmah, N. (2024). Educational management functions: Planning, organizing, actuating, controlling. *Intiha, 1*(2), 82–91. https://doi.org/10.58988/intiha.v1i2.293

Nukitrangsan, K., & Chantrapaha, K. (2021). *A preliminary study on Chinese students in Thailand* (Final report). National Research Council of Thailand (NRCT). https://www.khonthai4-0.net/system/resource/file/kpfgo_content_attach_file_313_1.pdf

OECD. (2020a). *Strengthening the governance of skills systems: Thailand*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9789264307551-en

OECD. (2020b). *Education in the digital age: Skills, learning, and policy implications*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/5f3ff2fd-en

Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2024). *Graduate statistics database.* Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. https://info.mhesi.go.th/stat_graduate.php?search_year=2567

Pham, T. (2021). Communication competencies and international graduates' employability outcomes: Strategies to navigate the host labour market. *Journal of International Migration and Integration, 23*(2), 733–749. https://doi.org/10.1007/s12134-021-00869-3

Pham, T., Bao, D., Saito, E., & Chowdhury, R. (2018). Employability of international students: Strategies to enhance their experience on work-integrated learning (WIL) programs. *Journal of Teaching and Learning for Graduate Employability, 9*(1), 62–83. https://doi.org/10.21153/jtlge2018vol9no1art693

Peltokorpi, V., & Froese, F. (2014). Expatriate personality and cultural fit: The moderating role of host country context on job satisfaction. *International Business Review, 23*(1), 293–302. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.05.004

Reynolds, J. (2017). *The top 7 skills needed for success in international business.* Hult International Business School. https://www.hult.edu/blog/skills-needed-in-international-business/

Sathiyay, R. (2024). Strategies adopted by employees toward meeting the requirements of international company needs and developing global efficiency. *International Journal for Multidisciplinary Research, 6*(3), 1–10.

Scalberg, E. J. (2013). Professional development for cross-border managers: New growth opportunities for executive education. *Journal of Teaching in International Business, 24*(3–4), 238–261. https://doi.org/10.1080/08975930.2013.860062

Selmer, J., & Lauring, J. (2015). Host country language ability and expatriate adjustment. *International Journal of Human Resource Management*, *26*(3), 401–420. https://doi.org/10.1080/09585192.2013.809097

Siricharoen, N. (2023). Enhancing university education business: Motivations of Chinese students studying in Thailand. *Journal of ASEAN PLUS Studies, 4*(2), 51–69. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/aseanplus/article/view/266858

Subandi, A. R., Putri, A. I. A., Sanusi, H. A., & Kusumaningrum, H. (2024). Strategies for developing the competencies of teachers and staff in educational human resource management. *Edukasi, 21*(1), 106–122. https://doi.org/10.31571/edukasi.v21i1.7080

Sun, J. (2022). A Malaysian research university's initiative to develop international students' employability skills. In T. L. H. Nghia, B. C. Bui, J. K. N. Singh, & V. N. Lu (Eds.), *Graduate employability across contexts* (pp. 187–205). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-19-3119-1_10

Tharasisuthi, P., & Towanabut, W. (1999). *Principles and theories of educational administration* [in Thai]. Ramkhamhaeng University Press.

UMASS Amherst College of Social & Behavioral Sciences. (2024). *Top 10 skills required in international development and for overseas jobs.* https://sbspathways.umass.edu/blog/2021/12/01/top-10-skills-required-in-international-development-and-for-overseas-jobs/

UNESCO. (2023). *Micro-credentials for lifelong learning and employability: Regional developments in Asia and the Pacific*. UNESCO.

Xiao, T. (2024, September 27). China–Thailand economic ties: Trade and investment opportunities. *China Briefing.* https://www.china-briefing.com/news/china-thailand-economic-ties-trade-and-investment-opportunities

Xu, S., Mansor, A. N., & Amat, S. (2025). Higher education strategies for enhancing the employability of international students: A systematic review of the postpandemic era. *Journal of International Students, 15*(5), 119–138. https://doi.org/10.32674/mv48v134

Yorke, M. (2006). *Employability in higher education: What it is – what it is not*. Higher Education Academy.

Zhang, B. (2016, March 16). What kind of people do multinational companies need? *China Youth Online.* https://qnck.cyol.com/html/2016-03/16/nw.D110000qnck_20160316_1-17.htm

Zheng, Z., Buarabha, H., Sriruksa, A., & Syers, S. (2025). Understanding stress and academic adaptation: A comparative study of Chinese international students in Thailand. *Journal of Ecohumanism, 4*(1), Article 1049. https://doi.org/10.62754/joe.v4i1.5911

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

สถานการณ์เงินหยวนดิจิทัลในยุคดิจิทัลและความท้าทายต่อการปรับตัวในภาคธุรกิจไทย

The Digital Yuan in the Digital Era and the Challenges for Thai Businesses

ระพีพร มหาพรหม[1*], พิรัญญา พิหมิว[1], รุ่งรดิศ เมืองลือ[2]

Rapeeporn Mahaprom[1*] , Pirunya Pimiw[1] , Rungradith Muanglue[2]

[1]วิทยาลัยนานาชาติ, มหาวิทยาลัยพายัพ (เขตแม่คาว)

เลขที่ 272 ตำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210 ประเทศไทย

International College, Payap University (Mae Khao Campus)

272, San Phranet Subdistrict, San Sai District, Chiang Mai 50210, Thailand

[2]วิทยาลัยนวัตกรรมอาหารและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

เลขที่ 38 ถนนหาดเจ้าสำราญ ตำบลนาวุ้ง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 ประเทศไทย

College of Food and Hospitality Innovation, Phetchaburi Rajabhat University

38, Hat Chao Samran Rd., Nawung Subdistrict, Mueang District, Phetchaburi 76000, Thailand

***รับบทความ**: 10 พฤศจิกายน 2568* ***ปรับปรุงบทความ**: 4 มีนาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 17 มีนาคม 2569*

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์เงินหยวนในยุคดิจิทัลในปัจจุบันที่ส่งผลต่อระบบการเงินของโลก โดยวิเคราะห์จากแนวคิดของรัฐบาลจีนในการสร้างหยวนดิจิทัล ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั้งสังคมภายในประเทศจีนและระบบเศรษฐกิจโลก รวมถึงการรับมือของธนาคารแห่งประเทศไทยที่มีต่อระบบการเงินดิจิทัล รวมถึงผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวม และความท้าทายต่อภาคธุรกิจไทยในอนาคต โดยเป็นบทความนี้เป็นบทความเชิงคุณภาพที่ศึกษาจากงานวิจัย ที่ ได้มีการวิเคราะห์จากฐานข้อมูลของประเทศจีน(CNKI) และทบทวนจากเอกสารวิชาการ รายงานจากองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงข้อมูลจากเครือข่ายออนไลน์ เพื่อประกอบการในการวิเคราะห์ถึงผลกระทบ แนวโน้ม และการปรับตัวของภาคธุรกิจในอนาคต พบว่า ในปัจจุบันความนิยมของหยวนดิจิทัลยังไม่สูง และยังอยู่ในช่วงทดลองใช้ และผู้ใช้บริการชาวจีนยังเห็นว่าการใช้หยวนดิจิทัลยังมีบทบาทในชีวิตประจำวันไม่มาก และเป็นเพียงหนึ่งในทางเลือกในการชำระเงินนอกเหนือจาก Alipay และ WeChat Pay แต่รัฐบาลจีนยังคงมีนโยบายผลักดันและส่งเสริมให้ใช้เงินหยวน

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: rapeeporn_m@payap.ac.th

ดิจิทัลทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาคธุรกิจไทยอาจจะได้รับผลพ่วงจากการเปลี่ยนระบบการชำระเงิน โดยเฉพาะการค้าขายผ่านระบบ E-Commerce จึงเป็นความท้าทายที่ธุรกิจไทยจะต้องเตรียมความพร้อม เพื่อเข้าสู่แพลตฟอร์ม E-commerce ในจีนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และในส่วนของธนาคารแห่งประเทศไทยถือเป็นตัวกลางในการด้านการเงิน โดยเฉพาะการโอนสกุลเงินดิจิทัลกับธนาคารกลางจีนจึงควรเร่งดำเนินการหาแผนรองรับเพื่อปรับตัวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวกด้านการรับชำระเงินสำหรับนักท่องเที่ยวและภาคธุรกิจของทั้งสองประเทศ อันจะช่วยป้องกันการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ

คำสำคัญ

หยวนดิจิทัล เทคโนโลยีดิจิทัลของจีน การเงินดิจิทัลของจีน เงินหยวน

Received: *November 10, 2025* ***Revised:*** *March 4, 2026* ***Accepted:*** *March 17, 2026*

Abstract

This academic article adopts a systematic literature review to examine the current status of the Renminbi (RMB) in the digital era and its impact on the global financial system. It analyzes the Chinese government's strategy in developing the Digital Yuan, the factors affecting China's domestic and global economic systems, and the responses of the Bank of Thailand to digital financial developments. The study also considers the overall economic implications and future challenges for the Thai business sector. The findings suggest that the adoption of the Digital Yuan remains limited and is currently in the pilot implementation phase. Chinese users generally perceive its role in daily transactions as marginal, considering it merely an alternative payment instrument alongside Alipay and WeChat Pay. Despite its relatively low penetration, the Chinese government continues to advance strategic policies to promote the Digital Yuan both domestically and internationally as part of its broader financial modernization agenda. These developments may generate spillover effects on the Thai business sector, particularly in cross-border trade and e-commerce transactions. Consequently, Thai enterprises must proactively enhance their institutional readiness to ensure legal and regulatory compliance when entering Chinese e-commerce platforms. Furthermore, the Bank of Thailand, as the key monetary authority, should expedite the formulation of policy frameworks to facilitate potential digital currency interoperability with the People's Bank of China. Such strategic adaptation would strengthen cross-border payment

infrastructure, support tourism and bilateral trade, and mitigate the risk of opportunity loss in an evolving digital financial landscape.

Keywords

Digital Yuan, China's Digital Technology, China's Digital Finance, Renminbi

1. บทนำเกี่ยวกับสถานการณ์เงินหยวนดิจิทัลในปัจจุบัน (พัฒนาการของสกุลเงินดิจิทัล)

ประเทศจีนเป็นประเทศลำดับต้น ๆ ในภูมิภาคเอเชีย ที่มีการพัฒนาไปสู่สังคมดิจิทัลในด้านต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเรื่องของการทำธุรกรรมผ่านดิจิทัล จนปัจจุบันจีนได้กลายมาเป็นสังคมไร้เงินสดโดยสมบูรณ์แบบ โดยมีจำนวนประชากรที่ใช้ระบบชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ตามรายงานล่าสุด ณ ปี 2021 ของ Statista มากกว่า 872 ล้านคน หรือเกินกว่า “ครึ่ง” ของประชากรจีนกว่า 1.4 พันล้านคน (TCDC Material Database, 2022) และในปี 2022 จีนมีประชากรกว่า 1 พันล้านคนที่เริ่มใช้โทรศัพท์มือถือในการชำระเงิน คิดเป็น 74% ของประชากร (Baidu News, 2024) รวมถึงจีนยังมีตลาดค้าปลีกออนไลน์ที่แข็งแกร่ง คิดเป็นสัดส่วนกว่า 25% ของยอดขายธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด (TCDC Material Database, 2022) ในปัจจุบันประเทศจีนมีการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ โดยดำเนินการผ่าน 2 แพลตฟอร์มใหญ่ของภาคเอกชน ได้แก่ Alipay และ Wechat Pay เป็นหลัก แต่ในปัจจุบันรัฐบาลจีนได้เล็งเห็นความสำคัญระบบการเงินแบบไร้ตัวกลาง ที่นำมามีส่วนในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวัน จึงได้ดำเนินการออกสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางจีน (PBOC) หรือปัจจุบันเป็นที่รู้จักกันในชื่อว่า “หยวนดิจิทัล” Digital Currency Electronic Payment (DCEP) โดยธนาคารกลางมีโครงการนำร่องหยวนดิจิทัล ใน 4 เมืองแรก ได้แก่ เซินเจิ้น ซูโจว สงอัน และเฉิงตู ที่เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่เดือนสิงหาคมในปี 2019 หลังเริ่มพัฒนาโครงการนี้มาตั้งแต่ปี 2014 (Thaibizchina, 2021)

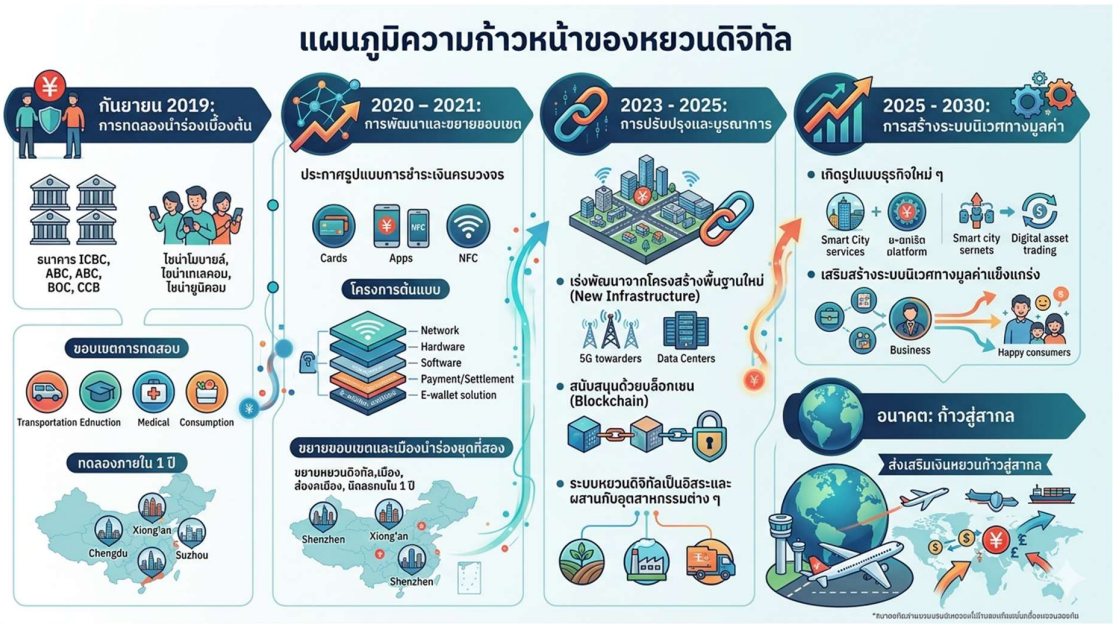
โดยในปี 2014 ธนาคารกลางของประเทศจีน ได้เริ่มศึกษาด้านสกุลเงินดิจิทัล โดยมีโจว เสี่ยวฉวน ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้ว่าการธนาคารกลางเป็นผู้นำในการจัดตั้งกลุ่มวิจัยเฉพาะทางเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางจีน (BitcoinAddict, 2020) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการออกสกุลเงินดิจิทัลอย่างเป็นทางการ และต่อมาในเดือนกันยายน ปี 2016 ได้รับการอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการกลาง ธนาคารประชาชนจีน ได้ก่อตั้ง "สถาบันวิจัยสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารประชาชนจีน" และ 2 ปีต่อมาในวันที่ 15 มิถุนายน ปี 2018 บริษัท Shenzhen Fintech Co., Ltd. ก่อตั้งขึ้น โดยบริษัทนี้ถือหุ้น 100% โดยสถาบันวิจัยสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารประชาชนจีน ในเดือนกันยายน ปี 2018 "ศูนย์นวัตกรรมวิจัยเทคโนโลยีการเงินหนานจิง"（南京金融科技研究创新中心）และ "ฐานสาธิตการใช้งานสถาบันวิจัยสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารประชาชนจีน (หนานจิง)" （中国人民银行数字货币研究所（南京）应用示范基地）ได้รับการเปิดตัวอย่างเป็นทางการในเดือนสิงหาคมปีเดียวกัน รัฐบาลกลางได้ออกเอกสารเกี่ยวกับการทดลองวิจัยสกุลเงินดิจิทัลและการชำระเงินผ่านมือถือในเมืองเซินเจิ้น หลังจากนั้น สถาบันวิจัยดังกล่าวก็ได้ขยายเครือข่ายการพัฒนาและวิจัยไปยังหลายพื้นที่ทั่วประเทศ (Gao Caixia, 2020)

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

จากสถานการณ์หยวนดิจิทัล ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เทคโนโลยีเฉพาะทางการเงินเท่านั้น คาดว่าในอนาคตจะมีการสร้างระบบนิเวศมูลค่าใหม่ที่ประกอบไปด้วยธนาคารกลาง สถาบันการเงินของธนาคาร หน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่น ผู้ให้บริการชำระเงิน และองค์กรธุรกิจภาคเอกชน โดยมีประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยรัฐบาลจีนได้กำหนดและดำเนินงานของหยวนดิจิทัล ไว้ดังนี้



ภาพที่ 1 แผนภูมิความก้าวหน้าของหยวนดิจิทัล (Baidu Baike, 2025)

จากแผนการดำเนินการขยายและผลักดันการใช้ระบบเงินหยวนดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง แน่นอนว่าจะต้องส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยในการศึกษาครั้งนี้จะแบ่งการวิเคราะห์ผลกระทบในจีนออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ผู้บริโภค ธุรกิจและอุตสาหกรรม การเงินและธนาคาร ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการควบคุมภาครัฐ ผลกระทบด้านนโยบายต่างประเทศ เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์แนวโน้มการส่งผลกระทบสำหรับภาคธุรกิจไทยในอนาคต

2. แนวคิดของรัฐบาลจีนในการสร้างหยวนดิจิทัล

ประเทศจีนถือเป็นหนึ่งในประเทศอันดับต้น ๆ ที่มีการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัล (ดิจิทัลหยวน) ในระดับประชาชนอย่างต่อเนื่อง และมีการประกาศใช้สกุลเงินดิจิทัลทั่วประเทศ ในปี 2022 (Bank of Thailand, 2023) โดยเหตุผลสำคัญในการออกหยวนดิจิทัลนั้นคือ เพื่อลดบทบาทของเงินสดซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางการทำผิดกฎหมาย ขณะที่จีนกำลังเข้าสู่สังคมไร้เงินสด สำหรับปัจจุบันระบบการชำระเงินของประเทศถูกบริหารจัดการโดยภาคเอกชน ซึ่งมีความเสี่ยงต่อเสถียรภาพของระบบการเงินประเทศ ในการออกสกุลเงินดิจิทัลของประเทศจีนในครั้งนี้ เป็นที่จับตามองของธนาคารกลางทั่วโลก เนื่องจากการออกเงินดิจิทัลนั้นอาจส่งผลกระทบ

ต่อระบบการเงิน เช่น การแข่งขันกับบัญชีเงินฝากธนาคารพาณิชย์ การไถ่ถอนสภาพคล่องจากระบบการเงินในยามวิกฤตที่รวดเร็วขึ้นและความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี

เงินหยวนดิจิทัล เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นมาในช่วงเวลาหลังจากการถือกำเนิดของ “คริปโทเคอร์เรนซี” (Cryptocurrency) หรือสกุลเงินดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีประมวลผลแบบกระจายศูนย์อย่างบล็อกเชน ที่ถูกออกแบบมาเพื่อลดบทบาทของสถาบันทางการเงิน มาพึ่งพิงเครือข่ายผู้ใช้งาน ถึงแม้ว่า เงินดิจิทัลจากธนาคารกลางจะได้รับความสนใจจากธนาคารกลางนานาประเทศ ที่ต้องการจะนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบชำระเงิน แต่เงินดิจิทัลนั้นมีความแตกต่างกับเงินคริปโทฯ ที่พัฒนาบนระบบการเงินไร้ตัวกลางอย่างบล็อกเชน เพราะเงินดิจิทัลเป็น “สกุลเงิน” ที่มีธนาคารกลางเป็นผู้ออกและควบคุมระบบ ไม่ได้ไร้ศูนย์กลางและไร้ผู้ควบคุมเหมือนกับเงินคริปโทฯ แต่เงินดิจิทัลนั้นคือการเปลี่ยน “เงินสด” เป็น “เงินดิจิทัล” เท่านั้นเอง

ข้อมูลจาก Deutsche Bank ระบุว่า (TCDC Material Database, 2022) ธนาคารกลางจีนกำหนดให้หยวนดิจิทัลเป็น “เงินสดหมุนเวียน” อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของธนาคารกลาง ดังนั้นหยวนดิจิทัลจึงเหมือนกับเงินสดที่ปราศจากความเสี่ยงใด ๆ แตกต่างจากเงินฝากธนาคารที่จะต้องแบกรับความเสี่ยงจากการหมุนเวียนของธนาคารพาณิชย์ด้วย นั่นหมายถึงว่า กระเป๋าเงินหยวนดิจิทัลยังไม่ใช่ “บัญชีเงินฝาก” ผู้ใช้บริการสามารถใช้ “เบอร์โทรศัพท์” ในการสมัครเปิดกระเป๋าหยวนดิจิทัลได้ รวมถึงหยวนดิจิทัลยังถูกออกแบบมาให้ไม่มีดอกเบี้ยจากการถือครอง เหมือนกับเงินสดที่อยู่ในกระเป๋าเงินของเรา ซึ่งจุดนี้แตกต่างจากเงินที่อยู่ในบัญชีธนาคารพาณิชย์ ที่จะนำไปหมุนเวียนเพื่อนำดอกเบี้ยมาจ่าย

จากแผนนโยบายผลักดัน “เงินหยวน”ของรัฐบาลจีนให้ใช้งานในวงกว้างระดับนานาชาติ ใกล้เคียงกับ “ดอลลาร์สหรัฐ” ที่เป็นสกุลเงินหลัก หลังจากที่รัฐบาลจีนดำเนินการใช้เงินหยวนดิจิทัล จึงทำให้เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการผลักดันการใช้เงินหยวนในระดับสากล เนื่องจากธนาคารกลางจีนได้เริ่มวางรากฐานการใช้หยวนดิจิทัลในการทำธุรกรรมข้ามพรมแดนไว้แล้ว ผ่านการเข้าร่วมโครงการชำระเงินข้ามพรมแดนสกุลดิจิทัลร่วมกัน ระหว่างไทย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และฮ่องกง (Crypto News, 2022)

3. การใช้ระบบเงินหยวนดิจิทัลพลิกโฉมเศรษฐกิจและสังคมในจีน

ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทางเทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศจีนส่งผลให้ ประเทศจีนเข้าสู่การเป็นสังคมไร้เงินสดเต็มรูปแบบ “เงินหยวนดิจิทัล” ถือเป็นสกุลเงินดิจิทัลที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยธนาคารกลางของจีน (People’s Bank of China: PBOC) แทนที่การใช้เงินในรูปแบบเงินสด โดยการนำมาใช้สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินดิจิทัล ซึ่งสกุลเงินดิจิทัลนี้ยังทำงานร่วมกับเทคโนโลยีบล็อกเชน และเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มบริการชำระเงินต่าง ๆ ทำให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น การโอนเงิน หรือชำระเงินค่าสินค้าและบริการได้ โดยผ่านกระเป๋าเงินดิจิทัลบนโทรศัพท์มือถือ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศจีนหลายด้าน ดังนี้

1) ผลกระทบต่อผู้บริโภค (ผู้ชำระเงิน)

จากข้อมูลที่มีการเปิดเผยจากแหล่งข่าวในจีนพบว่า ความนิยมของการใช้หยวนดิจิทัลยังมีไม่มาก แต่ผู้บริโภคได้มองเห็นความแตกต่างที่แพลตฟอร์มหยวนดิจิทัลมีในขณะที่สกุลเงินดิจิทัลอื่นไม่มี หรือมีไม่ครบ โดยหลังจากเริ่มทดลองใช้ ผู้บริโภคจีนบางส่วนมองว่าความจำเป็นสำหรับการใช้หยวนดิจิทัลในชีวิตประจำวันยังมีไม่มาก เนื่องจากเป็นเพียงหนึ่งในทางเลือกของการชำระเงินนอกเหนือจาก Alipay และ WeChat Pay

นอกจากนี้แม้ธนาคารพาณิชย์รายใหญ่ของรัฐหลายแห่งได้นำกระเป๋าเงินหยวนดิจิทัลมาทดลองใช้เพื่อให้พนักงานสามารถใช้เงินหยวนดิจิทัลในการส่งเงินแก่กันก็พบว่า ความนิยมในการใช้หยวนดิจิทัลก็ยังอยู่ในระดับน้อยกว่าที่คาดไว้ เนื่องจากหยวนดิจิทัลมีคุณสมบัติที่แตกต่างจากระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของภาคเอกชนในแง่ของ (ดร.ธนพล ศรีธัญพงศ์, 2021)

1. ความน่าเชื่อถือที่มีอยู่สูงตามกฎหมาย

2. รูปแบบการทำธุรกรรมที่ไม่เปิดเผยตัวตน และให้ผู้บริโภคจัดการความเป็นส่วนตัวได้

3. การเชื่อมโยงกับบัญชีออมทรัพย์ของผู้ใช้ที่ไม่ได้ต้องการความเชื่อมโยงเชิงลึก แต่ปัจจัยเหล่านี้กลับไม่ได้เป็นแรงจูงใจสำคัญสำหรับผู้บริโภคที่จะใช้เงินหยวนดิจิทัล ในทางตรงกันข้าม คุณสมบัติที่สำคัญกว่าคือการชำระเงินแบบออฟไลน์ได้ (ไม่ต้องใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตก็สามารถโอนจ่ายรับเงินกันได้) ซึ่งมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่าและเป็นคุณสมบัติสำคัญที่สกุลเงินดิจิทัลส่วนใหญ่ทำไม่ได้

2) ธุรกิจและอุตสาหกรรม (ผู้รับเงิน)

ถึงแม้ว่าหยวนดิจิทัล ทำให้การโอนเงินมีประสิทธิภาพขึ้น โดยลดค่าธรรมเนียมและระยะเวลาในการดำเนินการ เนื่องจากการชำระเงินจะเสร็จสมบูรณ์ทันทีในขณะที่ส่งมอบหยวนดิจิทัล และนับเป็นการชำระเงินตามกฎหมาย โดยธนาคารพาณิชย์จะไม่เรียกเก็บค่าบริการสำหรับลูกค้าแต่ละรายสำหรับการแปลงหยวนดิจิทัล และการยกเว้นค่าธรรมเนียมการชำระเงินสำหรับการชำระเงินผ่านหยวนดิจิทัล และระบบหยวนดิจิทัลจะกระตุ้นให้ร้านค้าเชิญชวนให้ลูกค้าชำระเงินโดยใช้หยวนดิจิทัลมากขึ้น ทำให้แรงจูงใจในการใช้หยวนดิจิทัลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการการชำระเงินครบวงจรอย่าง Alipay และ WeChat Pay ในปัจจุบันก็มีค่าธรรมเนียมการชำระเงินที่ต่ำอยู่แล้ว จึงต้องจับตาว่าการนำไปใช้จริงกับร้านค้า รวมถึงการแข่งขันสำหรับการประยุกต์ใช้กับร้านค้าในอนาคตจะเป็นในรูปแบบใด

3) สถาบันการเงินของธนาคาร

สำหรับธนาคารพาณิชย์รายใหญ่ของรัฐ ธนาคารรัฐที่ถูกกำหนดจะเปิดให้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลและการแลกเปลี่ยนหยวนดิจิทัล ดังนั้นธนาคารมีแนวโน้มที่จะได้ประโยชน์ในการดึงผู้บริโภคและผู้ประกอบการให้มาใช้บริการของธนาคาร โดยเฉพาะการชำระเงินออนไลน์ผ่านมือถือ ซึ่งมีผู้บริการสำคัญที่ครองตลาดอยู่แล้ว คือ Alipay (ครองสัดส่วนราว 55%) และ WeChat Pay (ครองสัดส่วนราว 39%) ประเด็นสำคัญอยู่ที่ หากยังไม่มีการบังคับใช้หยวนดิจิทัลอย่างเป็นทางการ ธนาคารอาจต้องใช้ความพยายามในการดึงลูกค้าผ่านการลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมการชำระเงิน ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ทั้งผู้บริโภคและร้านค้าหันมาใช้บริการผ่านธนาคาร แต่การไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมใด ๆ อาจจะเป็นเรื่องยากในเชิงพาณิชย์ ดังนั้นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อความ

นิยมของเงินหยวนดิจิทัล รวมถึงผลกระทบต่อธนาคารพาณิชย์คือ ธนาคารกลางจีน (PBOC) จะต้องรับภาระค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องสำหรับธนาคารพาณิชย์

4) ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการควบคุมโดยภาครัฐ

การใช้เงินหยวนดิจิทัลสะดวกต่อการควบคุมการฟอกเงินและอาชญากรรมทางการเงิน โดยที่รัฐบาลสามารถติดตามธุรกรรมที่ผิดกฎหมายได้ง่ายขึ้น ธนาคารกลางสามารถใช้หยวนดิจิทัล เป็นเครื่องมือในการควบคุมปริมาณเงินและกระตุ้นเศรษฐกิจได้ ช่วยให้รัฐบาลมีอำนาจควบคุมระบบการเงินมากขึ้น ลดการพึ่งพาระบบชำระเงินของเอกชน ประเด็นที่สำคัญอีกประเด็นหนึ่งคือ ดิจิทัลหยวน เป็นเงินรูปแบบดิจิทัลโดยธนาคารกลางจีน ได้ออกแบบมาแก้ปัญหาความไม่มั่นคง และปัญหาการตรวจสอบที่เผชิญใน cryptocurrency และ stable coin รวมทั้ง e-wallet ของภาคเอกชน รัฐบาลจีนจึงสร้างระบบดิจิทัลหยวนหรือสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง (CBDC) ของประเทศต่าง ๆ โดยมีภาครัฐรับประกัน จึงมีความน่าเชื่อถือมากกว่าสกุลเงินภาคเอกชน อีกทั้งดิจิทัลหยวนยังเป็นสกุลเงินดิจิทัลเดียวที่ถูกต้องตามกฎหมายในจีน ซึ่งเรียกว่าได้เป็นเงินหยวนรูปแบบใหม่ของจีนที่สามารถใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่สกุลเงินเพื่อการลงทุนหรือเก็งกำไรเหมือนดังเช่น Bitcoin

5) ด้านนโยบายต่างประเทศ

แม้ว่าผลกระทบหลักจะเกิดขึ้นภายในประเทศจีน แต่หยวนดิจิทัลยังช่วยให้จีนสามารถขยายบทบาทของเงินหยวนในเวทีโลก ส่งเสริมการใช้เงินหยวนในตลาดระหว่างประเทศ และลดการพึ่งพาดอลลาร์สหรัฐ โดยรวมแล้วหยวนดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจจีนเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทำให้การชำระเงินมีประสิทธิภาพมากขึ้น สนับสนุนธุรกิจดิจิทัล และเพิ่มขีดความสามารถของรัฐบาลในการบริหารจัดการเศรษฐกิจ หากได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม อาจเป็นต้นแบบของระบบการเงินดิจิทัลที่ประเทศอื่น ๆ นำไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

4. เงินหยวนดิจิทัลส่งผลกระทบกับระบบเศรษฐกิจโลก

ในปัจจุบันการพัฒนาหยวนดิจิทัลให้ความสำคัญกับ “การใช้งานในประเทศ” เป็นหลัก การใช้ดิจิทัลหยวนเป็นอีกก้าวสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสังคมจีนเป็นสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โดยดิจิทัลหยวนจะเป็นตัวกลางที่ช่วยให้จีนสามารถเปิดเสรีด้านการเงินในต่างประเทศได้มากขึ้น และอนาคตหากจีนสามารถเจรจาร่วมกับธนาคารกลางของประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะประเทศตามเส้นทาง Belt and Road Initiative (BRI) เพื่อเชื่อมต่อการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลหยวนข้ามพรมแดนแล้ว ก็จะช่วยให้จีนมีบทบาทในการจัดตั้งระบบการเงินดิจิทัลของโลก รวมถึงน่าจะทำให้เป้าหมายนโยบาย Digital Silk Road ของจีนมีผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นด้วย

จากข้อมูลพบว่า ในวันที่ 16 มกราคม 2021 หน่วยงานภายในธนาคารกลางจีนได้ร่วมมือกับ Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT) ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบการลงทะเบียนรหัส (Code) การโอนเงินไปยังธนาคารต่างประเทศ และได้จัดตั้งบริษัท Financial gateway information

services ขึ้นที่ปักกิ่ง (Thaibizchina, 2021) เพื่อศึกษาการพัฒนาดิจิทัลหยวนให้สามารถรองรับการใช้งานข้ามประเทศได้ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมของจีน ที่จะผลักดันให้ดิจิทัลหยวนก้าวสู่เวทีโลก

นอกจากนี้ ในอนาคตหากดิจิทัลหยวนได้รับการยอมรับกว้างขวางในการค้าและชำระเงินระหว่างประเทศ ก็อาจจะมีผลกระทบต่อสถานะของดอลลาร์สหรัฐในฐานะที่เป็นสกุลเงินหลักในการค้าโลก และส่งผลต่ออิทธิพลของอเมริกา ด้วยเหตุนี้สหรัฐฯ จึงได้กลับมาให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ โดยเมื่อปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2021 ได้เริ่มดำเนินการการพัฒนา “ดิจิทัลดอลลาร์” โดยธนาคารกลางสหรัฐฯ อยู่ระหว่างร่วมกับ IMF เพื่อศึกษาคุณสมบัติของสกุลเงินดิจิทัล ขณะเดียวกัน ธนาคารกลางของประเทศอื่น ๆ ก็เริ่มศึกษาเรื่องการใช้เงินดิจิทัล (Thaibizchina, 2021) ซึ่งเรียกได้ว่าจีนเป็น trend setter ของระบบการเงินโลกในอนาคต

5. เงินหยวนดิจิทัลกับความท้าทายในการรับมือของสถาบันการเงินและภาคธุรกิจไทย

1. การรับมือของสถาบันการเงินในประเทศไทย

ตลาดสกุลเงินดิจิทัลได้ถูกพัฒนาขึ้นและยอมรับมากขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้ในปัจจุบันมีธนาคารกลางทั่วโลกมากกว่า 85% รวมถึงประเทศไทยก็ได้ทำการศึกษาและพัฒนาโครงการสกุลเงินดิจิทัลของตัวเอง โดยรายงาน CBDC global index ของ PwC ได้มีการจัดอันดับการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง (CBDC) ทั่วโลก พบว่าไทยเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าด้านการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลสำหรับการทำธุรกรรมระหว่างธนาคาร (Interbank or Wholesale CBDC) มากเป็นอันดับที่ 1 ของโลก (Wilaiporn, 2021) ร่วมกับเขตปกครองพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนจาก “โครงการอินทนนท์-ไลออนร็อก” (สิงหาคม 2018 - ธันวาคม 2019) โดยมีขอบเขตการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลในระดับสถาบันการเงิน (wholesale CBDC) เพื่อหาช่องทางในการนำเอาสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการชำระเงินระหว่างสถาบัน หลังจากโครงการอินทนนท์สิ้นสุด ธนาคารแห่งประเทศไทยเห็นว่า หยวนดิจิทัลมีศักยภาพสำหรับการนำมาใช้เพื่อโอนเงินระหว่างประเทศ โดยที่ผ่านมาธนาคารแห่งประเทศไทยเคยร่วมมือกับธนาคารกลางฮ่องกง เพื่อทดสอบการโอนสกุลเงินดิจิทัลระหว่างกัน และปัจจุบันก็อยู่ระหว่างเจรจาหารือร่วมกับธนาคารกลางของจีน ธนาคารกลางฮ่องกง และธนาคารกลางของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เพื่อสร้างระบบการโอนสกุลเงินดิจิทัลข้ามพรมแดนร่วมกัน (Thaibizchina, 2021)

ในอนาคตหากธนาคารแห่งประเทศไทยได้สร้างความร่วมมือด้านการโอนสกุลเงินดิจิทัลกับธนาคารกลางจีน ผู้ประกอบธุรกิจในไทยที่รับชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินออนไลน์ (เช่น Alipay และ Wechat Pay) ที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายและได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ปัจจุบันมีจำนวน 27 ราย) (Bank of Thailand, 2025) ก็อาจจะผันตัวมารับชำระเงินสกุลดิจิทัลหยวนเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการไทยในตลาดจีนได้เช่นกัน

สำหรับยุค Digital Yuan (e-CNY) สถาบันการเงินในประเทศไทยควรเตรียมความพร้อมอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านเทคโนโลยี กฎหมาย และกลยุทธ์ความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยสามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการเงิน โดยการปรับระบบให้รองรับธุรกรรมสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลาง (CBDC) พัฒนาระบบ Cross-border Payment ที่รวดเร็ว ปลอดภัย และต้นทุนต่ำ เตรียมระบบเชื่อมต่อ QR Payment ระหว่างประเทศเพื่อลดต้นทุนธุรกรรมและเพิ่มประสิทธิภาพการโอนเงินระหว่างประเทศ 2. สร้างความร่วมมือกับธนาคารกลางและต่างประเทศ โดยติดตามความเคลื่อนไหวของ People's Bank of China พร้อมทั้งศึกษาความร่วมมือโครงการหยวนดิจิทัลระหว่างประเทศ เช่น การทดลองเชื่อมระบบ เพื่อสร้างความพร้อมเชิงนโยบายและลดความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ 3. บริหารความเสี่ยงและความมั่นคงไซเบอร์ โดยเสริมมาตรการป้องกันการฟอกเงิน (AML) และ KYC ลงทุนในระบบ Cybersecurity และการป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ จัดทำระบบติดตามธุรกรรมแบบ Real-time เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ และ 4. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ โดยการออกบริการรับ–จ่ายเงินดิจิทัลสำหรับลูกค้านักท่องเที่ยวและธุรกิจ สนับสนุนผู้ประกอบการ SME ให้เข้าถึงระบบชำระเงินข้ามพรมแดน อีกทั้งใช้ข้อมูล Big Data วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในไทย

2. การรับมือของภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย ในการค้าระหว่างไทยจีนที่ใช้รูปแบบแพลตฟอร์ม E-commerce โดยการเข้าสู่แพลตฟอร์ม E-commerce ในจีนของผู้ประกอบการไทยสามารถปัจจุบันนิยมทำเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) การดำเนินการด้วยตนเอง และ (2) การอาศัยนอมินีในจีนช่วยดำเนินการแทน ทั้งนี้ หากในอนาคตจีนได้ใช้ดิจิทัลหยวนอย่างแพร่หลาย (ถูกภาครัฐจีนจับตาเรื่องการไหลเวียนของเงินได้ง่ายขึ้น) ธุรกิจไทยที่อาศัยนอมินีในจีนจะได้รับผลกระทบโดยตรง เนื่องจากนอมินีจะไม่สามารถโอนเงินให้ฝ่ายไทยผ่านระบบ “โพยก๊วน” (ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย) ดังที่นิยมทำกันในปัจจุบันได้อีกต่อไป (Business Information Center, 2022) จึงนับเป็นความท้าทายที่ธุรกิจไทยจะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่แพลตฟอร์ม E-commerce ในจีนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ก่อนที่จะติดปัญหาการโอนเงินเมื่อดิจิทัลหยวนถูกใช้งานจริงจังในอนาคต

เนื่องจากเงินหยวนดิจิทัลของจีน เป็นระบบใหม่ที่ประเทศจีนเพิ่งมีมาในภายหลัง Wechat pay และ Alipay ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับแอพเป๋าตัง ที่แยกมาใช้โดยรัฐบาลจีนเป็นผู้ผลักดันโดยเฉพาะ ดังนั้น ผู้ประกอบการทั้งทางด้านธุรกิจรายย่อย รวมถึงด้านการท่องเที่ยวในไทย ควรให้ความสำคัญดังนี้ 1. ศึกษาความเป็นไปได้ในการเชื่อมต่อกับระบบชำระเงินที่รองรับหยวนดิจิทัล ร่วมมือกับธนาคารหรือผู้ให้บริการชำระเงินที่มีความเชี่ยวชาญด้านธุรกรรมข้ามพรมแดน เตรียมระบบ POS หรือ QR Payment ให้ทันสมัย เพื่อเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าจีน ลดค่าธรรมเนียม และสร้างความเชื่อมั่น 2.ทำความเข้าใจกฎหมายและข้อกำหนดโดยการติดตามนโยบายจากธนาคารแห่งประเทศไทย ศึกษากฎระเบียบของธนาคารกลางแห่งประเทศจีน ตรวจสอบเรื่องภาษี การป้องกันการฟอกเงิน (AML) และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันความเสี่ยงทางกฎหมายและสร้างความน่าเชื่อถือ 3. มีการศึกษาแนวโน้มการใชหยวนดิจิทัลในประเทศอื่น กระจายช่องทางการรับชำระเงินหลายรูปแบบ ใช้ข้อมูลธุรกรรมวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า

6. แนวโน้มเงินดิจิทัลและการปรับตัวในอนาคต

ถึงแม้ว่าปัจจุบันความนิยมในการใช้เงินหยวนดิจิทัลในช่วงเริ่มต้นอาจจะยังมีไม่มาก แต่เมื่อโลกเข้าสู่ยุคดิจิทัล และเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น ก็จะยิ่งส่งเสริมให้ศักยภาพของเงินหยวนดิจิทัลเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และอาจขยายวงกว้างออกไปจนทำให้เงินหยวนดิจิทัลเป็นที่ยอมรับในระดับสากลในอนาคต

1. กฎระเบียบข้อบังคับในการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัล

ปัจจุบันธนาคารกลางและหน่วยงานกำกับดูแลทางการเงินทั่วโลกได้เร่งดำเนินการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลเพื่อสร้างความชัดเจนในการใช้สินทรัพย์ดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น เขตปกครองพิเศษฮ่องกง ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการเงินของเอเชีย ได้มีการศึกษากรอบการซื้อขายแลกเปลี่ยนคริปโทเคอร์เรนซี ในขณะที่ The Office of the Comptroller of the Currency (OCC) ของสหรัฐอเมริกาได้อนุญาตให้ธนาคารในสหรัฐฯ นำสเตเบิ้ลคอยน์ (Stablecoins) มาใช้ในกิจกรรมการชำระเงิน พร้อมทั้งดำเนินการตรวจสอบธุรกรรมบนบล็อกเชนอย่างอิสระ การดำเนินการดังกล่าวเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดสกุลเงินดิจิทัล รวมทั้งยังกระตุ้นให้สถาบันการเงินแบบดั้งเดิมเข้าสู่เวทีทางการเงินในรูปแบบใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ (PwC, 2021)

2. ธนาคารและสถาบันการเงินอื่น ๆ จะเป็นแนวหน้าของการเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนไปสู่การใช้งานสกุลเงินดิจิทัล ต้องอาศัยระบบการจัดการแบบใหม่ พร้อมกับเงินทุนสำหรับค่าดำเนินการและต้นทุนในการปฏิบัติตาม ทำให้หลายธนาคารได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่สร้างรายได้จากการจัดการเงินดิจิทัลขึ้น เช่น บริการให้คำปรึกษาด้านสกุลเงินดิจิทัล การออกผลิตภัณฑ์การบริหารสินทรัพย์ดิจิทัล หรือแม้กระทั่ง บริการรับฝากทรัพย์สินสำหรับสินทรัพย์ดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งเราเชื่อว่า การร่วมมือกันระหว่างฟินเทค และธนาคารพาณิชย์จะยิ่งเปิดโอกาสให้เกิดนวัตกรรมทางการเงินใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด และจะยิ่งทำให้นักลงทุนมีความสนใจในตลาดนี้มากขึ้น

3. การทำธุรกรรมผ่านสกุลเงินดิจิทัลจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

การทำธุรกรรมดิจิทัลเกิดขึ้นได้ด้วยการสัมผัสหน้าจอโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียว ซึ่งที่ผ่านมา ผู้ให้บริการชำระเงินในประเทศจีนได้ประสบความสำเร็จสูงกว่าผู้ให้บริการในประเทศอื่น ๆ ดังนั้น เมื่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลมีการเติบโตขึ้น ความกดดันจึงตกอยู่กับทั้งบริษัทในภาคการเงินและภาคอื่น ๆ ในการต้องนำเสนอทางเลือกการชำระเงินดิจิทัลและพัฒนาประสบการณ์ให้กับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ความก้าวหน้าของการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Business-to-Customer (B2C) ด้วยสกุลเงินดิจิทัล จะนำไปสู่การขยายธุรกรรมในรูปแบบ Business-to-Business (B2B) ทั้งภายในประเทศและข้ามพรมแดน โดยระบบธนาคารที่เข้มแข็งของจีนคาดว่าจะช่วยผลักดันให้จีนเป็นผู้นำในการขยายระบบการชำระเงินสำหรับธุรกิจ B2B อย่างแพร่หลาย

4. ผู้นำองค์กรต้องมีความพร้อมในการก้าวเข้าสู่ยุคของสกุลเงินดิจิทัล

ในปัจจุบัน บริษัทหลายแห่งทั่วโลกเริ่มเพิ่มการถือครองสกุลเงินดิจิทัลในพอร์ตการลงทุน เนื่องจากมองเห็นศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าพื้นฐานสำหรับการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล ที่ได้รับการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญ อันเป็นผลมาจากการดำเนินการด้านกฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล ขณะเดียวกัน การซื้อขายแลกเปลี่ยนสกุลเงินดิจิทัลในตลาดยังได้รับการสนับสนุนจากเฮดจ์ฟันด์ที่เข้ามาเพิ่มสภาพคล่อง

จากการวิเคราะห์ของ PwC ระบุว่า (PwC, 2021) เครื่องมือการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี และกลยุทธ์ทางการเงินใหม่ ๆ ร่วมกับกระแสการควบรวมกิจการระหว่างบริษัทผู้ประกอบการในสกุลเงินดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ตลาดเกิดความคึกคักมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องคัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ทางการเงินเชิงลึกและมีความสามารถในการเฝ้าระวังการดำเนินงานอย่างรอบคอบ รวมถึงมีความเข้าใจในด้านคริปโทเคอร์เรนซีที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานกำกับดูแลและหน่วยงานภาษีอย่างเพียงพอ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ตลาดมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในอนาคต

บทสรุป (Conclusion)

บทความนี้ศึกษาพัฒนาการของเงินหยวน พร้อมทั้งวิเคราะห์เหตุผลของการผลักดันเงินหยวนดิจิทัลของประเทศจีน ซึ่งจีนได้พยายามผลักดันให้เงินหยวนดิจิทัลได้รับการยอมรับในระดับสากลมาโดยตลอด และสามารถเป็นเงินสกุลหลักของโลกเทียบเท่ากับเงินดอลลาร์ในปัจจุบัน เห็นได้ว่ารัฐบาลจีนมีการวางแผนและยุทธศาสตร์ทางการเงิน ได้มีศึกษาถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของเทคโนโลยีบล็อคเชน เทคโนโลยีต่าง ๆ ทางการเงินอย่างจริงจัง

การศึกษานี้ได้วิเคราะห์แนวคิดของรัฐบาลจีนในการสร้างหยวนดิจิทัล ผลกระทบจากเงินหยวนดิจิทัลในสังคมประเทศจีน เศรษฐกิจโลก และการรับมือของสถาบันการเงินและภาคธุรกิจไทย จะเห็นว่าจีนได้เริ่มพัฒนาการใช้งานจริงจากหลายพื้นนำร่องในประเทศตัวเอง เพื่อสร้างการยอมรับจากภาคธุรกิจและประชาชน ถึงแม้ว่าจะยังไม่เป็นที่นิยมเท่าระบบการใช้เงินแบบผ่านคนกลางอย่าง Wechat pay และ Alipay ก็ตาม แต่ก็ถือว่าประสบความสำเร็จไปอย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น โดยมีจุดประสงค์หลัก ๆ คือธนาคารกลางของจีนสามารถเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้ และตรวจสอบเส้นทางการใช้เงินหยวนดิจิทัลได้ทั้งหมด ส่วนผลกระทบด้านเศรษฐกิจโลก หยวนดิจิทัลยังถือว่า อยู่ในขั้นตอนของการเจรจาทำความร่วมมือกับธนาคารกลางกับต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มในประเทศอาเซียน เพื่อเชื่อมโยงการแลกเปลี่ยนเงินได้อย่างไร้พรมแดน ทำให้หลาย ๆ ประเทศเริ่มหันมาสนใจ และศึกษาพร้อมทั้งผลักดันให้มีการใช้สกุลเงินดิจิทัลมากขึ้น เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ได้ก่อตั้งโครงการอินทนนท์ขึ้นมา เพื่อศึกษาการรองรับการใช้เงินดิจิทัลในอนาคต อย่างไรก็ดี ในด้านระบบการเงินของโลกมีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประเทศไทยไม่ว่าในภาครัฐและเอกชนควรจะต้องเตรียมพร้อม และปรับตัวอยู่เสมอเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะรายย่อย ควรติดตามพัฒนาการของระบบการชำระเงินด้วยหยวนดิจิทัลอย่าง

ต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของเทคโนโลยีการเชื่อมต่อกับระบบชำระเงินที่รองรับหยวนดิจิทัล การศึกษากฎหมายและข้อกำหนด เพื่อเพิ่มศักยภาพและต่อยอดโอกาสทางธุรกิจในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่

1. พัฒนาการของเงินหยวนและเงินหยวนดิจิทัล

จีนผลักดันเงินหยวนดิจิทัล ให้ก้าวสู่ระดับสากล เพื่อท้าทายบทบาทเงินดอลลาร์ในฐานะเงินสกุลหลักของโลก จะเห็นว่า การวางยุทธศาสตร์ของรัฐบาลจีน ไม่ได้ทำเพียงแค่ในเชิงเทคโนโลยี แต่รวมถึงมิติการเมืองเศรษฐกิจ และความมั่นคง การนำร่องใช้งานจริง ในหลายพื้นที่ของจีน เพื่อสร้างความเคยชินและการยอมรับจากประชาชนและภาคธุรกิจ รัฐบาลจีนใช้หยวนดิจิทัล เป็นเครื่องมือทั้งทางเศรษฐกิจและภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics) เพื่อเพิ่มอิทธิพลของจีนในโลก เงินดิจิทัลไม่ใช่แค่เรื่องเทคโนโลยี แต่เชื่อมโยงกับอำนาจรัฐ เศรษฐกิจโลก และความมั่นคงทางการเงิน

2. การวิเคราะห์เทคโนโลยีทางการเงิน

จีนให้ความสำคัญกับการ ศึกษาเทคโนโลยีบล็อกเชนและฟินเทค ทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ถึงแม้ว่าหยวนดิจิทัลแม้ยังไม่แพร่หลายเท่า Wechat Pay และ Alipay แต่มีความสำเร็จเชิงนโยบายอย่างรวดเร็ว

3. เป้าหมายของรัฐบาลจีน

ควบคุมและตรวจสอบเส้นทางการใช้เงิน ได้อย่างละเอียด โดยธนาคารกลางสามารถเข้าถึงข้อมูลการใช้จ่ายของประชาชน สร้างอำนาจทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ผ่านการเชื่อมโยงกับประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะกลุ่มอาเซียน

4. ผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก

การใช้เงินหยวนดิจิทัลอยู่ในช่วง เจรจาความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยที่หลายประเทศเริ่มสนใจและผลักดันโครงการเงินดิจิทัลของตนเอง เพื่อไม่ให้เสียเปรียบในอนาคต มีแนวโน้มนำไปสู่ระบบการเงินไร้พรมแดนที่เชื่อมโยงง่ายขึ้น

5. บทเรียนและผลกระทบต่อไทย

ไทยก่อตั้ง โครงการอินทนนท์ เพื่อศึกษาและทดลองระบบเงินดิจิทัลกลาง นำมาสู่โอกาสในการลดต้นทุนการโอนเงินระหว่างประเทศ เพิ่มความคล่องตัวในการค้าการลงทุน แต่ก็ยังคงเผชิญกับความท้าทายที่จะต้องปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของระบบการเงินโลก ต้องเรียนรู้ทั้งโอกาสและความเสี่ยง ไม่เพียงแค่สร้างระบบดิจิทัล แต่รวมถึงการออกแบบกฎเกณฑ์ นโยบาย และการสร้างความเชื่อมั่น เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านนโยบายและการพึ่งพาประเทศอื่น

เอกสารอ้างอิง (References)

Baidu Baike. (March 10, 2025,) *E-CNY*. https://baike.baidu.com/item/%E6%95%B0%E5%AD%97%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%B8%81/49874368?fr=aladdin

Baidu News. (2024). *Is a cashless society too risky? Why do more developed countries tend to use mobile payments less?*. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1813062050075938161&wfr=spider&for=pc

Bank of Thailand. (2023). *Digital Yuan, Libra and Inthanon (หยวนดิจิทัล Libra และอินทนนท์).* https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine-issues/Phrasiam-64-1/payment-system-64-1.html

Bank of Thailand. (2025). *Authorized List of Merchants Accepting Alipay and WeChat Pay*, as Approved by the Bank of Thailand *(รายชื่อผู้ประกอบธุรกิจที่รับชำระเงินด้วย Alipay และ WeChat Pay ที่ได้รับอนุญาตจาก ธปท).* https://www.bot.or.th/th/our-roles/payment-systems/payment-act-oversight/provider-alipay-wechat.html

BitcionAddict Thailand. (2020). *Meet Zhou Xiaochuan: The Architect of the Digital Yuan (รู้จักกับ "โจวเสี่ยวฉวน" : ผู้ให้กำเนิด "หยวนดิจิทัล").* https://bitcoinaddict.org/2020/12/15/zhou-xiaochuan-the-father-of-the-digital-yuan/

Business Information Center. (2022). *The Rise of the Digital Yuan and the Challenges for Thai Businesses in China (การเติบโตของเงินหยวนดิจิทัลและความท้าทายของธุรกิจไทยในประเทศจีน).* https://globthailand.com/china-040222/

Crypto News. (2022). Thailand, *China, Hong Kong, and the United Arab Emirates have jointly conducted cross-border transactions using digital currencies*. *(ไทย จีน ฮ่องกง และ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ร่วมทดลองทำธุรกรรมข้ามพรมแดนด้วยสกุลเงินดิจิทัล).* https://miningpro.co.th/3071/#

Dr. Thanaphol Srithanyapong. (2021). *Digital Yuan and China's Major Step Toward Becoming a Global Leader in Central Bank Digital Currency (CBDC).* https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/grow-your-wealth/digital-yuan-great-step-of-leading-central-bank

Gao Caixia. Institute of Internet Industry, Tsinghua University. (2020). *The Significance and Impact of the Issuance of DCEP*. https://finance.sina.com.cn/blockchain/coin/2020-05-11/doc-iircuyvi2462051.shtml

Guo Zhiqiang. (2020). *Is the digital yuan really coming?*, *China Economic Weekly Jornal*, (11),

58. Retrieved March 11, 2025, from https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=1w4306x0uh4b0j100x0p0pe0q8598052&tn=SE_baiduxueshu_c1gjeupa&ie=utf-8&site=baike

Pakorn Nilprapan. (2021). *Academic Research Report on Law: Policy and Laws Concerning Digital Currency*. Foreign Law Division, Office of the Council of State.

PwC CBDC global index. (2021). *PwC Global CBDC Index 2021.* https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/assets/pwc-cbdc-global-index-1st-edition-april-2021.pdf

TCDC Material Database. (2022). *The Digital Yuan: A New Step in China's Cashless Power (หยวนดิจิทัล : อีกขั้นของพลังไร้เงินสดจากมหาอำนาจจีน).* https://www.tcdcmaterial.com/th/article/technology-innovation/33432

Thaibizchina. (2564). *"The Digital Yuan, the YRD Strategy, and Challenges for Thai Businesses" ("ดิจิทัลหยวน" กับยุทธศาสตร์ YRD และความท้าทายต่อภาคธุรกิจไทย).* https://thaibizchina.com/article/digital-rmb2/

Wilaiporn Thaweelapphanthong. (2021). *Keep an Eye on the Digital Yuan: Transforming the Global Financial Landscape (จับตา "หยวนดิจิทัล" เปลี่ยนภูมิทัศน์ทางการเงินของโลก).* https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20210830.html

Xu Haizhi. (2021). *A 10-million-yuan digital yuan red envelope giveaway will be launched in Beijing*. Xinhua News Agency. Retrieved March 11, 2025, from http://www.xinhuanet.com/fortune/2021-02/07/c_1127073697.htm?baike

Yutharit Bunnag. (2021). *The Geopolitics of Digital Currency: A Case Study of China's Digital Yuan and Its Impact on East Asia and Thailand (ภูมิรัฐศาสตร์ของสกุลเงินดิจิทัล: กรณีศึกษาสกุลเงินดิจิทัลหยวนของจีนและผลกระทบต่อภูมิภาคเอเชียตะวันออกและไทย).* International Review, 12(1), 1-16.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 1 January – April 2026

Enhancing Idiomatic Competence of Thai EFL Learners through Gamification

Nuntiporn Raungsawat*, Nantawan Kamsuriya,

Suwicha Saengroongpetch, Peeradej Koomwongthai

Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra University

422 Marupong Rd., Na Mueang, Mueang, Chachoengsao, 24000, Thailand

***Received**: November 17, 2025* ***Revised**: March 8, 2026* ***Accepted**: April 22, 2026*

Abstract

One of the challenges for Thai students who learn English as a foreign language is understanding idiomatic expressions because most individual words in idioms do not convey literal meanings. Moreover, the learners also require a deep comprehension of sociolinguistic, cultural, and pragmatic functions of the idioms to facilitate their understanding. Therefore, idioms need to be delivered by using the appropriate teaching approach. To do this, teachers should understand how EFL learners acquire and use idioms in the process of communicating and enhancing their proficiency. Gamification, the current trend in language education, is widely suggested to be implemented in English classrooms to increase idiomatic competence of the learners. This review article aims to analyze the current state of English idiom teaching in Thailand and examine the efficacy of gamification in EFL classrooms. It also synthesizes empirical studies on gamification in Thai EFL contexts from 2014 to 2025 and proposes a three-stage framework for integrating gamification in idiom instruction by employing a narrative review of literature and previous research conducted in Thai educational contexts. The findings reveal that while gamification has been extensively applied to vocabulary, grammar, and communication skills in Thailand, its implementation for idiomatic competence remains unexplored. The proposed framework comprises Preparation, Implementation, and Assessment stages, providing practical guidelines for integrating gamification into curriculum

* Corresponding Author

อีเมล: nuntiporn.rau@gmail.com

design to effectively support Thai EFL learners, policymakers, and communities. However, challenges such as limited technological infrastructure and teacher preparedness were identified.

Keywords

Gamification, English Idioms, Idiomatic Competence, Thai EFL Learners, Language Teaching

Introduction

For English users, acquisition of idiomatic knowledge plays a significant role in effective communication (Apridayani et al., 2024). Idioms are generally accepted as an essential element commonly used in spoken and written language among native speakers (Na Ranong, 2014). It is estimated that native speakers produce approximately 7,000 idioms per week (Šarić, 2022) and 10-20 million utterances with idioms throughout their lifetime (Cooper, 1999).

However, understanding idioms is problematic for Thai EFL learners who are non-native speakers of English. To comprehend idiom expressions, the students need to go beyond dictionary definitions of words and grasp words' subtle and suggestive meanings (RahmtAllah, 2024). This is due to the fact that idioms are the construction of words, phrases, or expressions the learners cannot interpret their meanings literally. Put it simply, a single word in idioms does not convey an obvious meaning. Besides, idioms often carry figurative meaning and require learners' cultural interpretation. Dokchandra and Boonnoon (2023) assert that many Thai students find it difficult to distinguish ordinary English and idiomatic English as they cannot derive word meaning beyond the basic word level. For instance, *a piece of cake* is an idiomatic English, but *very easy* is an ordinary English. In addition, idioms are a low-frequency vocabulary (Simpson & Mendis, 2003) which less occur in a formal language, and they are frequently eliminated from the conversation of EFL learners.

To cope with difficulties in learning English idioms, explicit instruction called gamification is proposed to be implemented in EFL classrooms (Müller et al., 2017). According to Afifah and Priyana (2024), gamification has received significant interest as one of the educational strategies over the past decade. Also, it has become popular in teaching practice and research in recent years (Panmei & Waluyo, 2023). This can be clearly seen from the fact that numerous empirical studies conducted during the year 2010 to 2022 have investigated

the implementation of gamification into EFL pedagogy (Chan & Lo, 2024). Furthermore, Zhang and Hasim (2023) revealed that gamified intervention has been widely employed across several non-native English-speaking countries, such as Iran, China, Malaysia, Korea, USA, Spain, Turkey, and Netherlands to enhance learners' language skills, motivation, and engagement. This indicates that gamification or game-based learning is steadily increasing popularity in facilitating English language learning nowadays.

The use of gamification in English teaching and learning in Thai EFL classrooms is in line with educational goals outlined in Thailand's Education Reform Law of 1999 which includes promoting the learners' literacy, foreign language, technology competency, critical thinking, and lifelong learning (Kantamara et al., 2006). Furthermore, gamified approach is consistent with the characteristics of learners in the 21st century who are called as "digital natives". To elaborate, many of them have been brought up by their family with digital technologies such as smartphones, laptops, and other digital devices around them in learning environment. With this reason, Vathanalaoha (2022) recommend teachers to apply gaming elements combining with the subject contents to serve the needs and preferences of EFL learners. Leo and Rajkumar (2025) add that when the teachers incorporate gamification into idiom instruction, they can generate motivating learning environments that enhance learners' engagement and participation. To this end, this paper aims to illustrate a fundamental background of traditional teaching approaches for English idioms in Thailand. Importantly, it discusses how gamification could be implemented in idiom teaching and learning activities in Thai EFL classrooms.

Definitions of Idioms

There is no clear-cut definition of the term 'idiom' (Asl, 2013). Grant and Bauer (2004) state that idioms are a type of multi-word unit (MWU), which is "a fixed and recurrent pattern of lexical material sanctioned by usage" (p. 38). According to Rafatbakhsh and Ahmadi (2019), it is difficult to differentiate idioms and other kinds of MWU, such as collocations and phrasal verbs. Cooper (1999) describes idioms as "an expression whose meaning cannot always be readily derived from its constituent elements" (p. 233). Moreover, Gramley and Pätzold (2003) point out that idiom is "a complex lexical item which is longer than a word form but shorter than a sentence and which has a meaning that cannot be derived from the knowledge of its component parts" (p. 55). Müller et al. (2017) view idioms as "formulaic multiword units and,

as relatively set phrases, only limited grammatical adjustments are made when using them" (p. 2). Simpson and Mendis (2003) consider an idiom as "a group of words that occur in a more or less fixed phrase and whose overall meaning cannot be predicted by analyzing the meanings of its constituent parts" (p. 423).

Wright (2002) provides more in-depth definition of idioms which is related to cultural issue. That is, an idiom refers to a phrase characterized by a set of figurative expression native speakers recognize and it is usually connected to culture. Strakšiene (2009) states that idioms are considered as one of the most difficult parts of English vocabulary because they are culturally restricted and valid only within a specific culture. To correctly understand and properly use idioms, Kriengphan (2017) suggests learners to take cultural, religious, and traditional backgrounds into consideration. Apridayani et al. (2024) add that the political, historical, and socio-cultural backgrounds are related to the meanings of idioms which are strongly influenced by the context. Thus, it is needed to raise learners' cross-cultural awareness and enhance understanding of second language culture when learning idioms.

Classifications of Idioms

Grant and Bauer (2004) categorize idioms based on their semantic, syntactic, and functional features. For semantic consideration, idioms are labeled according to a scale or continuum of idiomaticity ranging from the least to the most idiomatic patterns. On this point, Fernando (1996) classifies idioms into three types including pure idiom, semi-literal idiom, and literal idiom. Pure idiom refers to a non-literal set expression whose meaning is not a compositional function of its syntactic constituents, but which always has a homonymous literal counterpart such as *spill the beans* means to *tell people secret information*. This type of idioms is challenging for learners of English because the accurate meaning of the idioms is totally different from their literal meaning. Semi-literal idiom has one or more literal constituents and at least with a non-literal subsense such as *foot the bill* means to *pay for something that is expensive*. Semi-literal idiom is not difficult for learners since the meaning of some words in the idioms provide literal meaning. Literal idiom refers to an idiom which its actual meaning can be understood by the literal meaning. Learners can easily comprehend this kind of idioms such as *on foot* means *walking*.

In terms of syntactic characteristics of idioms, Makkai (1972) emphasizes that an idiom is composed of at least two words and conventional expressions. Also, Flavel and Flavel

(2000) maintain that idioms are 'very fixed grammatically' (p.6). These include any types of immediate constituent such as verb + noun, e.g. *blow the gaff*; preposition + noun, e.g. *under the weather* (Howarth, 1998, p. 28). Arnold (1986) classifies idioms based on syntactic structures or parts of speech into seven kinds: nominal idioms, verbal idioms, adjectival idioms, adverbial idioms, prepositional idioms, conjunctional idioms, and interjectional idioms. Nonetheless, this classification provides descriptions rather than definitions (Šarić, 2022). Providing syntactic information can help learners understand several grammatical patterns of idioms.

Regarding functional features of idioms, it appears that functions of idioms are varies with spoken and written genre. Koonin (1970) divides English idioms into four types from a functional perspective. The first type is nominative idioms which refer to the idioms that function as nouns, adjectives, or adverbs denoting names, objects, concepts, or qualities such as *under the weather* (feeling unwell) and *white elephant* (a possession that is useless or troublesome). The second type is nominative-communicative idioms. They act as naming units (nominative) and a complete sentence conveying a message (communicative) such as *Every cloud has a silver lining*. and *Don't count your chickens before they hatch*. These often also carry wisdom or folk sayings. The third type is interjectional idioms, expressions that function as interjections, expressing emotions, feelings, or reactions such as *Good heavens!* and *Oh, my goodness!* The last type is communicative idioms which mean figurative expressions used for communicative purposes such as *beat around the bush* (used for avoiding a topic) and *hit the nail on the head* (used for giving opinions).

Teaching and Learning English Idioms in Thai EFL Context

Although the competency of idioms is essential for learners and indicates nativelike fluency, teaching English idioms in Thai educational context has less priority when compared to other English grammatical points (Kriengphan, 2017). Asl (2013) adds that idiom instruction has not received adequate attention because grammatical structure acquisition has been promoted over the past decades rather than the acquisition of lexical elements. In many cases, learners are not aware of the existence of idioms and look at them as separated units causing the errors occur (Šarić, 2022). Additionally, EFL teachers often stay away from idioms or simplify them in language classrooms since they are afraid of idioms' complexity (Asl, 2013; Liu, 2008).

Idioms normally have their roots in particular historical and cultural contexts. As a result, learners who are unfamiliar with the language's background may struggle to understand them without additional context or explanation (Sevara, 2025). Even advanced learners are also likely to be problematic in recognizing idioms that they encounter (Rungsripattanaporn & Na Ranong, 2018). As obviously shown in the research finding of Apridayani et al. (2024), fifty fourth-year English major students from a university in southern Thailand reported that idioms were challenging to identify when they appear without context, and they encountered difficulty on idioms because of their limited knowledge and cultural background. In this aspect, the teachers should be noted that not only linguistic competence, but the learners also need pragmatic and intercultural competence to overcome idiom learning difficulties.

Due to the fact that idioms are frequently used in everyday conversation by native speakers, teaching them should receive much more attention. In Thai EFL classrooms, like other educational settings, English idioms are typically taught by dictionary-based methods, vocabulary lists, textbook drills, rote memorization, and repetition which do not provide essential contexts assisting them to understand the idioms (Sevara, 2025). Plus, traditional methods of teaching idioms primarily depend on the judgment of teachers, and idiom teaching materials are mostly intuition-based (Rafatbakhsh & Ahmadi, 2019). These conventional approaches are believed to hinder natural and fluent communication of the learners since they lack opportunity to expose to idioms in authentic settings which can result in short-term memorization. Martinez and Murphy (2011) agree that idioms are difficult to acquire through traditional instructional methods because they often convey meaning that cannot be easily understandable from their individual components. Accordingly, Na Ranong (2014) suggests EFL teachers to design teaching materials and provide learners enough exposure to authentic texts such as news, advertisement, political speeches, where idioms are naturally employed via proper teaching method which can gradually increase learners' idiomatic competence.

Gamification

In the digital era, current language education has been shifted from lecture-based instruction to more engaging and personalized learning through online platforms, AI-driven instruction, and new teaching approach like gamification that foster lifelong learning competencies (O'Brien & Pitera, 2019). Leo and Rajkumar (2025) define gamification as "the use of game design elements in non-game contexts" (p.56). According to Kapp (2012),

gamification refers to an approach that use game-based mechanics to engage people, motivate action, promote learning, and solve problems. For educational purpose, gamification is integrated to encourage learners to exhibit behaviors that meet the game creator's design since it supports the progress in accomplishing educational tasks. Bicen and Kocakoyun (2018) add that another aim of gamification is to make the learning process more attractive to learners. With this method, learners can have more opportunity to access tailored resourced, collaborate with peers and immerse themselves in learning experiences. Also, it helps increase language learners' engagement, motivation, enjoyment, academic achievement, critical thinking, learning autonomy, and retention.

Many features of games are adapted to be used in gamification. For example, points are used to accumulate individual students' scores in a learning task. Badges are applied as rewards when achieving given assignments. User ranking is finalized according to user achievements (Vathanalaoha, 2022). Gamification supports students to achieve learning outcomes and foster a sense of community through game features, such as feedback, points, quizzes, badges, leaderboard, rewards, competition, and challenges (Rodjanagosol, 2024; Sailer & Homner, 2020; Zhang & Hasim, 2023). The main components required in gamification include mechanics, aesthetics, thinking, engage, people, motivation, learning, and problem solving (Nilubol & Sitthitikul, 2023). Examples of gamification such as *Kahoot!, Socrative*, *Quizizz*, and *Mentimeter* have been proven to enhance EFL learners' motivation and academic achievement in online learning environments (Temel & Cesur, 2024). Currently, gamification in language learning has been increasingly combined with artificial intelligence (AI). AI-powered gamification enhances personalized learning paths, engagement, motivation through rewards, and accessibility through adaptive feedback. However, gamified AI tools should be employed as a supplementary rather than a replacement for human instruction to ensure that students receive both technical help and human-guided language practice (Salmanova, 2025).

According to Laksanasut (2025), gamified EFL learning is different from traditional approach because it increases learners' interaction, intrinsic and extrinsic motivation, engagement, provides immediate and real-time feedback, encourages collaboration through multiplayers, team challenges and creates adaptive learning pathways. For teachers and educators who desire to implement gamification in teaching and learning process, three necessary game elements should be included: dynamics, mechanics, and components. Game dynamics is status, reward, self-expression, competition under rules that are explicit and

enforced achievement. Game mechanics refer to level-system, narrative context, challenge, achievements, and leaderboard. Game components mean self-representation with avatars, feedback, points, trophies, badges, progress bar, and virtual presents. Altogether, these game elements are intended to draw students' feelings of interest, foster competitiveness and curiosity, enhance a need-oriented procedure of learning, and even change the students' behaviors (Bicen & Kocakoyun, 2018; Temel & Cesur, 2024; Zhang & Hasim, 2023).

Theoretical Foundations in Gamified Learning

Several theories are associated with gamification including Behavioral Learning Theory, Self-Determination Theory (SDT), Social Learning Theory, Cognitive Load Theory, and Flow Theory.

Behavioral Learning Theory

Developed by Skinner (1974), Behavioral Learning Theory or Behaviorism claims that people learn through their interactions with the environments. Human behaviors are acquired and shaped through conditioning such as rewards and reinforcement. Based on this theory, gamification promotes learning by changing learners' observable behavior that results from their experience. Providing points and rewards in the game can motivate learners by offering incentives for completing tasks. This helps encourage specific actions in learning, namely, language proficiency, motivation, engagement, critical thinking, and problem solving.

Self-Determination Theory (SDT)

According to Ryan and Deci (2020), Self-Determination Theory (SDT) focuses on the effects of three fundamental psychological needs on intrinsic motivation, i.e. autonomy (the freedom to choose), competence (a sense of capability), and relatedness (connection with others). Thakur (2024) describes that gamification taps into these components by allowing learners to make choices (autonomy), set and achieve goals (competence), and interact with others (relatedness). Game elements such as points, badges, leaderboards, levels, and quests can give learners the freedom to engage in their own way while feeling a sense of achievement and community. Consequently, this approach can enhance intrinsic motivation, making learners more invested and enthusiastic.

Social Learning Theory

Introduced by Albert Bandura (1971), Social Learning Theory emphasizes that learning occurs through observation and interaction with others. Also, learning is influenced by key

factors including attention (noticing the behavior), retention (remembering what we saw), reproduction (being able to duplicate it), and motivation (wanting to reproduce the behavior due to rewards). Cherry (2025) states that instead of relying only on first-hand experience or trial-and-error, we observe what other people do, notice the results, and use that information to guide our own actions. Gamification provides social features like leaderboards and collaborative challenges that foster users to learn from and compete with their peers. These social interactions can promote learning experience, build a sense of community, motivate users to engage in a leaderboard or participating in group challenges more actively, and share their experiences.

Cognitive Load Theory

Cognitive Load Theory, initiated by Sweller (1994), is an instructional framework that explains how the brain processes and retains information by managing the limitations of working memory. Put it simply, cognitive load refers to "the degree of difficulty that people have in remembering what they have been taught" (Baah et al., 2024, p.4). This theory claims that human working memory capacity can be overloaded if their learning is obstructed. To improve students' learning efficiency and prevent mental overload, Sweller et al. (2019) suggest teachers to design their instruction by managing three types of cognitive load: (1) intrinsic load (complexity of the content and teaching materials); (2) extraneous load (distractions or poor instructional design); and (3) germane load (schema building for long-term retention). According to Baah et al. (2024), gamification is an approach that reduces cognitive load to ultimately improve learning outcomes because it raises student engagement in learning. Also, immersing students in gamified learning can diminish their cognitive load and enhance their understanding of a subject.

Flow Theory

Flow Theory or Optimal Experience Theory was firstly defined by Mihaly Csikszentmihalyi in 1990 as a psychological condition in which individuals experience a state of "flow" when they are fully involved in an activity that are appropriate to their skill level (Csikszentmihalyi, 1990). In other words, the task must be challenging but attainable. If the task is too easy, learners may become bored, but if it is too difficult, learners may become anxious and stressed. According to Laksanasut (2025), flow theory enhances optimal engagement in terms of focus, enjoyment, and intrinsic motivation. Liao and Noor (2025) describe that when students achieve flow states, superior learning performance is exhibited.

For gamification, incorporating flow theory helps balance challenge and skill, provide immediate feedback, and allow players autonomy and control. Thus, game designers and developers who aim to create learning environment with high motivation should add game components that enhance immersion, engagement, and both mental and physical challenges.

Previous Studies in Thai EFL Context

Empirical research carried out in Thai EFL settings has illustrated several benefits of gamification across educational levels. In terms of vocabulary knowledge, Panmei and Waluyo (2023) investigated the effects of an online gamification tool called *Quizizz* on vocabulary learning of 100 Thai first-year undergraduate students. Results from vocabulary test showed that the students in the experimental groups who were taught with the gamified learning method achieved higher scores. Surveys also revealed that the students in the experimental group enjoyed vocabulary learning more than those in the control group who did not receive *Quizizz* assistance. In this study, research instrument validation was conducted to ensure research validity and reliability. Nevertheless, it employed only quantitative approach. Qualitative data collection should also be integrated to provide a more complete picture of students' learning experiences with gamification apps. Rodjanagosol (2024) conducted a 12-week course to investigate the impact of gamification on English vocabulary acquisition among 100 Thai adult beginners. Results revealed that gamification approach enhance vocabulary retention of adult learners in the experimental group than traditional method. Semi-structured interview results of ten informants from each group revealed three key themes: increased motivation, enhanced retention, and perceived effectiveness of instant feedback. This study addressed an existing research gap because adult learners, who are significant for English language learning community, have received less attention from the literatures. Moreover, all participants had a basic level of English proficiency based on pre-test scores. This selection criteria ensured that participants were relatively homogeneous regarding initial proficiency. However, only ten interviewees from each group may not be sufficient to represent the population and to completely gain deeper insights into their experiences and perceptions of the gamification learning method.

For grammar competence, Zimik et al. (2024) examined the effects of *Kahoot!* in grammatical knowledge of 52 Thai EFL first-year university students over four weeks. Test results showed that gamified grammar learning was more effective than traditional learning approach. A thematic analysis from the students' reflective essays disclosed their experiences

in learning English grammar using *Kahoot* into five themes: learning effective, enjoyment and fun, teacher's influence, self-improvement, and learning benefits. This study used multiple data collection methods, including quantitative and qualitative approach which increase the credibility and validity of research findings. Nonetheless, it was conducted in four weeks which may not yield the long-term effect of gamification approach on the students' grammatical knowledge. Rofiah and Waluyo (2024) conducted an eight-week English course by using *Kahoot!, Quizizz*, and *Quizlet* in grammar instruction for 107 Thai EFL first-year university students. Survey findings revealed that the students reported that the intervention highly improved their learning performance, motivation, enjoyment, classroom dynamics and engagement. In addition, the students with high proficiency level would likely enjoy and be engaged more in gamified learning than low-level students. The study allowed the students to learn grammar through a variety of game platforms to match their diverse needs and learning styles, resulting in the increase of learning enjoyment and achievement. Nevertheless, only quantitative data collection was applied in this study which may not capture the complexity, diversity, or richness of the phenomena under the investigation. Qualitative approach such as interviews or observations should also be conducted to provide more comprehensive, meaningful insights, and detailed descriptions of the phenomena. Arunsirot (2021) integrated *Classcraft* in English classroom over 14 weeks for 64 second-year English major students in a Thai university to promote their English syntactic knowledge. Results from the test showed that the integration of gamification approach in the learning process could significantly enhance the students' English syntactic knowledge. Findings from the questionnaire revealed positive attitude towards the implementation of the gamification approach because the application increased their memory and it was user-friendly. The questionnaire used to measure the students' opinions on the integration of gamified teaching method in this study evaluated by three experts with a high level of reliability, indicating that the findings are stable and dependable. However, selection criteria, such as random sampling method for placing participants in the experiment and control group was not carried out. Therefore, every member of a population may not have an equal chance of being selected to ensure a representative sample and minimizing bias.

Regarding English communication skills, Vathanalaoha (2022) integrated gamification called *Winner English* into English classes of 1,556 Grade 9 students from 16 local secondary schools in Thailand to enhance their English learning performance in speaking, listening,

writing, and reading. Findings indicated that the students from the experimental group had two times higher learning development than the control group. Content analysis form participant feedback showed students' positive attitude towards the application since it offered an excellent opportunity to practice English accurately. With large numbers of participants from many different local schools in Thailand, this study could provide more accurate results and increasing the reliability, accuracy, and generalizability of the findings. However, English proficiency levels of the participants in the experimental and control groups were not assessed prior to the integration of *Winner English*. This flaw would lead to biased results because it may be difficult to ensure language ability equivalence of the students in two groups at the start of the study. The improvements may be a result from pre-existing, higher proficiency levels in one group rather than the intervention of the game application. Ratsamee et al. (2025) examined the effects of gamification on English spelling achievement of 32 Grade 3 students in a Thai primary school. Findings showed that the experimental group which received gamification-based instruction achieved superior spelling ability compared to the control group which was taught through conventional method. Overall satisfaction with the gamified lesson of the students was also at the highest level. This study employed a cluster random sampling method to select the students for the experimental and control groups. This approach ensures equal selection chances and strengthens the representativeness of the sample and the generalizability of the research results. Nevertheless, the study used only quantitative data collection, but none of the qualitative approach was conducted, which helps the researchers gain a complex and deepen understanding of data or results in a specific context. Matyakhan et al. (2024) explored the gamification's effects on reading comprehension of 70 first-year Thai EFL university students. Results showed that the experimental group improved reading comprehension and reading engagement after the integration of gamification, compared to the control group that studied traditionally. The participants in the experimental group also reported positive perceptions towards gamification in terms of promoting reading engagement and creating fun learning environment. Mixed-methods research design involving the collection and analysis of both quantitative and qualitative data in order to provide a more comprehensive answer to research questions was applied in this research. However, English proficiency of the participants in the experimental and control groups was not assessed before the implementation of gamification to identify

initial English ability level of the participants in the same group. Summary of previous studies on gamification in Thai EFL contexts is displayed in Table 1.

Table 1 Summary of Studies on Gamification in Thai EFL Contexts

Researchers	Participants	Gamified Tools	Findings
Vocabulary Learning			
Panmei & Waluyo (2023)	100 Thai first-year undergraduate students	*Quizizz*	- Students who were taught with *Quizizz* achieved higher scores on vocabulary test. - Students who were taught with *Quizizz* enjoyed vocabulary learning more than students who did not receive *Quizizz* assistance.
Rodjanagosol (2024)	100 Thai adult beginners	Gamified instruction	- Gamification approach could enhance vocabulary retention of adult learners. - Survey and Interview revealed three themes: increased motivation, enhanced retention, and perceived effectiveness of instant feedback
Grammar Competence			
Zimik et al. (2024)	52 Thai EFL first-year university students	*Kahoot*!	- Gamified grammar learning is more effective than traditional learning approach. - A thematic analysis from the students' reflective essays disclosed five themes: learning effective, enjoyment and fun, teacher's influence, self-improvement, and learning benefits.
Rofiah & Waluyo (2024)	107 Thai university students	*Kahoot! Quizizz, Quizlet*	- Students reported that gamified tools highly improved their grammar learning performance, motivation, enjoyment, classroom dynamics and engagement. - Students with high proficiency level would likely enjoy and be engaged

Table 1 Summary of Studies on Gamification in Thai EFL Contexts (Continue)

Researchers	Participants	Gamified Tools	Findings
			more in gamified learning than low-level students.
Arunsirot (2021)	64 Second year English major students in Thai university	*Classcraft*	- The integration of *Classcraft* could significantly enhance the students' English syntactic knowledge. - Students had positive attitude towards the implementation of the gamification approach.
Communication Skills			
Vathanalaoha (2022)	1,556 Grade 9 students from Thai secondary schools	*Winner*	- Students from the experimental group had two times higher learning development. - Students showed positive attitude towards the application.
Ratsamee et al. (2025)	32 Grade 3 students in a Thai primary school	Gamified instruction	- Students in experimental group achieved superior spelling ability. - Overall satisfaction with the gamified lesson of the students was at the highest level.
Matyakhan et al. (2024)	70 Thai first-year university students	Gamified instruction	- Students in experimental group improved reading comprehension and reading engagement. - Students reported positive perceptions towards gamification.

Based on the review of existing studies, it can be said that gamification has been increasingly implemented in Thai EFL classrooms to improve the learners' performance in learning English language such as vocabulary learning, reading ability, syntactic knowledge and other factors like motivation and autonomy. However, the implementation of gamification to enhance idiomatic competence has been unexplored in Thai educational contexts. Therefore, there is a need to bridge the gap and underscore the importance of idiomatic competence of Thai EFL learners as an essential element in language education. As stated by Arunsirot (2020), gamification would be a sensible approach to fulfill this gap in Thai educational system.

Challenges of Gamification in Teaching Idioms

Despite past studies have revealed numerous benefits of gamification in assisting students' learning experiences in EFL settings, some challenges in integrating it for enhancing learners' idiomatic knowledge should be concerned. One major challenge is idiom selection. Not all idiom expressions are appropriate for all students. The teachers are suggested to consider the learners' factors like ages, cultural background, and level of their English proficiency when choosing idioms to teach. Furthermore, useful idioms for the students' need should be provided in the instruction. Because of a large number of English idioms in different themes such as idioms related to animals, body parts, sports, food, colors, and many more, EFL teachers possibly find difficulty in selecting idioms to teach in their classroom. To solve this problem, corpus linguistics can help identify more frequently found idioms along with their use patterns appeared in real language to give priorities in teaching and learning context (Liu, 2003). By so doing, idioms would be taught under categories of their common themes and topics. Put it simply, the teachers will focus on more useful and frequently repeated language patterns rather than spending time on the less frequent ones. To do this, the idioms are chosen based on what is more important and beneficial to teach first. In this regard, selected idioms in gamification approach can represent authentic use in natural language. Moreover, the learners are provided an opportunity to expose to idiom expressions used in real contexts. Compared to intuition-based sources, the selection of idioms based on corpus studies would be more systematic and rigorous (Rafatbakhsh & Ahmadi, 2019).

Selecting the game is another issue that should be considered. As Leo and Rajkumar (2025) mention, to implement games is easy, the most difficult part is to find suitable games for the learners. Fuchs (2023) points out that the game elements should be aligned with the learning objectives. If not, they may fail to achieve meaningful learning outcomes. For example, a quiz question which may add an element of competition and excitement in learning, but if it is not relevant to the lesson being learned, the students may simply memorize the correct answer to earn points rather than engage in deep learning. This can result in a lack of engagement and participation in gamified learning. To implement gamification in idiom learning contexts effectively, the training program for the teachers is highly required. According to Zimik et al. (2024) teachers have positive attitudes towards gamification, but they lack practical knowledge regarding the use of digital games in language learning. Also, Zhang and Hasim (2022) report that one of the disadvantages when

implementing gamification in EFL classroom is the technical issues. Technical barriers, such as insufficient infrastructure and teachers' levels of digital literacy, can hinder the effective use of digital tools (Panda, 2024). In this case, educational institutions should offer game-based training programs to the teachers for tackling new challenges of technology and gamification in English language learning.

Mishra and Koehler (2006) suggest Technological Pedagogical Content Knowledge (TPCK) framework for the teachers to develop an understanding of three main components of learning environments: content, pedagogy, and technology. This model focuses on aligning technological tools with pedagogical strategies and subject to enhance instructional effectiveness. To elaborate, content knowledge is knowledge about the subject content that is to be learned or taught. Pedagogical knowledge is knowledge about the processes and practices or methods of teaching and learning. Technological knowledge is knowledge about standard technologies, such as books, chalk and blackboard, and more advanced technologies, such as the Internet and digital video as well as the skills required to operate particular technologies. Employing this framework in game-based training programs can ensure that gamification and educational technology can effectively support the professional development of all EFL teachers who want to enhance their students' idiomatic competence by using gamification teaching method.

Limitations of Gamification

Gamification offers several benefits to English language education. On the other hand, its potentials to improve learning outcomes can be diminished with some limitations. Firstly, not all students have equal access to technology. This can affect learners' ability to fully participate in gamified learning environments (Wulan et al., 2024). To tackle this issue, the teachers should provide alternative non-digital gamified learning methods by using physical materials, such as board games, card games, or role-playing games for the students who may have limited access to technology (Hamari et al., 2014). Secondly, the students may lose motivation in learning when rewards given in the gamification approach are removed. The teachers can mitigate this problem by setting meaningful learning objectives over game mechanics to foster the students' intrinsic motivation and long-term engagement (Laksanasut, 2025). Lastly, gamification may not be effective for all learning styles. Some students prefer more structured and linear learning environments and do not enjoy playing games. This could

make gamification less effective and discourage them from participating. To avoid this problem, the teachers should offer a variety of learning pathways allowing the students to choose different types of activities or assignments that match their learning styles and preferences in addition to gamification, such as lectures, discussions, and hands-on activities (Fuchs, 2023).

Practical Implications of Game-Based Idiom Learning for Teachers, Policymakers, and Students in Community

Since the idiomatic expressions are complex linguistic components that convey nuanced meaning, teaching them should be well-planned. Using game elements combined with English idiom lessons helps increase Thai learners' idiomatic competence, motivation, and engagement. To address a research gap found in this paper, that is, gamification has been successfully integrated for vocabulary, grammar, and communication skills in Thailand, but its application for enhancing idiomatic competence remains unexplored. Thus, gamification idiom instruction or game-based idiom learning is highly recommended in Thai EFL classrooms.

To make teaching idioms through gamification more efficiently, the framework with three key stages is proposed for language teachers, policymakers, and students in a community. The three-stage framework is adapted from the idiom comprehension model of proficient learners found in the study of Na Ranong (2014), including a preparatory stage, a guessing stage, and a post-guessing stage. In addition, various techniques for teaching idioms suggested by Mehdi (2024), namely contextual learning, using visual aids, corpus linguistics applications, and interactive activities are also integrated into the instructional processes.

At the first stage, Preparation, the teachers define learning objectives for the lesson. Needs analysis regarding the use of English idioms should be conducted to identify gaps between what the students can do and what they want to learn. To do this, the students are encouraged to perform specific actions in learning as described in Behavioral Learning Theory. Next, the teachers select appropriate idioms based on learning objectives, students' needs, proficiency level, and common themes and topics. Then they choose a suitable online platform to create interactive idiom games, e.g., *Kahoot!*, *Quizlet*, *Crosswords*, and *Idiom Matching*. For the second stage, Implementation, the teachers offer interactive games with multimedia resources like visual aids, videos, audio clips, and various game modes, such as single-player, multi-player, or team-based caters to different learning styles. A variety of game

elements should also be added such as challenges, feedback, competition, cooperation, and rewards. With these game components, the students have a chance to make choices by themselves, set and achieve goals, and interact with their classmates. This notion is supported by Self-Determination Theory (SDT) because the students have freedom to engage in their own way. Importantly, the selected idioms should be presented in sample sentences with the rich of contextual clues in real-life situation which can help the students guess the meanings of unfamiliar idioms. At the third stage, Assessment, the learners are evaluated whether they achieve learning outcomes. After the game, the students are asked to complete assignments. They can work individually, in pairs, groups or the whole class to review previously learned idioms, such as matching exercises and role-playing. These tasks are in accordance with Social Learning Theory since the students can learn idioms and share their experience through observation and interaction with others. To ensure accurate idiom use, a pragmatic idiom test should be conducted to assess the ability of the students to understand and appropriately use idiomatic expressions within specific social contexts, rather than simply knowing their literal definition. Idiom assessment should be given at the end of the course in different format, such as multiple choice, filling in the blank, essay, oral presentation, and project to improve learners' performance. Finally, the teachers should provide the students feedback to identify their areas of improvement and allow them to notice and correct their errors on idiom use. The framework for integrating gamification in idiom instruction is illustrated in Figure 1.

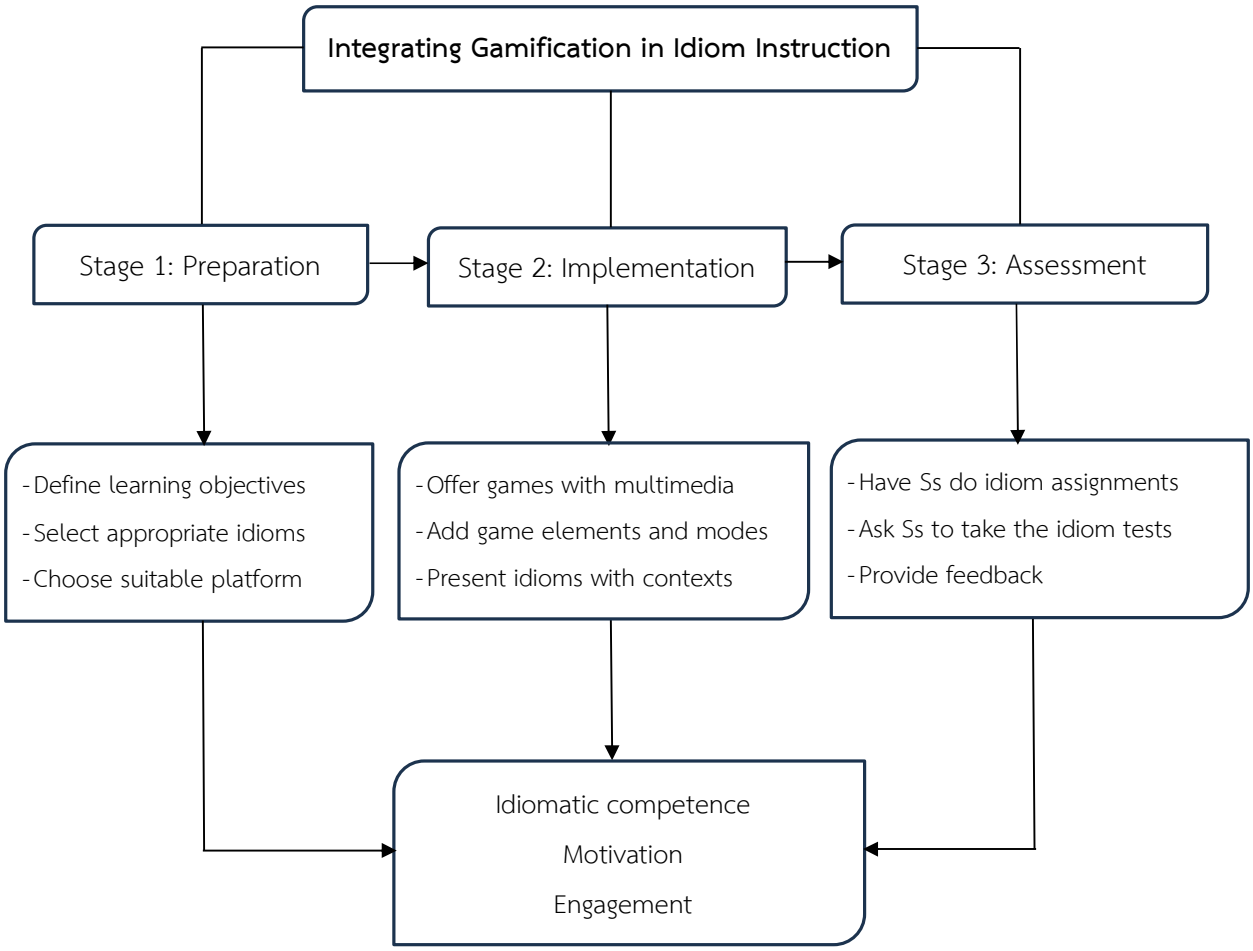


Figure 1: Framework for Integrating Gamification in Idiom Instruction

To successfully implement the above framework, policymakers need to set clear goals, measurable objectives, and align them with the mission of the educational institution to guarantee that the use of technology for digital gamified learning is purposeful and achieves its optimal potentials (Clugston, 2024). Additionally, policymakers and curriculum developers should incorporate digital media literacy into curricula to prepare learners to understand the ability to access and participate in digital media. Furthermore, policymakers should support the teachers to integrate games into their instructional practices and set guidelines for gamification approach used in educational environments. Lewis (2024) recommends that schools should provide teacher training in gamification which is crucial for preparing educators to leverage digital tools and resources to boost student learning. Investing in teacher technology training will ensure that educators are well-prepared to lead their students into a

technologically advanced future. In a nutshell, applying these policies together ensures that the integration of gamification can promote students' learning outcomes and support teachers in education.

The approach of gamification idiom instruction can also be integrated in academic service projects in a community. Schools or universities can organize projects to utilize games and creative activities aiming to empower local students' English language skills. Also, gamified challenges and competitions can be held to encourage community participation and provide opportunities for local students to expose to English language. In order to achieve learning objectives, participants may collaborate or compete with one another, receiving rewards or acknowledgment for their efforts. In this way, gamification approach helps foster a sense of community engagement and encourage data sharing and collaboration (Zeena, 2024). Using games in academic services transforms language education into enjoyable and effective process, bringing about improved student learning outcomes. In short, combining classroom learning with community service projects allows students to employ English skills in real-world tasks through digital and non-digital games. This benefits the community and bridge the gap between theory and practical application.

Conclusion

This review article has synthesized the current state of gamification studies in Thai EFL contexts and proposed a three-stage framework for implementing gamification in idiom instruction. The key contribution of this paper lies in identifying a significant research gap, i.e. while gamification has been successfully integrated for vocabulary, grammar, and communication skills in Thailand, its application for enhancing idiomatic competence remains uninvestigated. Also, it is found that gamification provides an innovative approach to idiom instruction as well as transforms language learning into an engaging and interactive experience (Leo & Rajkumar, 2025).

As a research gap identified earlier, scholars and educators are encouraged to examine the use of gamification in Thai EFL classroom to improve learners' idiomatic competence in addition to other elements in language learning such as vocabulary and grammar. Moreover, longitudinal studies should be conducted in the future to explore the long-term potentials of gamification-based learning on idiomatic knowledge of the students. Further studies should collect data from a larger group of the students to confirm the results of the previous research.

Rather than using only interview, future research should also employ various qualitative approaches such as observations or checklists to gain more in-depth findings. Besides, future studies should be carried out to investigate the effects of gamification on learners' idiom competency through different gamified platforms to compare similarities and differences of the results.

For English teachers at all educational levels in Thailand, gamification approach in idiom instruction should be employed with a three-stage framework: Preparation, Implementation, and Assessment, either as a major learning tool or as a supplementary. Based on this framework, not only idiomatic competence, but the students also maximize their motivation and engagement in learning English language. For policymakers, policies and guidelines regarding incorporating games in idiom teaching should be set and implemented for educational institutions to encourage students' digital literacy and language proficiency as outlined in Thailand's Education Reform Law of 1999. Importantly, it should be noted that this review focused primarily on studies conducted in Thai EFL contexts and may not be generalizable to other settings and student population. Moreover, although gamified learning has several benefits in language learning, some key issues are of concern, namely selection of the idioms, selection of the game, and the need for teacher training.

References

Afifah, A., & Priyana, J. (2024). How can gamification help language learners? Insight from EFL students and teachers. *International Journal of Educational Research & Social Sciences, 5*(4), 771-777. https://doi.org/10.51601/ijersc.v5i4.867

Apridayani, A., Chatwichit, N., Supanpong, T., & Kanto, S. (2024). Investigating the challenges and strategies of Thai university students in mastering English idioms. *Journal of Language & Education, 10*(1), 25-34. https://doi.org/10.17323/jle.2024.16842

Arnold, I. (1986). *The English word*. Vuisshaya Shkola.

Arunsirot, N. (2021). Integration of gamification approach In EFL classroom context. *Journal of Education and Innovation, 23*(4), 30–45. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/241676

Asl, F. M. (2013). The impact of context on learning idioms in EFL classes. *MEXTESOL Journal, 37*(1), 1-12.

Baah, C., Govender, I., & Subramaniam, P.R. (2024). Enhancing learning engagement: A study on gamification's influence on motivation and cognitive load. *Education Sciences, 14*, 1115. https://doi.org/10.3390/educsci14101115

Bandura, A. (1971). *Social Learning Theory*. General Learning Press.

Bicen, H., & Kocakoyun, S. (2018). Perceptions of students for gamification approach: Kahoot as a case study. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET), 13*(2), 72–93. https://doi.org/10.3991/ijet.v13i02.7467

Chan, S., & Lo, N. (2024). Enhancing EFL/ESL instruction through gamification: A comprehensive review of empirical evidence. *Frontiers in Education, 9*, 1-21. https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1395155

Cherry, K. (2025, December 1). *How Social Learning Theory Works.* https://www.verywellmind.com/social-learning-theory-2795074

Clugston, B. (2025, May 21). *Advantages and disadvantages of AI in education. University Canada West*. https://www.ucanwest.ca/blog/education-careers-tips/advantages-and-disadvantages-of-ai-in-education/

Cooper, T. C. (1999). Processing of idioms by L2 learners of English. *TESOL Quarterly, 33*(2), 233-262. https://doi.org/10.2307/3587719

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience.* Harper and Row.

Dokchandra, D., & Boonnoon, S. (2023). An investigation of Thai university EFL students' ability to notice English idiomatic expressions. *Arab World English Journal, 14*(4), 269-282. https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol14no4.16

Fernando, C. (1996). *Idioms and idiomaticity*. Oxford University Press.

Flavel, L., & Flavel, R. H. (2000). *Dictionary of idioms and their origins*. Kyle Cathie Ltd.

Fuchs, K. (2023). Challenges with gamification in higher education: A narrative review with implications for educators and policymakers. *International Journal of Changes in Education 1*(1), 51-56. https://doi.org/10.47852/bonviewIJCE32021604

Gramley, S., & Pätzold, M. (2003). *A survey of modern English*. Routledge.

Grant, L. E., & Bauer, L. (2004). Criteria for re-defining idioms: Are we barking up the wrong tree? *Applied Linguistics, 25*(1), 38-61. https://doi.org/10.1093/applin/25.1.38

Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). *Does gamification work?: A literature review of empirical studies on gamification*. In 2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences (pp. 3025-3034).

Howarth, P. (1998). Phraseology and second Language proficiency. *Applied Linguistics, 19*(1), 24-44. https://doi.org/10.1093/applin/19.1.24

Kantamara, P., Hallinger, P., & Jatiket, M. (2006). Scaling-up educational reform in Thailand: Context, collaboration, networks, and change. *Planning and Changing, 37*(1), 5-23. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ756213.pdf

Kapp, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. Pfeiffer.

Koonin, A. V. (1970). *English Phraseology.* Theoretical Course Science.

Kriengphan, T. (2017). *A survey of graduate students' comprehension of English idioms, difficulties in understanding and strategies used in processing English idioms.* (Master thesis). Thammasat University.

Laksanasut, S. (2025). Gamification in ESL/EFL education: Transforming language learning and teaching through play. *TESOL and Technology Studies 6*(1), 16-29. https://doi.org/10.48185/tts.v6i1.1562

Lewis, H. (2024). Teacher training in technology use: Bridging the digital divide in education. *Journal of Foreign Language Education and Technology, 9*(1), 1-2.

Liao, X., & Noor, N. F. M. (2025). Design components of serious game based on flow theories. *Advances in Educational Technology and Psychology, 9*(3), 67-80. https://doi.org/10.23977/aetp.2025.090311

Liu, D. (2003). The most frequently used spoken American English idioms: A corpus analysis and its implications. *TESOL Quarterly, 37*(4), 671-700. https://doi.org/10.2307/3588217

Liu, D. (2008). *Idioms: Descriptions, comprehension, acquisition, and pedagogy*. Routledge.

Leo, S. B., & Rajkumar, P. (2025). Enhancing idiom instruction through the gamification method. *International Journal of English and Studies (IJOES), 7*(3), 55-58. https://doi.org/10.47311/IJOES.2025.7.03.58

Makkai, A. (1972). *Idiom Structure in English*. The Hague.

Martinez, R., & Murphy, V. A. (2011). Effect of frequency and idiomaticity on second language reading comprehension. *TESOL Quarterly, 58*(2), 267-290. https://doi.org/10.5054/tq.2011.247708

Matyakhan, T., Chaowanakritsanakul, T., & Santos, J. A. L. (2024). Implementing gamification to enhance reading engagement and reading comprehension of Thai EFL university

students. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network, 17*(1), 121–239. https://so04.tci- thaijo.org/index.php/LEARN/article/view/270383

Mehdi, S. (2024). Techniques used in teaching idioms. *Acta Globalis Humanitatis et Linguarum, 1*(2), 34-42. https://doi.org/10.69760/aghel.01024063

Mishra, P., & Koehler, M. J. (2006). Technological pedagogical content knowledge: A framework for teacher knowledge. *Teachers College Record, 108*(6), 1017–1054. https://doi.org/10.1111/j.1467-9620.2006.00684.x

Moon, R. (1998). *Fixed expressions and idioms in English: A corpus-based approach*. Oxford University Press.

Müller, A., Son, J., Nozawa, K., & Dashtestani, R. (2017). Learning English idioms with a web-based educational game. *Journal of Educational Computing Research, 56*(6), 848-865. https://doi.org/10.1177/0735633117729292

Na Ranong, S. (2014). Idiom comprehension and processing: The case of Thai EFL learners. *Journal of English Studies, 9*, 51-97. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsel/article/view/25407

Nilubol, K., & Sitthitikul, P. (2023). Gamification: Trends and opportunities in language teaching and learning practices. *PASAA Journal, 67*, 378-400. https://doi.org/10.58837/CHULA.PASAA.67.1.13

O'Brien, K., & Pitera, J. (2019). Gamifying instruction and engaging students with breakout. *Journal of Educational Technology Systems, 48*(2), 192–212. https://doi.org/10.1177/0047239519877165

Panda, R. (2024). Gamification and educational technology in teacher training: Opportunities and challenges. *International Journal of Research Publication and Reviews 5*(9), 701-711. https://doi.org/10.55248/gengpi.5.0924.2503

Panmei, B., & Waluyo, B. (2023). The pedagogical use of gamification in English vocabulary training and learning in higher education. *Educ. Sci., 13*(24), 1-22. https://doi.org/10.3390/educsci13010024

Rafatbakhsh, E., & Ahmadi, A. (2019). A thematic corpus-based study of idioms in the Corpus of Contemporary American English. *Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education, 4*(11), 1-21. https://doi.org/10.1186/s40862-019-0076-4

RahmtAllah, E. A. E. (2024). EFL learners' comprehension of English idioms at the university level. *Journal of Education and Practice, 15*(6), 24-33.

https://doi.org/10.7176/JEP/15-6-03

Ratsamee, S., Chomchaiya, C., & Jitsupa, J. (2025). Use of gamification to promote spelling skills of grade 3 students. *Journal of English Language and Linguistics, 6*(2), 134–149. https://doi.org/10.62819/jel.2025.1013

Rodjanagosol, K. (2024). Gamification's role in enhancing vocabulary acquisition for adult English learners. *Journal of Asian Language Teaching and Learning*, *5*(2), 58–68. https://so10.tci-thaijo.org/index.php/jote/article/view/1412

Rofiah, N. L., & Waluyo, B. (2024). Effects of gamified grammar and vocabulary learning in an English course on EFL students in Thailand. *Teaching English with Technology, 24*(2), 22-46. https://doi.org/10.56297/vaca6841/LRDX3699/DJJL1101

Rungsripattanaporn, S., & Na Ranong, S. (2018). Exploring L2 idiom comprehension: A case of Thai EFL learners. *PASAA PARITAT Journal, 33*, 127-156. https://www.culi.chula.ac.th/Images/asset/pasaa_paritat_journal/file-7-65-fo26me618128.pdf

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology, 61*. https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860

Sailer, M., & Homner, L. (2020). The gamification of learning: A meta-analysis. *Educational Psychology Review, 32*, 77-112. https://doi.org/10.1007/s10648-019-09498-w

Salmanova, S. (2025). Gamification and AI in language learning – A new era of digital education. *Acta Globalis Humanitatis et Linguarum, 2*(1), 262-269. https://doi.org/10.69760/aghel.02500134

Šarić, A. (2022). A study of university students' idiomatic competence. *European Journal of Education, 5*(1), 102-113. https://doi.org/10.26417/270tsv35

Sevara, M. (2025). The role of digital tools in teaching English idioms to B2 students. *International Multidisciplinary Journal for Research & Development, 12*(5), 169-175. https://www.ijmrd.in/index.php/imjrd/article/view/3054

Simpson, R., & Mendis, D. (2003). A corpus-based study of idioms in academic speech. *TESOL Quarterly, 37*(3), 419-441. https://doi.org/10.2307/3588398

Skinner, B. F. (1974). *About behaviorism*. Alfred A. Knopf.

Strakšiene, M. (2009). Analysis of idiom translation strategies from English into Lithuanian. *Studies about Language*, 13-20.

Sweller, J. (1994). Cognitive load theory, learning difficulty, and instructional design. *Learning and Instruction, 4*, 295-312. https://doi.org/10.1016/0959-4752(94)90003-5

Sweller, J., van Merriënboer, J. J. G., & Paas, F. (2019). Cognitive architecture and instructional design: 20 years later. *Educational Psychology Review, 31*(2), 261–292. https://doi.org/10.1007/s10648-019-09465-5

Temel, T., & Cesur, K. (2024). The effect of gamification with web 2.0 tools on EFL learners' motivation and academic achievement in online learning environments. *Sage Open, 14*(2), 1-19. https://doi.org/10.1177/21582440241247928

Thakur, K. (2024, August 20). *Theory of gamification and its effect.* https://www.nudgenow.com/blogs/theory-of-gamification-learning-effect

Vathanalaoha, K. (2022). Effects of gamification in English language learning: The implementation of Winner English in secondary education in Thailand. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network, 15*(2), 830–857. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/LEARN/article/view/259953

Wright, J. (2002). *Idioms Organiser: Organised by metaphor, topic, and keyword.* Language Teaching Publications.

Wulan, D. R., Nainggolan, D. M., Hidayat, Y., Rohman, T., & Fiyul, A. Y. (2024). Exploring the Benefits and Challenges of Gamification in Enhancing Student Learning Outcomes. *Global International Journal of Innovative Research, 2*(7), 1657-1674. https://global- us.mellbaou.com/index.php/global/article/view/238

Zeena, O. (2024). *Using gamification to enhance development: How game elements can contribute to sustainable development in the Global South*. Busara Groundwork.

Zhang, S., & Hasim, Z. (2023). Gamification in EFL/ESL instruction: A systematic review of empirical research. *Frontiers in Psychology, 13*, 1-12. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1030790

Zimik, H. R. Nafis, Khan, N. M., & Waluyo, B. (2024). Game on! The effectiveness of gamified approaches in Thai higher education. *International Journal of Information and Education Technology, 14*(10), 1461-1470. https://doi.org/10.18178/ijiet.2024.14.10.2177

สำหรับเจ้าหน้าที่	
รหัสบทความ:	
วันชำระค่าธรรมเนียม:	
วันส่งบทความให้ Reviewer:	
วันที่ตอบรับเผยแพร่:	

แบบฟอร์มนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

วันที่ Click here to enter a date.

เรียน บรรณาธิการวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เรื่อง ขอนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ข้าพเจ้า (☐ นาย / ☐ นาง / ☐ นางสาว) Click here to enter text.

(☐ Mr. / ☐ Mrs. / ☐ Ms.) Click here to enter text.

คุณวุฒิสูงสุด และสถานศึกษา Click here to enter text.

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) Click here to enter text.

สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา Click here to enter text.

ขอนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยมีรายละเอียด ข้างท้าย

1. **ชื่อบทความ**

   (ภาษาไทย) Click here to enter text.

2. **ชื่อบทความ**

   (ภาษาอังกฤษ) Click here to enter text.

3. **ประเภทบทความที่ส่ง** ☐ บทความวิชาการ (Academic article)
   ☐ บทความวิจัย (Research article)
   ☐ บทความปริทัศน์ (Review article)
   ☐ บทวิจารณ์หนังสือ (Book review)

4. **กรณีเป็นบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ โปรดระบุ ดังนี้**

   ☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ

ชื่อหลักสูตร Click here to enter text.

ชื่อมหาวิทยาลัย Click here to enter text.

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก Click here to enter text.

หน่วยงานที่สังกัดของอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก Click here to enter text.

ทั้งนี้ได้สอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ผ่านแล้วเมื่อวันที่ Click here to enter a date.

5. **ขอบเขตเนื้อหาของบทความ** (เลือกได้ 1 ตัวเลือก)
   - ○ ศึกษาศาสตร์
   - ○ บริหารธุรกิจ
   - ○ สังคมวิทยา
   - ○ เทคโนโลยีสารสนเทศ
6. **ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก**

   ที่อยู่สำหรับติดต่อทางไปรษณีย์ Click here to enter text.

   โทรศัพท์ Click here to enter text. โทรศัพท์มือถือ Click here to enter text. โทรสาร Click here to enter text. E-mail Click here to enter text.
7. **ชื่อผู้เขียนบทความ**

ผู้เขียน	ชื่อ-นามสกุล	หน่วยงานที่สังกัด	สัดส่วนผลงาน (ร้อยละ)
ผู้เขียนหลัก			
ผู้เขียนร่วมท่านที่ 1			
ผู้เขียนร่วมท่านที่ 2			

8. การจัดเตรียมต้นฉบับบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนด

กรณีบทความวิจัย	กรณีบทความวิชาการ
☐ ชื่อเรื่อง (Title)	☐ ชื่อเรื่อง (Title)
☐ บทคัดย่อ ไม่เกิน 250 คำ	☐ บทคัดย่อ ไม่เกิน 250 คำ
☐ Abstract ไม่เกิน 250 คำ	☐ Abstract ไม่เกิน 250 คำ
☐ คำสำคัญ	☐ คำสำคัญ
☐ Keywords	☐ Keywords
☐ บทนำ (Introduction)	☐ บทนำ (Introduction)
☐ วัตถุประสงค์ (Research Objectives)	☐ เนื้อหา (Body of Text)
☐ ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)	☐ สรุป (Conclusion)
☐ วิธีการวิจัย (Research Methodology)	☐ เอกสารอ้างอิง (Reference) รูปแบบ APA 7th edition
☐ ผลการวิจัย (Results)	
☐ อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)	
☐ สรุป (Conclusion)	
☐ เอกสารอ้างอิง (Reference) รูปแบบ APA 7th edition	

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าเพียงผู้เดียว

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่ระบุชื่อในบทความ

☐ เป็นผลงานของคณะผู้เขียน/คณะวิจัยซึ่งไม่ปรากฏชื่อในบทความ ดังรายชื่อในเอกสารแนบ (ถ้ามี)

ผู้เขียนร่วมที่ปรากฏชื่อในบทความ และคณะผู้เขียน/คณะวิจัยซึ่งไม่ปรากฏชื่อในบทความ (ถ้ามี) รับทราบ และยินยอมให้ส่งบทความมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ครั้งนี้ รวมทั้งขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น รวมทั้งจะไม่นำส่งไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยอมรับหลักเกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ รวมทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการตรวจแก้ต้นฉบับ ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น กรณีมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ แผนภูมิ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือ ข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความให้เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมแต่เพียงฝ่ายเดียว

ลงชื่อผู้เขียนหลัก .....

( )

...../...../.....

ลงชื่อผู้เขียนร่วมท่านที่ 1 .....

( )

...../...../.....

ลงชื่อผู้เขียนร่วมท่านที่ 2 .....

( )

...../...../.....

เอกสารแนบ

ประวัติย่อผู้เขียนบทความ

ผู้เขียน	ประวัติย่อ	ชื่อ File ภาพผู้เขียนที่แนบมา
ผู้เขียนหลัก	**ประวัติย่อภาษาไทย** **ชื่อ-นามสกุล:** Click here to enter text. **วุฒิการศึกษาสูงสุด:** Click here to enter text. **มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาสูงสุด:** Click here to enter text. **ตำแหน่งทางวิชาการ:** Click here to enter text. **หน่วยงานที่สังกัด:** Click here to enter text. **สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ:** Click here to enter text. **ประวัติย่อภาษาอังกฤษ** **Name and Surname:** Click here to enter text. **Highest Education:** Click here to enter text. **University or Agency:** Click here to enter text. **Academic Rank/Title:** Click here to enter text. **Affiliation:** Click here to enter text. **Field of Expertise:** Click here to enter text. **E-mail:** Click here to enter text.	

ผู้เขียน	ประวัติย่อ	ชื่อ File ภาพผู้เขียนที่แนบมา
ผู้เขียนร่วมท่านที่ 1	<u>ประวัติย่อภาษาไทย</u> **ชื่อ-นามสกุล:** Click here to enter text. **วุฒิการศึกษาสูงสุด:** Click here to enter text. **มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาสูงสุด:** Click here to enter text. **ตำแหน่งทางวิชาการ:** Click here to enter text. **หน่วยงานที่สังกัด:** Click here to enter text. **สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ:** Click here to enter text. <u>ประวัติย่อภาษาอังกฤษ</u> **Name and Surname:** Click here to enter text. **Highest Education:** Click here to enter text. **University or Agency:** Click here to enter text. **Academic Rank/Title:** Click here to enter text. **Affiliation:** Click here to enter text. **Field of Expertise:** Click here to enter text. **E-mail:** Click here to enter text.	
ผู้เขียนร่วมท่านที่ 2	<u>ประวัติย่อภาษาไทย</u> **ชื่อ-นามสกุล:** Click here to enter text. **วุฒิการศึกษาสูงสุด:** Click here to enter text. **มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาสูงสุด:** Click here to enter text. **ตำแหน่งทางวิชาการ:** Click here to enter text. **หน่วยงานที่สังกัด:** Click here to enter text. **สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ:** Click here to enter text. <u>ประวัติย่อภาษาอังกฤษ</u> **Name and Surname:** Click here to enter text. **Highest Education:** Click here to enter text. **University or Agency:** Click here to enter text. **Academic Rank/Title:** Click here to enter text. **Affiliation:** Click here to enter text. **Field of Expertise:** Click here to enter text. **E-mail:** Click here to enter text.	

แบบฟอร์มตรวจสอบบทความ ภาษาอังกฤษโดยผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านภาษา

วันที่ .....เดือน .....พ.ศ.....

เรียน บรรณาธิการวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เรื่อง ขอนำส่งผลการตรวจสอบความถูกต้องทางด้านภาษาอังกฤษ

ข้าพเจ้า .....

☐ ผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ 1 และทำงานในวงการวิชาการ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้องทางวิชาการ เช่น ครู อาจารย์นักแปล ชาวต่างชาติ เป็นต้น

☐ ผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ 2 หรือ 3 แต่จบการศึกษาในศาสตร์ทางด้านภาษา และหรือทำงานในวงการวิชาการที่เกี่ยวข้อง

ตำแหน่ง .....

หน่วยงาน/ สังกัด.....

ที่อยู่สำหรับติดต่อ .....

เบอร์โทรศัพท์..... E-mail.....

ขอรับรองว่าบทความนี้ได้ผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมทางด้านภาษาเชิงวิชาการ และความถูกต้องตามหลักไวยากรณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้วและสามารถตีพิมพ์ลงในวารสารได้ โดยมีรายละเอียดข้างท้าย

ประเภทบทความที่เสนอ ☐ บทความวิจัย / บทความวิชาการ ☐ บทคัดย่อ

ชื่อผู้เขียนบทความ .....

.....

ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....

.....

ชื่อบทความ (ภาษาอังกฤษ) .....

.....

ลงชื่อ .....

(.....)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

