วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning

ปีที่ Volume 20 | ฉบับที่ No. 2 | พฤษภาคม - สิงหาคม May - August 2569

ISSN: 3027-8414 (Online)

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

สารบัญ

➢ **บทบรรณาธิการ** ฐ

➢ **บทความวิจัย**

AI-Driven Innovation for Operational Transformation: A Case Study of Organizational, Technological, and Human Factors in WH Company 1
Weihao Cheng and Jirapong Ruanggoon

การพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย 31
เพลินพิศ โพธิ์วัน

การพัฒนานวัตกรรมเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนสังกัดสถานศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ 50
สัมฤทธิ์ แสงทอง, ยุพิน ยืนยง, ดนัย เจษฎาฐิติกุล และ อภิชาติ เลนะนันท์

The Effects of Communicative Language Teaching Integrated with Vlogging on EFL Learners' English Speaking Skills 77
Kritsana Su-ya-ai

The Effects of Experiential Value and Customer Experience Quality on Local Gastronomy Perception and e-WOM Intention among Customers of MICHELIN Guide-Listed Restaurants in Thailand 104
Theerakorn Udomratanamanee , Chanin Taeratanachai and Rawida Wiriyakitjar

สารบัญ (ต่อ)

กลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน 130
สุมาลี ศรีพุทธรินทร์

การจัดการตัวชี้วัดการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับสมรรถนะองค์กร 150
กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
ณาราภัทร ใจตรง, ณิชารีย์ ตรีธารมธุรส, อนิสา ขนาดผล และ ทศพล สนิทเปรม

รูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ 173
เพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ด้านคหกรรมศาสตร์
นทัต อัศภาภรณ์

แนวทางการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย 194
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สิริมา เชียงเชาว์ไว, ศุภวัจน์ แต่รุ่งเรือง และ ภคภต เทียมทัน

การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับ 215
โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ
ของผู้เรียนภาษาอังกฤษในระดับอุดมศึกษา
วันวิสาข์ มาสูตร์ และ นฤมล ตันติชาติ

การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการผ่านกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา: นวัตกรรม 245
การเรียนรู้เชิงกระบวนการในรายวิชาศึกษาทั่วไป
เมทินี ทนงกิจ, สราวุฒิ ตรีศรี, พัชรี ปรีดาสุริยะชัย และ ชุติกร นพรัตน์

The Effects of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on Marketing 263
Performance: The Mediating Role of Digital Marketing Capability among E-Commerce Entrepreneurs in Northeastern Thailand
Sujittra Sangchanda and Sasithron Sangjamraschaikun

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

สารบัญ (ต่อ)

ภูมิทัศน์องค์ความรู้สู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน: บทเรียนจากการสังเคราะห์วรรณกรรมและการตีความเชิงบริบทของประเทศกำลังพัฒนา 293
ภีมภณ มณีธร, บุญฑวรรณ วิงวอน และ ชุติมันต์ สะสอง

การพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับ Wordwall สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 314
วิชญ์สุดา ภูษณะวิวัฒน์

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูล 333
ณฐา อภิธาวินวสุ, สมเกียรติ สายธนู, ทวีศักดิ์ พุฒสุขี และ ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์

อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงาน : ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 356
จิราภรณ์ ทองบุญยัง

ศักยภาพและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารทุนวัฒนธรรม: การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ 381
เนตรชนก สายคง, สุพัฒนวรี ทิพย์เจริญ, นล นาคนาคา, พัชร์ลิชา เมืองคำ และ สุพิชา เทศดรุณ

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วสุพรรณบุรีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) 405
ศิวกร ตลับนาค, น้อมจิตต์ สุธีบุตร, ชญาภัทร์ กี่อาริโย และ จักรกฤษณ์ ทองคำ

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน คะฉิ่นสุดใจ: กรณีศึกษาพื้นที่โครงการหลวงหนองเขียว จังหวัดเชียงใหม่ 431
ศศิพัชร์ อริยะกูล และ อดิศักดิ์ ฝนห่าแก้ว

สารบัญ (ต่อ)

ตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้: กรณีศึกษาเมืองแห่งการเรียนรู้ในประเทศไทย 443
ไพรพันธ์ ธนเลิศโศภิต และ เผชิญวาส ศรีชัย

Textbooks as Cultural Resources: An Analysis of Cultural Representation in Thai Grade 7 English Textbooks 469
Phongsakorn Methitham and Apirat Techa

บทบาทนวัตกรรมธุรกิจในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนกับความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม 490
บุญฑวรรณ วิงวอน และ จุฬารัตน์ คำถาเครือ

การพัฒนาสมรรถนะการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยด้วยแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE สำหรับนักศึกษาครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 516
พิชญพรพรรณ ศรีมูลเรือง

➢ **บทความวิชาการ**

TPACK: นวัตกรรมการบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาสมรรถนะครูและทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน 542
วิชากร ลังกาฟ้า, เจตนา เมืองมูล, ณัฐกุล รุณผาบ และ เดช สาระจันทร์

การวิเคราะห์เปรียบเทียบและการปฏิรูปกฎหมายเพื่อการป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล 557
จุมพล นันทศิริพล

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 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

รายนามคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Reviewer) ประจำฉบับ

รองศาสตราจารย์ ดร. จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
รองศาสตราจารย์ ดร. สมเกียรติ อินทสิงห์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร. พิชญ์สินี ชมภูคำ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
รองศาสตราจารย์ ดร. อุเทน เลานำทา	บริษัท อินเทลลิเจนท์ ดี.ซี. จำกัด
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. ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร์	สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกแห่งสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นทัต อัศภาภรณ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฐิติมา ญาณะวงษา	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพันธ์ อะนันชัยธวัช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มนต์นภัส มโนการณ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปณตนนท์ เถียรประภากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทัศนีย์ อารมณ์เกลี้ยง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดรุณี มูเก็ม	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานพ ชุ่มอุ่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุนทรี คนเที่ยง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัชดาภรณ์ ตัณฑิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จันทร์จิตร เธียรสิริ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทิพวรรณ ทนันไชย	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธัญญารัตน์ ลิ้นฤๅษี	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศราวุธ พงษ์ลี้รัตน์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาโรช สอาดเอี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พุทธมน สุวรรณอาสน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิกุล พงษ์กลาง	มหาวิทยาลัยพายัพ

รายนามคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Reviewer) ประจำฉบับ (ต่อ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรทัย อินตา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อาจารย์ ดร. สิริยุพิน ศุภ์ธนัชภัคชนา	มหาวิทยาลัยบูรพา
อาจารย์ ดร. ทิพย์พิรุณ พุมดวง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
อาจารย์ ดร. จักรพงษ์ สุขพันธ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร. สุพัฒนวรี ทิพย์เจริญ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
อาจารย์ ดร. ณัฐดนัย นาจันทร์	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
อาจารย์ ดร. สุวิจักขณ์ จันดาพันธ์	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ฉบับนี้เป็นปีที่ 20 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2569) มีบทความวิจัย จำนวน 23 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 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

AI-Driven Innovation for Operational Transformation: A Case Study of Organizational, Technological, and Human Factors in WH Company

Weihao Cheng, Jirapong Ruanggoon*

Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University
172 Issaraphab Road, Wat Kanlaya Sub-district, Thonburi District, Bangkok, 10600, Thailand

Received: *February 2, 2026* ***Revised***: *April 17, 2026* ***Accepted***: *May 25, 2026*

Abstract

The research objectives were 1) to examine how artificial intelligence technologies are applied to support operational innovation in a traditional manufacturing enterprise, 2) to identify the key organizational, technological, and human factors influencing the effectiveness of AI-driven operational transformation, and 3) to propose practical guidelines for enhancing the effectiveness of AI-driven operational transformation in traditional manufacturing enterprises. A qualitative case study approach was employed. The data were collected through semi-structured in-depth interviews with 20 purposively selected participants, including senior managers, middle managers, frontline employees, and IT and engineering staff. The interview data were triangulated with internal documents and on-site observations. Thematic analysis was conducted using open coding, axial coding, and selective coding to identify major patterns and core themes. The findings indicated that AI has significantly contributed to operational innovation, particularly in production automation, quality control, warehousing, and logistics management. AI-enabled systems improved operational efficiency, reduced labor intensity, lowered defect rates, and enhanced decision-making accuracy. However, AI adoption remains uneven across departments, with limited integration in customer service, sales support, and administrative functions. The effectiveness of AI-driven transformation is strongly influenced by organizational factors (leadership support, strategic

* Corresponding Author
E-mail: jirapong.r@dru.ac.th

alignment, and change management), technological factors (data quality, system integration, and IT infrastructure readiness), and human factors (employee digital literacy, training, and acceptance of AI). Practical guidelines for enhancing the effectiveness of AI-driven transformation include positioning AI as a long-term organizational strategy, improving system integration and data quality, designing role-based skill development, and institutionalizing systematic change management.

Keywords

AI-driven innovation; Operational transformation; A Case study; Technology–Organization–Environment Framework, Innovation Diffusion Theory

Introduction

Artificial intelligence (AI) has become a critical driver of operational innovation across industries, particularly in traditional manufacturing sectors facing increasing pressure to improve efficiency, quality, and competitiveness. Advances in machine learning, data analytics, and intelligent automation have enabled manufacturing enterprises to redesign production processes, optimize resource allocation, and enhance decision-making capabilities. As a result, AI-driven operational transformation is increasingly regarded as a strategic pathway for sustaining long-term organizational performance (Ali et al., 2024; Harahap et al., 2024; Su et al., 2024).

In this study, a traditional manufacturing company is a business organization with standard production processes, highly labor-oriented activities, vertical organizational hierarchy, and limited incorporation of advanced digital technologies (Swierczek & Kisperska-Moron, 2016; Lay-Raby et al., 2025). These companies are being reformed into more sophisticated and intelligent businesses via the implementation of artificial intelligence technologies. However, the degree of this reform varies greatly from firm to firm and even within different departments within the same company.

Despite the growing adoption of AI technologies, many traditional manufacturing enterprises encounter substantial challenges during implementation. These challenges include fragmented digital infrastructure, insufficient data quality, limited employee digital competencies, and organizational resistance to change. Prior studies have largely focused on the technical capabilities of AI systems or their performance outcomes, while comparatively less attention has been paid to the organizational and human factors that shape the

effectiveness of AI-driven operational innovation, particularly in emerging economies and transitional industrial contexts (Li et al., 2025).

The problems stem from the issue of multi-level transformation challenges, from macro levels such as industry issues (e.g., cost competitiveness and regulation), meso levels such as organizational problems (e.g., strategic alignment and coordination), and micro levels such as personal issues (e.g., skill and attitude toward AI). This underlines the fact that transformation through AI adoption is a socio-technical activity and not merely a technology-based initiative (Uren, & Edwards, 2023; Herrmann & Pfeiffer, 2023).

Existing research on AI adoption has often relied on quantitative surveys or conceptual discussions, which may overlook the complexity of organizational processes and employee experiences during AI-driven transformation (Fenwick et al., 2024; Murire, 2024). Moreover, empirical studies grounded in real-world manufacturing cases remain limited, especially those that integrate multiple theoretical perspectives to explain AI-driven operational change at different organizational levels (Tian et al., 2023). More specifically, the diffusion of AI in traditional manufacturing companies is still an area that requires further investigation. Current research literature lacks a proper understanding of the manner in which the use of AI technology spreads throughout the organization from top management down to the middle and lower levels of management as well as across core and support processes.

This study fills these gaps through the use of qualitative case study approach in exploring the use of AI in operational innovation in a traditional manufacturing firm. Using the WH Company, the study evaluates how AI technology is being utilized in the firm's operations, as well as the key enablers and barriers involved, while analyzing the interplay between technological, organizational and individual elements at the top-management, middle-management and employee level. The study combines the TOE framework and IDT to offer a multi-level analysis of AI-led operational innovation. In particular, the study examines how technological elements, organizational processes and individual capabilities contribute to the adoption and implementation of AI technology.

Objectives

1. To examine how artificial intelligence technologies are applied to support operational innovation in a traditional manufacturing enterprise.

2. To identify the key organizational, technological, and human factors influencing the effectiveness of AI-driven operational transformation.

3. To propose practical guidelines for enhancing the effectiveness of AI-driven operational transformation in traditional manufacturing enterprises.

Review of Literature

Artificial intelligence is recognized as one of the key drivers of innovations and organizational change (Su et al., 2024, 59-85). In manufacturing industries, the use of AI technology such as machine learning, intelligent sensing, and analytics is becoming more common for improving production process, quality assurance, and coordinating supply chains (Sorooshian et al., 2022; Ferrara et al., 2024). Existing literature suggests that AI implementation could increase efficiency and support better decision-making.

1) The Adoption of AI Technologies in Companies

Indeed, AI adoption in organizations is no longer merely about technology but has been transformed into organizational transformation. Successful adoption of AI has been influenced by technological readiness, organizational readiness, and other contextual aspects according to TOE theory (Khanfar et al., 2025, 3727–3755). As regards manufacturing industries, it should be said that AI adoption in such sectors usually starts with automation of production and quality assurance process, then gradually spreading throughout other operational processes.

AI solutions and technologies, such as automation and analytics, have been utilized to increase effectiveness, productivity, and optimize supply chain management (Sorooshian et al., 2022; Tian et al., 2023). However, traditional manufacturing companies often face certain challenges associated with legacy technologies, infrastructure, and insufficient skills of employees (Atieh et al., 2023, e12578, which makes such environment highly suitable for AI operational transformation study. Earlier research shows that successful adoption of AI technologies is influenced by strategic alignment, digital capabilities, and skills possessed by organization's employees (Tursunbayeva & Gal, 2024; Satyro et al., 2024). Thus, organizations, which have well-established digital processes, integration of data and employee training programs, are much more likely to benefit from the use of AI technologies, while lack of skills and resistance to changes remain important obstacles to adoption. Moreover, current digital

transformation literature highlights the role played by AI in improving organizational performance, skills of workers, and innovations (Wamba-Taguimdje et al., 2020; Nijhum, 2025).

2) AI and Operational Innovation

Operational innovation involve the use of new or improved procedures that increase the efficiency and effectiveness of organizations. From previous studies, AI-based systems increase operational innovations through automation, accuracy of processes, and real-time analysis and optimization of procedures (Lee, 2015, 8). Manufacturing firms make use of AI for predictive maintenance, defect detection, stock control, and logistic optimization. However, the effects of AI on operations depend on its degree of adoption, level of technology readiness, and support provided by organizations (Khanfar et al., 2025, 3727–3755.

Despite the proof by studies showing performance improvements from AI integration, past research focuses on the efficiency gains made through technology adoption. The adoption of AI and innovation operations and how stakeholders adapt to it in organizations have been overlooked. From previous research conducted in manufacturing and digital transformation domains, it becomes clear that innovation in operations is not only about technology. Innovation arises when artificial intelligence capabilities, such as automation and forecasting, are integrated with organizational mechanisms, including organizational management and process reengineering, as well as human capabilities. All these aspects combine and determine how AI enables process innovation or innovation at the systems level (Tian et al., 2023; Sorooshian et al., 2022).

3) Technology–Organization–Environment (TOE) Framework

Technology-Organization-Environment (TOE) model has been widely used to explain organizational technology adoption and implementation decisions. In the TOE model, the technology perspective consists of components like system compatibility, data integrity, and technology complexity (Baker, 2012, 231-245), whereas the organization perspective includes items like supportive management, organizational structure, and resource availability. Environmental perspective focuses on outside forces like market competition, industry dynamics, and regulatory aspects. For AI adoption literature, TOE model has been used to explain the factors that contribute to organizational readiness and successful implementation of AI solutions. Yet there is limited literature on the application of TOE for investigating how AI technology contributes to organizational change in manufacturing operations (Satyro et al., 2024, 11064).

For instance, in relation to the AI-based transformation, the TOE framework can not only be used to determine static factors, but also help in illustrating the dynamics of interactions among technological aspects (such as data integration and interoperability), organizational processes (such as alignment of leaders and managing changes), and external environment when transforming (Sánchez et al., 2025, 6465). AI implementation necessitates the ongoing interaction of organization members (such as managers and workers) and artificial intelligence technologies, whereby the functionality of the latter influences the work process, and actions taken by individuals impact the use of the technology and performance results. Such a focus on dynamic interaction expands the scope of TOE model from the static approach to technology adoption to a process model of AI-based operational transformation.

4) Innovation Diffusion Theory (IDT)

Innovation Diffusion Theory (IDT) explains how new technologies are adopted and diffused within social systems over time. Core attributes such as relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability are considered essential in shaping adoption decisions. In organizational settings, IDT highlights the role of individual perceptions, communication channels, and social influence in facilitating or constraining innovation diffusion (Rogers et al., 2014, 432-448).

In organizational settings, IDT theory also places importance on the impact of varying adopter types such as innovators, early adopters, early majority, late majority, and laggards (FakhrHosseini et al., 2024, 986-998). The five groups have different levels of readiness, perceived risks, and receptiveness towards new technology, which is highly significant for the adoption of AI due to its uncertain nature and complexity. Prior research applying IDT to digital and AI-related innovations emphasizes employee acceptance, learning processes, and the perceived usefulness of new technologies (Satyro et al., 2024; Rogers et al., 2014).

Technology acceptance levels in IDT are important because the use of AI requires not only the ability of the systems to perform but also the perception and use of such technologies by various members of the organization. In manufacturing organizations, for instance, innovation is carried out by top management, interpretation and diffusion by middle management, and acceptance by front-line workers (Colombari & Neirotti, 2023, 13840-13851). Hence, IDT helps complete TOE framework by offering a micro-analysis of the diffusion process in AI adoption in organizations. These studies suggest that even technologically advanced systems may fail to generate expected benefits if employees lack understanding, skills, or trust

in AI-driven solutions. Nevertheless, empirical research integrating IDT with organizational-level frameworks such as TOE framework in the context of AI-driven operational innovation remains scarce.

5) Human Factors in AI-Driven Organizations

Human factors have a pivotal role in determining the efficacy of AI-enabled organizational transformation. In organizational contexts, workers are not mere passive subjects but proactive interpreters, users, and sometimes even resisters of technology changes (Murire, 2024, 316). Important human factors include digital literacy, development, attitudes, and inter-departmental cooperation. Digital literacy is responsible for the effectiveness of the use of AI by workers, whereas training plays a role in developing the skills needed for effective use of AI as well as in fostering acceptance (Fenwick et al., 2024, 34. Attitudes towards the implementation of AI technologies, including potential job loss and productivity surveillance, may have a significant impact on the process of implementation.

Additionally, cross-departmental cooperation is necessary to ensure that innovations enabled through AI technologies lead to innovation in organizational systems as well, since innovations provided by AI need to be translated into systems innovations through the cooperation of production, logistics, and management departments.

6) Integration of TOE Framework and IDT

TOE framework explained an account of the organizational context for technology adoption, while IDT gives an explanation of the diffusion process from an individual's perspective, and the integration of TOE framework and IDT helps to provide a more holistic perspective of AI-induced transformation (Alka'awneh et al., 2025, 2118-2129). TOE framework provided an account at both macro and meso levels of structural and technological readiness, whereas IDT is an account of adoption and usage behavior of individuals at a micro level (Satyro et al., 2024, 11064).

7) Research Gap

Based on the above-mentioned reviewed literature by Khanfar et al. (2025, 82), Sorooshian et al. (2022, 82), Ferrara et al. (2024, 3), Lee (2015, 8), Satyro et al. (2024, 11064), and Rogers et al. (2014, 432-448, a number of knowledge gaps can be revealed. Existing research tends to focus mostly on the technological side of the discussed issues and fails to analyze possible relations between technological, organizational, and human factors. In addition, there is not much research about AI adoption within organizational layers in

traditional manufacturing enterprises and the application of both the TOE and IDT approaches in explaining this kind of innovation. Hence, in order to fill existing knowledge gaps, this paper examines AI adoption and its effects using the TOE–IDT framework and the method of qualitative case study analysis with respect to the WH Company.

8) Justification of WH Company as Research Context

WH Company represents a typical traditional manufacturing enterprise undergoing digital transformation. The company operates in a production-intensive environment characterized by standardized processes, high operational complexity, and increasing pressure for efficiency and quality improvement. It has adopted AI technologies in core operational areas such as production, quality control, warehousing, and logistics, while still facing challenges in extending AI applications to non-core functions. This combination of advanced adoption and existing limitations makes WH Company an appropriate and representative case for examining AI-driven operational transformation in traditional manufacturing contexts.

9) Conceptual framework

The conceptual framework of this study, as illustrated in Figure 1., is designed to investigate how AI drives operational innovation within WH Company by examining the interplay of organizational, technological, and human factors.

.

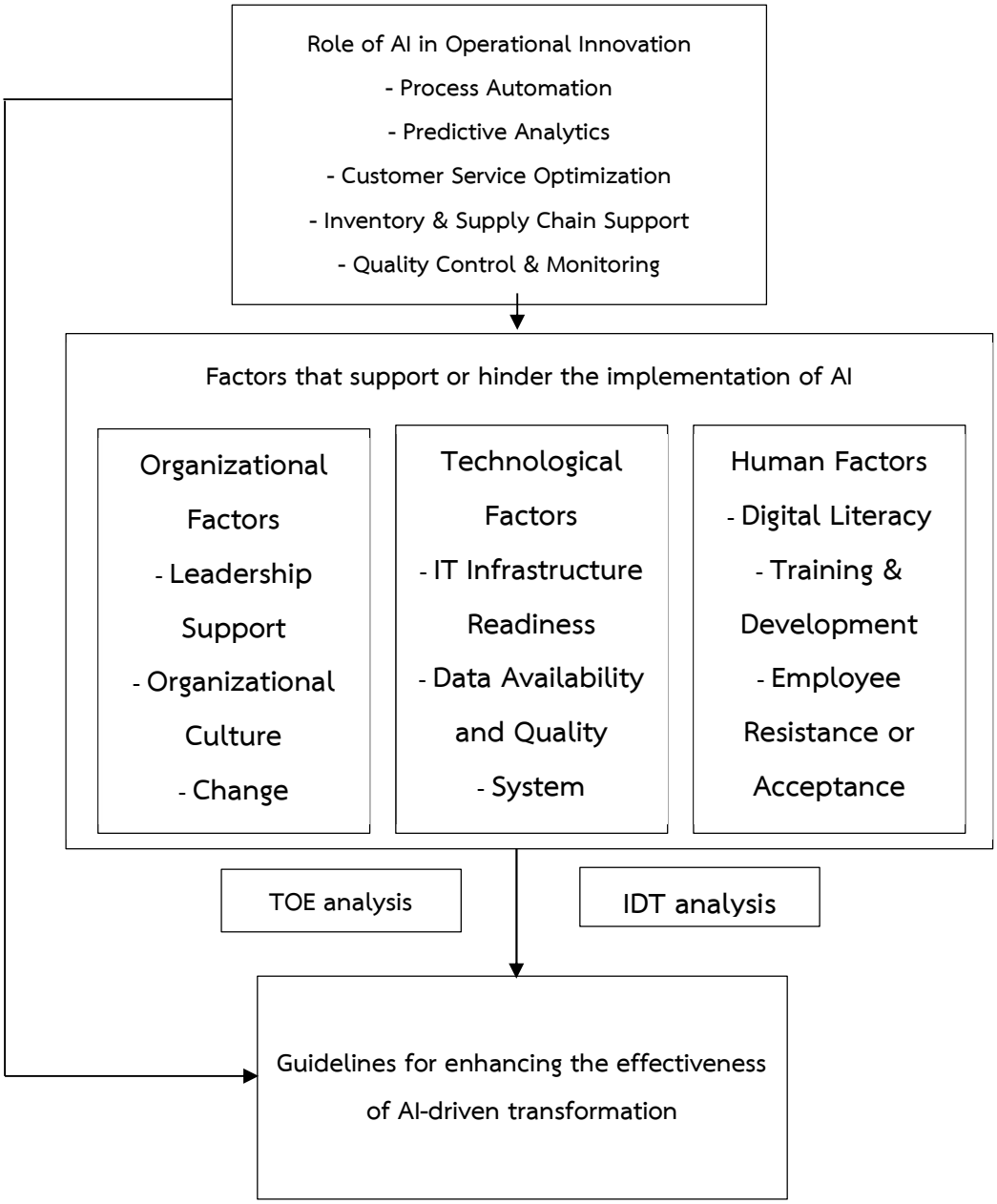


Figure 1: Conceptual Framework

The choice of AI capabilities, such as process automation, predictive analytics, and quality monitoring, is supported by studies that focus on their use for improving the efficiency of operations and decision-making in manufacturing companies (Tian et al., 2023). The three categories of determinants, such as organizational, technological, and human, are justified based on the theoretical foundation formed by the technology-organization-environment (TOE) framework, information systems development theory (IDT), and studies of human-centered artificial intelligence. Existing research findings prove that the determinants

mentioned above are interdependent. In particular, technological capabilities affect organizational processes while human capabilities affect the success of implementing AI solutions and thus impact the outcomes in relation to innovation (Alka'awneh et al., 2025; Mpanza, 2025).

Research Methodology

1) Research Design

This study adopts a qualitative case study approach to explore AI-driven operational innovation in a traditional manufacturing enterprise. A case study design is appropriate for this research because it allows for an in-depth understanding of complex organizational processes, technological implementation, and human interactions within a real-world context (Rashid et al., 2019, 1-13).

WH Company was chosen as the case study company because of the following criteria: 1) It is an example of a conventional manufacturing company that is currently transforming into a digitalized company, 2) WH Company actively introduces artificial intelligence into different business processes, including production operations, quality assurance, inventory management, logistics, maintenance of equipment, and several support processes such as marketing and administrative functions, according to the conceptual framework.

The research was conducted during the period August to December 2025 when artificial intelligence had already been introduced into the company and transformed into business processes. Given the exploratory nature of AI-driven operational transformation, a qualitative approach enables the capture of rich, contextualized insights that may not be fully revealed through quantitative methods.

2) Key Informants

This study conducted semi-structured in-depth interviews with 20 participants. A purposive sampling approach was adopted to ensure that all participants would have some direct or indirect experience related to AI adoption, deployment, and application within WH Company. The selection of a sample size of 20 key informants is appropriate for qualitative case studies as it provides enough diversity of perspectives among the informants without compromising data saturation (Yin, 2018).

Table 1 Key Informants

Informant Code	Position Level	Department / Function	Years of Experience	AI Involvement Role
R-1	Middle Manager	marketing management	10 years	Strategic awareness; limited AI use in bidding and document support
R -2	Middle Manager	Production Management	7 years	Operational decision-maker; oversees AI-enabled production processes
R-3	Middle Manager	Quality Management	7 years	User and coordinator of AI systems in inventory and quality control
R-4	Senior Managers	General Management	10 years	Strategic sponsor; AI adoption decision-maker with risk oversight
R-5	Senior Managers	Deputy General Manager	10 years	Strategic initiator; benchmarked peers and approved AI investment
R-6	Frontline staff	Sales	5 years	Indirect user; basic AI tools for non-sensitive documentation
R-7	Frontline staff	Transportation (Driver)	10 years	End-user of AI-enabled navigation tools
R-8	Frontline staff	Production (Mold Filling)	6 years	Direct operator of automated production equipment
R-9	Frontline staff	Production (Mold Cleaning)	6 years	Affected by AI indirectly through increased workload
R-10	Frontline staff	Production (Curing / Steaming)	5 years	Operator of AI-controlled curing systems
R-11	Frontline staff	Production (Raw Material Mixing)	2 years	Direct operator of AI-assisted proportioning systems
R-12	Frontline staff	Production (Mold Placement & Filling)	6 years	Core AI equipment operator

Table 1 Key Informants (Continue)

Informant Code	Position Level	Department / Function	Years of Experience	AI Involvement Role
R-13	Frontline staff	Production (Boiler / Curing Support)	10 years	Auxiliary operator; monitors AI-controlled curing process
R-14	Frontline staff	Quality Management	4 years	Operator of AI-based demolding and inspection equipment
R-15	Frontline staff	Quality Management	4 years	User of AI inspection systems with manual verification
R-16	Frontline staff	Warehouse Management	5 years	User of AI inventory warning and space optimization systems
R-17	Frontline staff	Warehouse / Handling	6 years	No direct AI use; indirectly affected by AI-driven operations
R-18	IT and Engineers	Equipment Maintenance / IT Support	5 years	Technical maintainer; evaluator of AI system readiness
R-19	IT and Engineers	IT / Data Integration	2 years	Data integration and AI system support role
R-20	IT and Engineers	Technical R&D / Quality Testing	4 years	Data provider; supports AI decision logic in material formulation

The participants had been carefully chosen because of their role in the process of implementing artificial intelligence within the business operations of the company. The informants (R1-R20) spanned various levels of organizational hierarchy; these include senior managers (strategic decision makers), middle managers (implementers), frontline staff (end-users) as well as the IT engineers who deployed the systems. This diversity of the participants added to the quality of the data gathered as well as its analysis.

3) Research Instruments

The main research instruments used to collect data during this research project is an interview protocol aimed at acquiring qualitative data concerning the operational

transformations that take place due to AI in WH Company. For developing the interview questions, The interview questions were carefully developed based on the study's conceptual framework and grounded in established theories, includes TOE Framework and IDT.

The interview guide was structured around six key themes, including the context and decision-making processes of AI adoption, application scenarios and process changes, employee and managerial attitudes toward AI, perceived achievements and challenges, organizational support and resource allocation, as well as recommendations for future improvement. This thematic structure allowed for both consistency across interviews and flexibility to explore participants' experiences in depth.

To ensure high quality of data, prior to conducting interviews, the researcher revised the interview guide in order to enhance its alignment with the research questions posed and eliminate any gaps. Besides using an interview guide, there were a number of other instruments used during the research process for increasing the reliability of collected information.

4) Data Collection

Data were primarily collected through semi-structured, in-depth interviews. A purposive sampling strategy was used to ensure that participants possessed relevant experience and knowledge regarding AI implementation and operational processes within the organization. In total, 20 interviewees (R1-R20) were included, comprising senior managers, middle managers, frontline employees, and personnel from IT and engineering departments.

The interview protocol was designed based on research objectives and theoretical frameworks, focusing on participants' experiences with AI applications, perceived benefits and challenges, organizational support mechanisms, and individual attitudes toward AI-driven changes. Each interview lasted approximately 45–90 minutes and was conducted either face-to-face or online. With participants' consent, interviews were audio-recorded and transcribed verbatim. To enhance data credibility, interview data were triangulated with internal company documents and on-site observations related to AI-enabled operational systems and processes (Gabelaia & Hendieh, 2025, 657–677).

5) Data Analysis

Thematic analysis was employed to analyze the qualitative data. The analysis followed a systematic coding process, including open coding, axial coding, and selective coding (Naeem et al., 2023, 1-18). During open coding, interview transcripts were examined line by line to identify initial concepts and meaningful units. Axial coding was then used to group related

codes into higher-level categories, reflecting organizational, technological, and human dimensions of AI-driven operational innovation. Finally, selective coding was conducted to integrate core themes and establish relationships among key factors influencing AI-driven operational transformation.

The analysis took place within the context of the TOE framework and IDT in order to provide the theory that can help in interpreting the findings while allowing emerging themes to develop during the process. This research methodology approach was fitting since it enabled systematic examination of the relationships between various technological, organizational, and human elements involved in the AI revolution.

In order to increase the validity of the research, data triangulation was utilized in the form of semi-structured interviews with managers, staff members, and IT/Engineering specialists along with organizational documentation and field notes. In addition, member checking was done in order to verify the correctness of the interpretations. Lastly, the theoretical triangulation was performed by considering the findings within the framework of the TOE and IDT models.

6) Ethical Considerations

Ethical principles were strictly followed throughout the research process. All participants were informed of the purpose of the study and their right to withdraw at any time. Participation was voluntary, and confidentiality and anonymity were ensured by removing identifiable information from transcripts and research outputs.

Research Results

1) The role of AI in operational innovation at WH Company

Thematic analysis indicates that AI adoption at WH Company follows a pattern of core-process prioritization and support-process lag (See Table 2.).

Table 2 The Role of AI in Operational Innovation at WH Company

Operational Domain	AI Application Areas	Nature of AI Role	Key Outcomes	Evidence from Interviews
Manufacturing Processes	Intelligent raw material proportioning; automated filling, curing, and demolding	Core-process automation and control	Reduced labor input, lower defect rates, improved production stability and productivity	R2, R8, R10, R11, R12, R13, R15
Quality Control	Computer vision–based defect detection combined with manual reinspection	Human–AI collaborative decision-making	Improved quality consistency; reduced defects while maintaining risk control	R2, R3, R15, R18, R20
Warehousing Management	Inventory early warning systems; space optimization algorithms	Data-driven coordination and optimization	Reduced inventory imbalance; improved space utilization and cross-department coordination	R3, R4, R16
Logistics Management	Intelligent navigation and route planning tools	Efficiency-enhancing decision support	Shorter delivery times; reduced fuel consumption; high user acceptance	R7
Equipment Maintenance	Early-stage data monitoring and alert systems	Exploratory decision-support role	Improved planning awareness; limited predictive capability; manual confirmation still required	R18, R19
Customer Service & Sales Support	Digitalized but non-AI-integrated systems	Lagging and minimal AI application	Limited operational innovation due to institutional and industry constraints	R1, R4, R6
Non-Core Processes (Marketing & Administration)	AI-assisted document drafting and office tools	Localized, tool-based empowerment	Improved individual efficiency; no systemic process innovation	R1, R6, R16

Note: R1–R20 refer to key informants from different organizational levels within WH Company. Specifically, R4 and R5 represent senior management, R1–R3 represent middle management, R6–R17 represent frontline employees, and R18–R20 represent IT and engineering personnel. This classification reflects the hierarchical structure of the organization and supports the analysis of AI adoption and usage across strategic, managerial, and operational levels.

AI has been deeply integrated into manufacturing, quality control, warehousing, and logistics, improving automation, production stability, quality consistency, and operational efficiency. In manufacturing and quality control, AI reduces labor intensity and human error through intelligent systems and human–AI collaboration, while in warehousing and logistics it enhances coordination, space utilization, and delivery efficiency. In contrast, AI application in equipment maintenance remains exploratory and mainly serves as a decision-support tool requiring human confirmation. Customer service, sales, and non-core administrative functions show limited and fragmented AI use, largely constrained by institutional and industry factors. In these areas, AI is mainly used for individual productivity rather than systemic innovation.

The findings in Table 1 indicate that the role of AI into operational innovation depends on organizational levels. Automated and quality control procedures powered by AI are linked to the involvement of frontline and technical workers (e.g., R2, R8, R15). This is due to the reason that such operations allow combining human efforts with the use of advanced technologies. Meanwhile, the middle-level management takes the coordinating role using AI outcomes in order to make decisions and integrate operations. At the top-management level, AI serves only a strategic purpose (R4 and R5), which can be related to making important investments within organizations.

AI applications in equipment maintenance remains exploratory and mainly serve as a decision-support tool requiring human confirmation. Customer service, sales, and non-core administrative functions show limited and fragmented AI use, largely constrained by institutional and industry factors. In these areas, AI is mainly used for individual productivity rather than systemic innovation. Overall, AI at WH Company primarily supports process optimization in core operations, while its broader strategic potential for organizational transformation remains underdeveloped. The findings indicate that AI-driven operational innovation at WH Company follows a “core-process prioritization and support-process lag” pattern. AI plays a transformative role in production, quality control, and logistics, where processes are standardized and data-intensive. In contrast, AI adoption in customer service, sales support, and administrative functions remains fragmented and tool-based, reflecting organizational caution, institutional constraints, and limited system integration.

2) The key organizational, technological, and human factors influencing the effectiveness of AI-driven operational transformation.

Table 3 Key Factors Influencing the Effectiveness of AI Implementation at WH Company

Factors		Description of Empirical Findings	Effect Type	Organizational Level	Implications for AI Effectiveness	Evidence from Interviews
Organizational Factors	Pragmatic top management orientation	AI adoption driven mainly by cost reduction; strategy initially fragmented	Barrier	Top	Led to uneven adoption and lack of long-term direction	R4, R5
	Leadership support	Strong support for AI in core operations	Enabler	Top	Facilitated resource allocation and initial adoption	R4, R5
	Middle-management resistance and adaptation	Resistance due to job insecurity and role changes	Barrier	Middle	Slowed diffusion and increased adaptation costs	R2, R14
	Cross-departmental collaboration	Weak coordination across functions (e.g., sales, finance)	Barrier	Middle	Limited system-wide value creation	R1, R6, R15
	Change management capability	Lack of structured communication and long-term change mechanisms	Barrier	Top / Middle	Reduced trust and organizational readiness	R2, R8, R12, R13
	Strategic alignment	AI initiatives not fully aligned with long-term strategy	Barrier	Top	Fragmented implementation across departments	R4, R5
Technological Factors	System integration capability	AI systems operate in parallel with ERP/CRM	Barrier	Operational / Technical	Limited interoperability and data flow	R18, R19, R20
	Data availability and quality	Incomplete and inconsistent data	Barrier	Operational / Technical	Reduced predictive accuracy and AI performance	R18, R20

Table 3 Key Factors Influencing the Effectiveness of AI Implementation at WH Company (Continue)

Factors		Description of Empirical Findings	Effect Type	Organizational Level	Implications for AI Effectiveness	Evidence from Interviews
	IT infrastructure readiness	Core systems support AI in production areas	Enabler	Operational / Technical	Enabled automation and efficiency gains in core processes	R2, R3
	Cybersecurity & data privacy	Strict data protection limits system expansion	Barrier	Top / Technical	Restricted broader AI adoption and integration	R4, R20
Human Factors	Digital literacy	Uneven digital skills across employees	Barrier	Operational	Limited effective use of AI systems	R7, R8, R16
	Training and development	Training programs are basic and task-oriented	Barrier	Operational / Middle	Weak long-term capability development	R7, R8, R16
	Employee acceptance	Gradual shift from resistance to acceptance	Enabler	Operational	Improved adoption in performance-related roles	R2, R3, R8
	Compensation and incentives	Bonus adjustments reduce resistance	Enabler	Operational	Increased short-term adoption and stability	R9, R12
	Role-based differentiation	AI impact varies by job role	Barrier	All Levels	Uneven engagement and learning outcomes	R7, R17
	Participation and career concerns	Fear of job loss affects engagement	Barrier	Operational	Passive compliance and reduced motivation	R8, R12, R13

Note: R1–R20 refer to key informants from different organizational levels within WH Company. Specifically, R4 and R5 represent senior management, R1–R3 represent middle management, R6–R17 represent frontline employees, and R18–R20 represent IT and engineering personnel. This classification reflects the hierarchical structure of the organization and supports the analysis of AI adoption and usage across strategic, managerial, and operational levels.

As Table 3 illustrates, the success of implementing AI at WH Company was affected by the organizational, technological, and human aspects. The organizational factors, such as a lack of unity between different strategic initiatives, reluctance on the part of middle managers, absence of effective cross-functional cooperation, and weak managerial capabilities have impeded the successful implementation and transformation processes. In terms of technological factors, they involved the problems of system integration, low-quality data, and data insecurity, all of which could negatively affect decision-making. With regard to the human resources aspect, despite the change in employee attitude towards AI from negative to positive, the lack of digital skills, poor training, differences in roles, and job insecurity have hindered further development of capabilities.

The results shown in Table 3 have been analyzed based on the conceptual framework by classifying the factors under organizational, technological, and human dimensions. The results have helped distinguish between factors that facilitate success (leadership support, incentive alignment, etc.) and factors that hinder the success of AI (system integration difficulty, lack of digital skills, etc.), thus helping understand their effect on AI success. In addition to this, the results show that these factors are not only present at one organizational level but span several organizational levels. The organizational factors tend to be mainly related to senior and mid-level managers (R1-R5), whereas the technological factors relate to IT and engineering employees (R18-R20). Human factors can mostly be observed amongst operational employees (R6-R17).

3. The guidelines for enhancing the effectiveness of AI-driven operational transformation in traditional manufacturing enterprises.

The guidelines presented in Table 4 are directly derived from the key factors identified in Table 3. Specifically, organizational barriers such as fragmented strategy and weak cross-functional coordination led to the recommendation of reframing AI as a systemic strategy. Technological limitations, including poor system integration and data quality issues, inform the need to strengthen data connectivity and infrastructure. Similarly, human-related challenges such as digital literacy gaps and employee resistance underpin the emphasis on role-based training and structured change management. This linkage ensures that the proposed guidelines are grounded in empirical findings and address the root causes of AI implementation challenges.

Table 4 Guidelines for enhancing the effectiveness of AI-driven transformation at WH Company

Guideline	Core Issue Identified	Key Recommendation
Reframing AI as a systemic strategy	AI adoption driven mainly by cost reduction, leading to fragmented implementation	Position AI as a long-term strategic transformation tool supported by a clear roadmap, phased goals, and performance indicators
Strengthening system integration and data connectivity	Limited integration between AI systems and ERP/CRM platforms	Integrate high-value data flows through standardized interfaces or a centralized data layer to enable end-to-end process optimization
Expanding AI use to knowledge and quality enhancement	AI applications remain execution-oriented	Enrich data capture in quality and maintenance processes to support learning, predictive analytics, and decision support
Designing role-differentiated training pathways	Uneven digital literacy and AI adaptability across employee groups	Implement differentiated training for managers, frontline workers, and technical staff aligned with role requirements
Institutionalizing change management	Employee anxiety and resistance due to job security concerns	Establish transparent communication, reskilling pathways, and internal mobility mechanisms to sustain engagement
Adopting a gradual AI diffusion strategy	Uneven diffusion across organizational functions	Maintain incremental expansion starting from standardized, low-risk processes and leverage visible successes for wider diffusion

Enhancing the effectiveness of AI-driven transformation at WH Company requires a balanced and integrated approach that simultaneously addresses strategic alignment, technological integration, and human factors. By transitioning from fragmented automation to system-level intelligence, strengthening cross-departmental coordination, and embedding AI within organizational learning and change management structures, WH Company can achieve more sustainable and scalable operational innovation. These guidelines provide a practical bridge between the empirical findings and the broader theoretical frameworks underpinning this study.

The findings across the research objectives are closely interconnected. The identified roles of AI in operational innovation provide the functional foundation for transformation, while the organizational, technological, and human factors explain the conditions that enable or constrain these roles. The proposed guidelines are therefore developed as targeted responses to these factors, ensuring alignment between AI capabilities, organizational readiness, and human adaptation. This integrated perspective highlights that effective AI-driven transformation requires not only technological deployment but also coordinated organizational and human development.

Discussion

This study provides empirical insights into AI-driven operational innovation in a traditional manufacturing enterprise by integrating the TOE framework and IDT (Tornatzky et al., 1990). The *findings* reveal that AI-driven transformation is not merely a technological process, but a complex socio-technical process shaped by the interaction of organizational structures, technological infrastructures, and human agency.

Figure 2 is developed based on the synthesis of findings from Tables 3 and 4. The TOE components are derived from the empirical categorization of organizational, technological, and environmental conditions. While technological and organizational factors are directly supported by interview data, the environmental dimension is inferred from industry-level constraints, regulatory conditions, and market pressures discussed by participants, particularly at the managerial level.

The human factors identified in Table 3 are reflected in Figure 2 through employee roles, skill levels, and behavioral responses to AI adoption. These elements are further interpreted using Innovation Diffusion Theory (IDT), where different adopter categories—such as innovators, early adopters, and late adopters—are derived from observed variations in acceptance, engagement, and usage patterns across informants. For example, senior managers and IT personnel demonstrate characteristics of innovators, while frontline employees exhibit patterns consistent with early and late majority groups. Operational innovation outcomes in Figure 2 are directly linked to the AI roles identified in Table 2, particularly in production, quality control, and logistics functions.

The findings of this study are consistent with prior research on AI adoption in manufacturing contexts, which emphasizes the importance of technological readiness and

organizational support in driving operational innovation (Tian et al., 2023, 108929). Similar to previous studies, this research confirms that AI is most effectively implemented in structured and data-intensive processes such as production and logistics.

However, this study extends existing literature by providing deeper insights into the uneven diffusion of AI within organizations. While earlier research often assumes relatively uniform adoption, the findings from WH Company reveal a clear distinction between core and non-core functions, as well as between different organizational levels. This supports and extends the findings of Sorooshian et al. (2022, 82), who highlight the operational benefits of AI, but adds a new dimension by explaining why such benefits are not uniformly realized across all functions.

Furthermore, the observed resistance among employees and the gradual shift toward acceptance align with prior studies on digital transformation and employee adaptation (Fenwick et al., 2024, 34). However, this study contributes additional empirical evidence by linking these behavioral patterns to specific organizational roles and diffusion stages, thereby providing a more nuanced understanding of AI adoption dynamics in traditional manufacturing enterprises.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

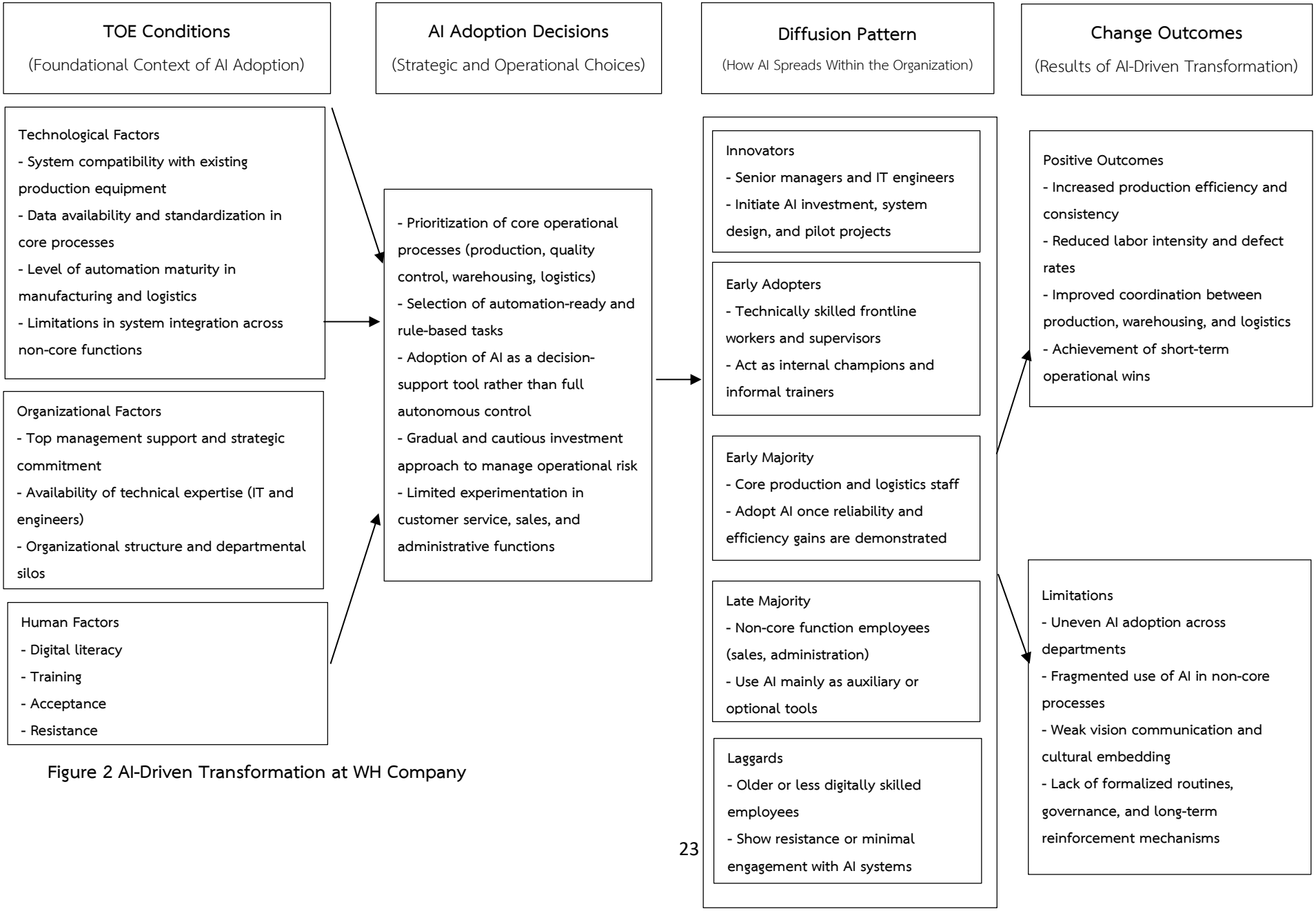


Figure 2 AI-Driven Transformation at WH Company

Technologically speaking, the results reveal that AI can help organizations become more efficient, effective, and coordinated, provided they have appropriate infrastructures and accurate data. However, fragmented systems and poor data consistency impede the ability of AI innovation to scale up, and therefore technological readiness has to be combined with system integration (Tornatzky et al., 1990; Sánchez et al., 2025, 6465). Organizational factors that play crucial roles in shaping the adoption of AI include leadership commitment and strategic alignment. Leadership commitment is instrumental in making resources available and coordinating efforts among various departments, while inconsistent integration among different departments implies certain barriers within the organization (Tornatzky et al., 1990; Leso et al., 2023).

The human factors such as digital literacy, training, adoption, and rejection have great impact on the efficacy of the AI adoption process. Employees who are adequately trained and supported tend to adopt the new technology in a positive manner while issues pertaining to job loss and surveillance could lead to adoption resistance (Tornatzky et al., 1990; Khan et al., 2024; Sánchez et al., 2025). According to IDT, employees could be classified as innovators, early adopters, early and late majorities, and laggards depending on their readiness to use the AI system. The results show that innovators were found among the management while IT professionals were considered early adopters while the rest were early and late majorities.

Through the use of the two theories of TOE and IDT, this research shows that the use of AI in organizational innovation is indeed a multilevel transformational process in which organization's structure influences the adoption of technology, whereas the perception and learning processes of employees affect the diffusion and usage of AI technologies.

The relationships between TOE characteristics, adoption decisions related to AI, innovations diffusion patterns, and change consequences are shown in Figure 2. The presence of technological compatibility and data standardization makes AI adoption possible in core business processes while insufficient system integration and regulation limits AI deployment in non-core activities. High levels of organizational commitment and IT proficiency lead to adoption while lack of cross-department collaboration and low IT competence hinder innovations diffusion. Pressure from environment aimed at costs cutting and quality improvement encourages AI adoption.

In such an environment, AI adoption occurs mostly in core processes of the company where work is more standardized and is mostly oriented towards supporting decision-making. Consistent with the Innovation Diffusion Theory (IDT), the adoption process starts with managers and technical personnel serving as the innovators and early adopters followed by other employees with a slower adoption pace. Therefore, AI helps to increase efficiency and coordination in core business processes. This paper provides empirical insights into operational innovation through artificial intelligence that is based on real-world case from a manufacturing firm and shows how the combination of technological, organizational, and human aspects shapes AI-related changes. The contribution of the research to existing knowledge consists of emphasizing transformation and organizational dynamics in contrast to prior studies.

The current research can be seen as having some important theoretical implications. To begin with, the Technology-Organization-Environment (TOE) framework gets expanded, as transformation due to the use of AI is understood as a dynamic relationship between the technological system and organizational actors, not just the adoption of the technology. Secondly, the current paper extends the Innovation Diffusion Theory (IDT), showing that the process of AI adoption differs depending on where employees stand in terms of hierarchy in their manufacturing organization. It becomes clear that the groups of adopters are directly associated with managerial status, technical knowledge, and specific job requirements. Lastly, since both TOE and IDT get applied in the current research, a multi-level approach to explaining AI-driven operational innovations becomes possible. It combines macro-level organization features with micro-level behavioral patterns, providing a more holistic perspective on the topic under discussion. From this perspective, the study makes an important contribution to the literature on digital transformation.

Conclusion

This study has systematically analyzed the impact of AI innovation at WH Company, which is based on achieving three research objectives. First, the findings suggest that AI creates the highest operational innovation in core activities, i.e., production, quality control, warehouse, and logistics, since such operations are well-integrated and provide substantial amounts of information. At the same time, non-core activities, including customer support and

administrative processes, are characterized by low innovation because of poor integration and lack of standardization.

Secondly, the research highlights that an effective AI transformation needs to consider both organizational, technology-related, and human dimensions. The organizational dimension provides strategic guidance, technology-related dimensions impact scalability and performance of the system, whereas the human dimension impacts adoption by employees. Therefore, an AI transformation needs to be perceived as a holistic approach, not just a technical one.

Finally, the research provides recommendations regarding implementation of AI. Organizations have to adopt a phased approach where they start with operational standardization to benefit from quick wins, improve on integration and use AI for further applications before extending AI to their strategic and supportive functions. The adoption of AI involves defining the role of managers, integrating systems, ensuring data quality management, and developing the workforce.

This study shows that the innovations driven by AI are task-specific but add up to create overall organizational change. These results can help traditional manufacturing organizations adopt AI successfully despite the difficulties associated with human resistance, information security issues, and technological adoption.

References

Ali, M., Khan, T. I., Khattak, M. N., & Şener, İ. (2024). Synergizing AI and business: Maximizing innovation, creativity, decision precision, and operational efficiency in high-tech enterprises. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 10*(3), 100352. https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100352

Alka'awneh, S. M. N., Abdul-Halim, H., & Saad, N. H. M. (2025). A review of diffusion of innovations theory (DOI) and technology, organization, and environment framework (TOE) in the adoption of artificial intelligence. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 15*(3), 2118-2129. https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v15-i3/24804

Atieh, A. M., Cooke, K. O., & Osiyevskyy, O. (2023). The role of intelligent manufacturing systems in the implementation of Industry 4.0 by small and medium enterprises in

developing countries. *Engineering Reports, 5*(3), e12578. https://doi.org/10.1002/eng2.12578

Baker, J. (2012). *The technology–organization–environment framework*. In: Dwivedi, Y., Wade, M., Schneberger, S. (eds) Information systems theory. Integrated series in information systems, vol 28. Springer, New York, NY. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6108-2_12

Colombari, R., & Neirotti, P. (2023). Leveraging frontline employees' knowledge for operational data-driven decision-making: a multilevel perspective. *IEEE Transactions on Engineering Management, 71*, 13840-13851. https://doi.org/10.1109/TEM.2023.3291272

FakhrHosseini, S., Chan, K., Lee, C., Jeon, M., Son, H., Rudnik, J., & Coughlin, J. (2024). User adoption of intelligent environments: A review of technology adoption models, challenges, and prospects. *International Journal of Human–Computer Interaction, 40*(4), 986-998. https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2118851

Fenwick, A., Molnar, G., & Frangos, P. (2024). The critical role of HRM in AI-driven digital transformation: a paradigm shift to enable firms to move from AI implementation to human-centric adoption. *Discover Artificial Intelligence, 4*(1), 34. https://doi.org/10.1007/s44163-024-00125-4

Ferrara, E. (2024). Fairness and bias in artificial intelligence: A brief survey of sources, impacts, and mitigation strategies. *Sci, 6*(1), 3. https://doi.org/10.3390/sci6010003

Gabelaia, I., & Hendieh, J. (2025). The transformative power of AI and its impact on business strategy, financial operations, and marketing decision-making: a case study method. *International Journal of Innovation Science, 18*(3), 657–677. https://doi.org/10.1108/IJIS-02-2025-0051

Harahap, M. A. K., Ausat, A. M. A., & Kurniawan, M. S. (2024). Toward competitive advantage: Harnessing artificial intelligence for business innovation and entrepreneurial success. *Jurnal Minfo Polgan, 13*(1), 254-261. https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13615

Herrmann, T., & Pfeiffer, S. (2023). Keeping the organization in the loop: a socio-technical extension of human-centered artificial intelligence. *Ai & Society, 38*(4), 1523-1542. https://doi.org/10.1007/s00146-022-01391-5

Khan, F. A., Khan, N. A., & Aslam, A. (2024). Adoption of artificial intelligence in human resource management: an application of TOE-TAM model. *Research and Review: Human Resource and Labour Management, 5*(1), 22-36. https://matjournals.net/engineering/index.php/RRHRLM/article/view/417

Khanfar, A. A., Kiani Mavi, R., Iranmanesh, M., & Gengatharen, D. (2025). Factors influencing the adoption of artificial intelligence systems: A systematic literature review. *Management Decision, 63*(10), 3727–3755. https://doi.org/10.1108/MD-05-2023-0838

Lay-Raby, N., Espinosa-Cristia, J. F., & Contreras-Barraza, N. (2025). Beyond post-fordism: Organizational models, digital transformation, and the future of work. *Administrative Sciences, 16*(1), 13. https://doi.org/10.3390/admsci16010013

Leso, B. H., Cortimiglia, M. N., & Ghezzi, A. (2023). The contribution of organizational culture, structure, and leadership factors in the digital transformation of SMEs: a mixed-methods approach. *Cognition, Technology & Work, 25*(1), 151-179. https://doi.org/10.1007/s10111-022-00714-2

Li, X., Cheng, Y., Møller, C., & Lee, J. (2025). Data issues in industrial AI systems: A meta-review and research strategy. *Computers in Industry, 173*, 104361. https://doi.org/10.1016/j.compind.2025.104361

Lee, D. (2015). The effect of operational innovation and QM practices on organizational performance in the healthcare sector. *International Journal of Quality Innovation, 1*(1), 8. https://doi.org/10.1186/s40887-015-0008-4

Mpanza, S. S. (2025). Revisiting the Technological-Organizational-Environmental (TOE) Framework and Diffusion of Innovation (DOI): A theoretical review for Artificial Intelligence (AI) adoption. *International Journal of Applied Research in Business and Management, 6*(5). https://doi.org/10.51137/wrp.ijarbm.441

Murire, O. T. (2024). Artificial intelligence and its role in shaping organizational work practices and culture. *Administrative Sciences, 14*(12), 316. https://doi.org/10.3390/admsci14120316

Naeem, M., Ozuem, W., Howell, K., & Ranfagni, S. (2023). A step-by-step process of thematic analysis to develop a conceptual model in qualitative research. *International Journal of Qualitative Methods, 22*, 1-18. https://doi.org/10.1177/16094069231205789

Nijhum, A. M. (2025). Artificial intelligence-driven digital transformation models for enhancing organizational communication and decision-making efficiency. *American Journal of Scholarly Research and Innovation, 4*(01), 536-577. https://doi.org/10.63125/8qqmrm26

Rashid, Y., Rashid, A., Warraich, M. A., Sabir, S. S., & Waseem, A. (2019). Case study method: A step-by-step guide for business researchers. *International Journal of Qualitative Methods, 18*, 1-13. https://doi.org/10.1177/1609406919862424

Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). *Diffusion of innovations. In An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432-448). Routledge.

Sánchez, E., Calderón, R., & Herrera, F. (2025). Artificial Intelligence Adoption in SMEs: Survey Based on TOE–DOI Framework, Primary Methodology and Challenges. *Applied Sciences, 15*(12), 6465. https://doi.org/10.3390/app15126465

Satyro, W. C., Contador, J. C., Gomes, J. A., Monken, S. F. D. P., Barbosa, A. P., Bizarrias, F. S., ... & Prado, R. G. (2024). Technology-organization-external-sustainability (TOES) framework for technology adoption: critical analysis of models for industry 4.0 implementation projects. *Sustainability, 16*(24), 11064. https://doi.org/10.3390/su162411064

Sorooshian, S., Khademi Sharifabad, S., Parsaee, M., & Afshari, A. R. (2022). Toward a modern last-mile delivery: Consequences and obstacles of intelligent technology. *Applied System Innovation, 5*(4), 82. https://doi.org/10.3390/asi5040082

Su, Y., Nakkasem, W., & Ruanggoon, J. (2024). The role of AI-based live streaming features in shaping consumer's purchase intentions for new energy electric vehicles: Fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA). *Journal of Social Innovation and Lifelong Learning, 18*(3), 59-85. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/276195

Swierczek, A., & Kisperska-Moron, D. (2016). The role and attributes of manufacturing companies in virtual supply chains. *The International Journal of Logistics Management, 27*(2), 511-532. https://doi.org/10.1108/IJLM-12-2013-0162

Tian, M., Chen, Y., Tian, G., Huang, W., & Hu, C. (2023). The role of digital transformation practices in the operations improvement in manufacturing firms: A practice-based view. *International Journal of Production Economics, 262*, 108929. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2023.108929

Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books.

Tursunbayeva, A., & Gal, H. C. B. (2024). Adoption of artificial intelligence: A TOP framework-based checklist for digital leaders. *Business Horizons, 67*(4), 357-368. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2024.04.006

Uren, V., & Edwards, J. S. (2023). Technology readiness and the organizational journey towards AI adoption: An empirical study. *International Journal of Information Management, 68*, 102588. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102588

Wamba-Taguimdje, S. L., Fosso Wamba, S., Kala Kamdjoug, J. R., & Tchatchouang Wanko, C. E. (2020). Influence of artificial intelligence (AI) on firm performance: the business value of AI-based transformation projects. *Business process management journal, 26*(7), 1893-1924. https://doi.org/10.1108/BPMJ-10-2019-0411

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications*. Thousand Oaks, CA: Sage.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย

Development of Accounting For The Herbal Processing Community Enterprises Group in Loei Province

เพลินพิศ โพธิ์วัน*

Ploenpit Powan*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
234 หมู่ที่ 11 ถนนเลย–เชียงคาน ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42000 ประเทศไทย
Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University
234, Village No. 11, Loei–Chiang Khan Road, Mueang Subdistrict, Mueang Loei District, Loei Province 42000, Thailand

***รับบทความ**: 24 มกราคม 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 14 พฤษภาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 27 พฤษภาคม 2569*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีและพัฒนาคู่มือการจัดทำบัญชี รวมถึงประเมินผลการเรียนรู้และความพึงพอใจในการจัดทำบัญชีของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เชิงปริมาณและเชิงกึ่งทดลอง โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2567 ถึง เดือนธันวาคม 2567 กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย จำนวน 140 คน ที่ได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ และดำเนินการพัฒนาความรู้ด้านการจัดทำบัญชีกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม คู่มือการจัดทำบัญชีต้นแบบ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ และแบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการทดสอบค่าที ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี ทัศนคติต่อประโยชน์ของข้อมูลบัญชี และการสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีได้ร้อยละ 78.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจทางการบัญชีมีอิทธิพลสูงสุด (beta=0.609) รองลงมาคือการสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม ในขณะที่ทัศนคติมีอิทธิพลน้อยที่สุด สำหรับผลการนำ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: Ploenpit_Powan@hotmail.com

คู่มือไปใช้พบว่า สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความพึงพอใจต่อกระบวนการพัฒนาในระดับมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการยกระดับความรู้ความเข้าใจทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมุ่งเน้นการสร้างทุนมนุษย์ผ่านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการควบคู่ไปกับกลไกการสนับสนุนจากผู้นำ

คำสำคัญ

การพัฒนา การจัดทำบัญชี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมนุไพร

Received: *January 24, 2026* ***Revised***: *May 14, 2026* ***Accepted***: *May 27, 2026*

Abstract

This research aimed to investigate the factors influencing accounting efficiency and to develop an accounting manual, as well as to evaluate the learning outcomes and satisfaction regarding the accounting practices among members of the herbal processing community enterprise group in Loei Province. This study employed a mixed-methods approach, incorporating both quantitative and quasi-experimental designs, with data collection conducted between November 2024 and December 2024. The sample comprised 140 members of these community enterprises, selected via stratified random sampling. Additionally, a targeted capacity-building program was conducted with 50 participants. Research instruments included a questionnaire, a prototype accounting manual, an academic achievement test, and a satisfaction assessment form. Data were analyzed utilizing descriptive statistics, including Mean and Standard Deviation, alongside inferential statistics, specifically Multiple Regression Analysis and t-tests. The empirical findings revealed that accounting literacy, perceived usefulness, and leadership support collectively explained 78.9% of the variance in accounting practice efficiency, at a statistical significance level of 0.05. Notably, accounting literacy exerted the most significant influence (beta=0.609), followed by leadership support, whereas attitude demonstrated the least impact. Regarding the implementation of the developed accounting manual, results indicated that members possessed significantly higher post-training knowledge and understanding compared to pre-training levels, at a statistical significance level of 0.01. Furthermore, participants expressed the highest level of satisfaction with the development process. These findings underscore that elevating

accounting proficiency within community enterprises necessitates a strategic focus on human capital formation through active learning methodologies, concomitant with robust support mechanisms from organizational leadership.

Keywords

Development, Accounting, Herbal Processing Community Enterprise Group

บทนำ (Introduction)

ท่ามกลางกระแสความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสังคม การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก ถือเป็นวาระแห่งชาติที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญอย่างยิ่ง โดยมียุทธศาสตร์สำคัญในการยกระดับวิสาหกิจชุมชน ให้เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2568, ออนไลน์) อย่างไรก็ตาม แม้วิสาหกิจชุมชนจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่ในเชิงคุณภาพของการบริหารจัดการกลับพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจให้เป็นระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจุดอ่อนในกระบวนการจัดทำบัญชีและการบริหารการเงิน ซึ่งเปรียบเสมือนเข็มทิศนำทางธุรกิจ การขาดระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่ทำให้กลุ่มขาดข้อมูลสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ แต่ยังเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการยกระดับสู่การเป็นผู้ประกอบการ SME ที่เข้มแข็งในอนาคต (กมล เรืองเดช, 2566, 2)

จังหวัดเลยเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่มีศักยภาพสูงในการผลิตและแปรรูปสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่จากการศึกษาบริบทเชิงลึกและการลงพื้นที่สำรวจของผู้วิจัยได้พบปัญหาเชิงโครงสร้าง กล่าวคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรส่วนใหญ่ยังคงประสบปัญหากับดักในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขาดประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชี จากงานวิจัยของ ชาญชัย อรรคผาติ (2567, 92-105) ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจำนวนมากยังใช้วิธีการจดบันทึกความจำแบบกระจัดกระจาย ขาดการจัดหมวดหมู่ทางบัญชีที่ถูกต้องตามมาตรฐาน และไม่สามารถคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้ ส่งผลให้เกิดปัญหาการตั้งราคาขายที่ผิดพลาดและการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ปัญหาดังกล่าวมิได้มีสาเหตุจากความซับซ้อนของเครื่องมือทางบัญชีเพียงอย่างเดียว แต่ยังสัมพันธ์กับปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบในบริบทของจังหวัดเลย นอกจากนี้ปัญหาการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่พบได้ทั่วไป ดังงานวิจัยของ ปฐมาภรณ์ คำชื่น (2564, 76-89) ได้ศึกษาการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี พบว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจด้านบัญชี ขาดทักษะในการคำนวณต้นทุน และรูปแบบการบันทึกบัญชีที่ซับซ้อนเกินไป

จากการวิเคราะห์องค์ความรู้และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชีมิได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเครื่องมือเพียงสิ่งเดียว แต่เป็นผลลัพธ์จากปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงพหุมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี (Accounting Literacy) ซึ่งเป็นทุนมนุษย์พื้นฐานที่ส่งผลต่อความถูกต้องของข้อมูล (วิชิต เอียงอ่อน และคณะ, 2567, 124-139) ควบคู่ไปกับทัศนคติต่อการรับรู้ประโยชน์ของข้อมูลบัญชี (Perceived Usefulness) ซึ่งตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนระบุว่าเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หากสมาชิกตระหนักว่าบัญชีคือเครื่องมือสร้างกำไร มิใช่ภาระทางเอกสารย่อมส่งผลให้เกิดความใส่ใจในการปฏิบัติงาน (ไอลัดดา โอ่งกลาง และจารุวรรณ เอกสะพัง, 2567, 627-650) นอกจากนี้ ปัจจัยการสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม (Leadership Support) ยังเป็นตัวแปรสำคัญที่เอื้อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้และการปฏิบัติงานบัญชี (กมล เรืองเดช, 2566, 12) อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาที่บูรณาการปัจจัยด้านความรู้ ทัศนคติ และการสนับสนุนจากผู้นำต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีในบริบทของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรจังหวัดเลย

จากความเป็นมาและปัญหาที่กล่าวมาเบื้อต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย รวมถึงยืนยันความสำคัญของปัจจัยด้านความรู้ ทัศนคติ และการสนับสนุนจากผู้นำ พร้อมทั้งนำองค์ความรู้ที่ได้ไปสู่การพัฒนาคู่มือประกอบการจัดทำบัญชีที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ผลการวิจัยนี้ไม่เพียงแต่จะเป็นแนวทางในการยกระดับขีดความสามารถทางการบริหารจัดการให้กับวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย แต่ยังเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมตรวจบัญชีสหกรณ์และสำนักงานเกษตรจังหวัด เป็นต้น ในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการฐานรากที่แม่นยำและตรงจุด อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืนตามเจตนารมณ์ของยุทธศาสตร์ชาติ

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย
2. เพื่อพัฒนาคู่มือการจัดทำบัญชีสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย
3. เพื่อประเมินผลการเรียนรู้และความพึงพอใจในการจัดทำบัญชีของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินงาน ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคล ในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน หรือกล่าวโดยสรุปก็คือ การประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่าง สร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง ซึ่งทุนของชุมชนนั้น ก็จะหมายรวมถึงทรัพยากรผลผลิตทางการเกษตร ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น (กาญน์ชนิดาภา เมธีวรฉัตร และอานนท์ เมธีวรฉัตร, 2566, 29-41)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบัญชีและการพัฒนาระบบบัญชี การบัญชี (Accounting) หมายถึงศิลปะของการเก็บรวบรวมบันทึกจำแนกและทำสรุปข้อมูลอันเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจในรูปตัวเงินโดยผลงานขั้นสุดท้ายของการบัญชีก็คือการให้ข้อมูลทางการเงินซึ่งเป็นประโยชน์แก่บุคคลหลายฝ่ายและผู้ที่สนใจในกิจกรรมการปฏิบัติงานขององค์กร ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพทางการบัญชีนั้นได้กำหนดขอบเขตและวิธีการต่าง ๆ สำหรับการพัฒนาศักยภาพทางการบัญชีโดยมีเป้าหมายเพื่อให้การพัฒนาวิชาชีพบัญชีมีแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์จึงจำเป็นต้องกำหนดกรอบเพื่อให้ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาวิชาชีพบัญชีถือปฏิบัติได้ทั้งนี้การตัดสินใจที่จะใช้วิธีการใดเมื่อใดและในขอบเขตมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบ (ปรางทิพย์ เสยกระโทก, ธงชัย สิทธิกรณ์ และพงษ์ศักดิ์ ผกามาศ, 2568, 36-56)

3. ทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital Theory) กับความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี การวิเคราะห์ศักยภาพของบุคลากรในวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องอาศัยมุมมองของทฤษฎีทุนมนุษย์ตามแนวคิดของ Becker (1964) ซึ่งอธิบายว่า ความรู้ ทักษะ และความสามารถของมนุษย์ ถือเป็นทุนประเภทหนึ่งที่มีมูลค่าและสามารถสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจได้ ในบริบทของการจัดทำบัญชี การที่สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี มิใช่เป็นเพียงกระบวนการทางธุรการ แต่ถือเป็นการสะสมทุนทางปัญญาที่นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทรัพยากรมนุษย์ที่ได้รับการพัฒนาทักษะการบันทึกบัญชี การแยกประเภทบัญชี และการคำนวณต้นทุนที่ถูกต้อง จะสามารถแปลงข้อมูลเชิงประจักษ์ให้เป็นสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนการบริหารต้นทุนและการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ได้อย่างแม่นยำ (จักรี ศรีจารุเมธีญาณ และคณะ, 2567, 1001–1016)

4. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ในการพยากรณ์ประสิทธิภาพการทำงานเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) มาเป็นกรอบแนวคิดบูรณาการ ทฤษฎีนี้ระบุว่าเจตนาในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมจริง นั้น ถูกกำหนดโดยตัวแปร 3 ประการ ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรมบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การนำทฤษฎี TPB มาวิเคราะห์ ทำ

ให้สามารถทำความเข้าใจปรากฏการณ์ในวิสาหกิจชุมชนได้อย่างลึกซึ้งว่า แม้ผู้ประกอบการจะมีทัศนคติที่ดีต่อการทำบัญชี แต่หากขาดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (ขาดความรู้หรือเครื่องมือที่เหมาะสม) และขาดการสนับสนุนจากผู้นำ พฤติกรรมการจัดทำบัญชีที่มีประสิทธิภาพก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์

5. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถคัดสรรปัจจัยที่มีอิทธิพลและสามารถนำไปสู่ การพัฒนาความรู้ด้านการจัดทำบัญชีดังนี้

5.1 ปัจจัยความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี (Accounting Literacy) จากงานวิจัยของ ณฐา ธรเจริญ และคณะ (2565, 11-26) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถในวิชาชีพ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการบัญชีจะสามารถวิเคราะห์รายการค้าและบันทึกข้อมูลได้ถูกต้องแม่นยำ ลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน โดยทักษะความรู้ด้านบัญชีส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

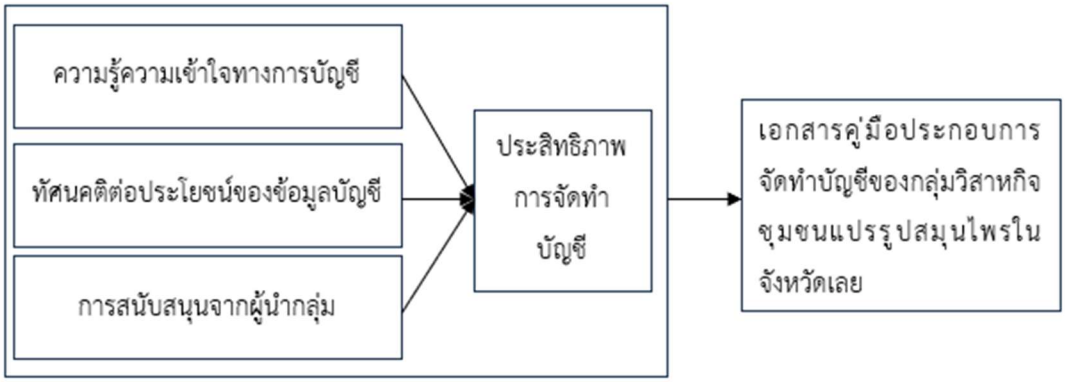
5.2 ทัศนคติต่อประโยชน์ของข้อมูลบัญชี (Perceived Usefulness) จากการศึกษาของ สายฝน อุไร (2565, 49-68) พบว่า เจตคติหรือทัศนคติในวิชาชีพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีมากที่สุดปัจจัยหนึ่ง โดยผู้ที่มีทัศนคติที่ดีจะมีความมุ่งมั่นและเห็นคุณค่าของงานที่ทำ

5.3 การสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม (Leader Support) จากงานวิจัยของ กมล เรืองเดช (2566, 12-18) ซึ่งศึกษาปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเขตปฏิรูปที่ดิน ยืนยันว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ และการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ ผู้นำที่ให้การสนับสนุนจะสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงาน ช่วยขจัดปัญหาอุปสรรค และสร้างแรงจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงาน โดยการสนับสนุนการทำงานจากผู้บังคับบัญชาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใช้ระบบบัญชี โดยผู้นำมีบทบาทสำคัญในการผลักดันนโยบายและการจัดสรรทรัพยากร

6. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคู่มือและการประเมินผล

สำหรับการพัฒนาคู่มือการจัดทำบัญชี ผู้วิจัยประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยที่มุ่งสร้างนวัตกรรมผ่านขั้นตอนที่เป็นระบบ 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการพื้นฐานในระดับพื้นที่ (2) การออกแบบและสร้างวิธีการหรือเครื่องมือต้นแบบ (3) การทดลองใช้นวัตกรรมกับกลุ่มเป้าหมาย และ (4) การประเมินผลประสิทธิภาพของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น นอกเหนือจากกระบวนการสร้างเครื่องมือ การประเมินประสิทธิภาพยังดำเนินตามแนวคิดการประเมินผลการเรียนรู้ โดยบูรณาการตัวแบบของ Kirkpatrick (Kirkpatrick Model) ซึ่งมุ่งเน้นการประเมินใน 2 ระดับแรกเป็นสำคัญ ได้แก่ การประเมินปฏิกิริยาตอบสนองเพื่อวัดความพึงพอใจต่อกระบวนการพัฒนา และการประเมินการเรียนรู้ (ดามธรรม จินากูล, 2565) ผ่านการทดสอบความรู้ทางการบัญชีก่อนและหลังการอบรม

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มเป้าหมาย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย จำนวน 215 คน (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2566)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย จากการคำนวณโดยสูตร ของ Yamane (1973, 1088) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ระดับ ±5 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 140 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งกำหนดชั้นภูมิตามสัดส่วนจำนวนสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่ตั้งอยู่ในแต่ละอำเภอของจังหวัดเลย เพื่อให้ได้ตัวแทนวิสาหกิจชุมชนที่กระจายตัวครอบคลุมทั้งจังหวัด

1.3 กลุ่มเป้าหมาย ที่ใช้ในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 50 คน จาก 5 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (กลุ่มละ10 คน) เนื่องจากความเหมาะสมทางวิชาการในการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยเชิงทดลองที่จำเป็นต้องให้วิทยากรสามารถเข้าถึงและประเมินพฤติกรรมการบันทึกบัญชีของผู้เข้าร่วมแต่ละรายได้อย่างใกล้ชิด โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย และมีการดำเนินงานด้านการผลิต การตลาด และต่อทะเบียนวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรมีวงจรการดำเนินธุรกิจและมีปัญหาการจัดทำบัญชีที่สะสมมาเพียงพอต่อการวิจัย ซึ่งได้แก่

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพร ต.เชียงคาน อ.เชียงคาน จ.เลย จำนวน 10 คน
วิสาหกิจชุมชนรักษ์สมุนไพรไทยท่าศาลา อ.ภูเรือ จ.เลย จำนวน 10 คน
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรบ้านหนองบัว อ.ภูหลวง จ.เลย จำนวน 10 คน

วิสาหกิจชุมชนส่งเสริมสมุนไพรไทยบ้านผางาม อ.หนองหิน จ.เลย จำนวน 10 คน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลไม้และสมุนไพรบ้านลานมัน อ.หนองหิน จ.เลย จำนวน 10 คน

รวมทั้งสิ้น 50 คน โดยแต่ละกลุ่มประกอบด้วย ประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ เลขานุการ ผู้ทำบัญชี และสมาชิกกลุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (Check List)
- ตอนที่ 2 ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี จำนวน 5 ข้อ
- ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี จำนวน 5 ข้อ
- ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อประโยชน์ของข้อมูลบัญชี จำนวน 5 ข้อ
- ตอนที่ 5 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม จำนวน 5 ข้อ

โดยลักษณะของแบบสอบถามตอนที่ 2-5 เป็นมาตรวัดประเมินค่าแบบลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) คำตอบเป็นแบบเลือกตอบตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้เท่ากับ 0.67-1.00 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88

2.2 คู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพร พัฒนาขึ้นจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย และทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม โดยมีเนื้อหาครอบคลุมวงจรบัญชีที่จำเป็นทั้งหมด โดยพัฒนาขึ้นผ่านกระบวนการวิจัยและพัฒนา

2.3 แบบทดสอบวัดความรู้ ใช้ทดสอบก่อนและหลังการอบรม (Pre-test/Post-test) เพื่อวัดประสิทธิผลของการเรียนรู้ ซึ่งเป็นข้อสอบชนิดปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ

2.4 แบบประเมินความพึงพอใจ ใช้ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาการจัดทำบัญชี เป็นมาตรวัดประเมินค่าแบบลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) คำตอบเป็นแบบเลือกตอบตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้เท่ากับ 0.67-1.00 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.78 ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 4.50 - 5.00 (ระดับมากที่สุด), 3.50 - 4.49 (ระดับมาก), 2.50 - 3.49 (ระดับปานกลาง), 1.50 - 2.49 (ระดับน้อย) และ 1.00 - 1.49 (ระดับน้อยที่สุด) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามและเก็บด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2567 ถึง เดือนธันวาคม 2567 และได้รับแบบสอบถามกลับคืนทั้งหมดจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 100

3.2 ผู้วิจัยทำการพัฒนาเครื่องมือ โดยจัดทำคู่มือการจัดทำบัญชี เพื่อทำการถ่ายทอดความรู้ และจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้ง 50 คน พร้อมทั้งเก็บข้อมูลคะแนนระหว่างเรียนและหลังเรียนภายในเดือนธันวาคม 2567

3.3 หลังจากการอบรมเสร็จสิ้น ผู้วิจัยทำการประเมินความพึงพอใจหลังการพัฒนาความรู้ด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย

4. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลและระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

4.2สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter ใช้สำหรับวิเคราะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย และ Paired t-test (Dependent Samples t-test) ใช้เปรียบเทียบคะแนนความรู้ก่อนและหลังอบรม

5. จริยธรรมการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัยทางสังคมศาสตร์อย่างเคร่งครัด ในขั้นตอนการลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอความยินยอมโดยได้รับการบอกกล่าว จากผู้เข้าร่วมการวิจัยทุกรายพร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และสิทธิในการถอนตัวจากการวิจัยได้ตลอดเวลาโดยไม่มีผลกระทบใด ๆ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลโดยใช้มาตรการรักษาความลับ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น

ผลการวิจัย (Results)

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย

1.1 ระดับประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=2.85, S.D.=0.89) เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การบันทึกบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจฯ มีเอกสารประกอบอ้างอิงครบถ้วนและสมบูรณ์ทุกรายการ ($\bar{X}$=3.63, S.D.=0.94) รองลงมาคือ กลุ่มวิสาหกิจฯ มีการบันทึกรายการในสมุดเงินสดและสมุดรายวันทั่วไปเป็นปัจจุบัน ($\bar{X}$=3.28, S.D.=0.98) กลุ่มวิสาหกิจฯ สามารถจัดทำงบทดลองได้อย่างถูกต้องในทุกงวดบัญชี

($\bar{X}$=2.65, S.D.=0.91) ข้อมูลในบัญชีสามารถแสดงรายละเอียดต้นทุนและกำไรแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ($\bar{X}$=2.73, S.D.=0.97) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ กลุ่มวิสาหกิจฯ สามารถจัดทำงบการเงินและสรุปผลการดำเนินงานประจำปีได้สำเร็จ ($\bar{X}$=1.95, S.D.=0.81)

1.2 ระดับความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=2.80, S.D.=0.89) เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ กลุ่มวิสาหกิจฯ เข้าใจวิธีการบันทึกรายการรับ-จ่ายในสมุดเงินสดได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}$=3.63, S.D.=0.94) รองลงมาคือ กลุ่มวิสาหกิจฯ สามารถแยกแยะหมวดหมู่ทางบัญชี ได้แก่ สินทรัพย์ หนี้สิน ทุน รายได้ ค่าใช้จ่าย ได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}$=3.18, S.D.=1.01) กลุ่มวิสาหกิจฯ ทราบวิธีการคำนวณต้นทุนการผลิต ($\bar{X}$=2.73, S.D.=0.97) กลุ่มวิสาหกิจฯ เข้าใจหลักการบันทึกบัญชีค่าเสื่อมราคา ($\bar{X}$=2.58, S.D.=0.90) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ กลุ่มวิสาหกิจฯ รู้วิธีการจัดทำงบทดลอง ($\bar{X}$=1.90, S.D.=0.83)

1.3 ระดับทัศนคติต่อประโยชน์ของข้อมูลบัญชี พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.05, S.D.=0.69) เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ กลุ่มวิสาหกิจฯ เชื่อว่าข้อมูลบัญชีที่เป็นปัจจุบันมีประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตและกำหนดราคาขายได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}$=4.20, S.D.=0.75) รองลงมาคือกลุ่มวิสาหกิจฯ เห็นว่าการบันทึกบัญชีช่วยให้ทราบผลกำไรหรือขาดทุนที่แท้จริง ($\bar{X}$=4.28, S.D.=0.74) กลุ่มวิสาหกิจฯ เห็นว่ารายงานทางการเงินที่ถูกต้องจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขอรับเงินอุดหนุนหรือสินเชื่อเพื่อขยายกิจการ ($\bar{X}$=4.15, S.D.=0.73) กลุ่มวิสาหกิจฯ คิดว่าระบบเอกสารทางบัญชีที่ดี ช่วยสร้างความโปร่งใสและป้องกันการทุจริตในกลุ่มได้ ($\bar{X}$=4.18, S.D.=0.77) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ กลุ่มวิสาหกิจฯ รู้สึกว่าการเสียสละเวลาเพื่อจัดทำบัญชีให้ครบถ้วนตามคู่มือเป็นสิ่งที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่กลุ่มได้รับ ($\bar{X}$=3.45, S.D.=0.74)

1.4 ระดับการสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=2.74, S.D.=0.82) เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผู้นำกลุ่มมีการมอบหมายหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านการเงินและบัญชีอย่างชัดเจน ($\bar{X}$=3.56, S.D.=0.87) รองลงมาคือ ผู้นำกลุ่มมีการจัดสรรงบประมาณสำหรับจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นต่องานบัญชี เช่น สมุดบัญชี เครื่องคิดเลข เป็นต้น ($\bar{X}$=2.75, S.D.=0.95) ผู้นำกลุ่มนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ประกอบการ ตัดสินใจหรือแก้ปัญหาของกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม ($\bar{X}$=2.73, S.D.=0.80) ผู้นำกลุ่มส่งเสริมให้สมาชิกที่ทำหน้าที่บัญชีได้เข้ารับการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}$=2.65, S.D.=0.91) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ผู้นำกลุ่มให้ความสำคัญโดยการติดตามและสอบทานรายงานการเงินในการประชุมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}$=2.03, S.D.=0.76)

1.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิธี Enter ซึ่งเป็นการนำตัวแปรทั้งหมดเข้าสู่สมการพร้อมกันเพื่อดูอิทธิพลสุทธิของแต่ละตัวแปร โดยมีการตรวจสอบข้อตกลง

เบื้องต้น โดยการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.112 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.1 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุดคือ 6.307 ซึ่งน้อยกว่า 10 ดังนั้นแสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิดภาวะร่วมเส้นตรงพหุนั้นเอง และตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อนจากค่า Durbin-Watson เท่ากับ 2.270 ซึ่งมีเกณฑ์ควรอยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Model	R	R^2	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.795	0.789	0.789	0.093	2.270

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.795 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีในระดับสูง ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R2) เท่ากับ 0.789 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ร้อยละ 78.9 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 21.1 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นที่ไม่ได้ศึกษา ซึ่งถือว่ามีค่าที่สูงและถือว่ายอมรับได้และมีความหมายในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ ส่วนการทดสอบนัยสำคัญของโมเดล (F-test) ค่า F = 4206.062 และค่า Sig.=0.000 (ซึ่งน้อยกว่า 0.05) แสดงว่าสมการถดถอยนี้สามารถใช้พยากรณ์ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.318	0.067		4.709	0.000		
ความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี	0.607	0.081	0.609	7.487	0.000	0.112	4.438
ทัศนคติต่อประโยชน์ของข้อมูลบัญชี	0.166	0.028	0.129	5.821	0.000	0.159	6.307
การสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม	0.288	0.082	0.267	3.530	0.001	0.114	3.102

จากตารางที่ 2 พบว่า การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีสูงที่สุดคือความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี (Beta=0.609) รองลงมาคือ

การสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม (Beta=0.267) ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ำที่สุดคือทัศนคติต่อประโยชน์ของข้อมูลบัญชี (Beta=0.129)

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$Y_{ประสิทธิภาพ} = 0.318 + 0.607(X_{ความรู้}) + 0.288(X_{ผู้นำ}) + 0.166(X_{ทัศนคติ})$

สมการพยากร์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$Z_{ประสิทธิภาพ} = 0.609(Z_{ความรู้}) + 0.267(Z_{ผู้นำ}) + 0.129(Z_{ทัศนคติ})$

2. การพัฒนาคู่มือการจัดทำบัญชีสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย

ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย และทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาคู่มือบัญชีวิสาหกิจชุมชนขึ้นให้ตอบสนองต่อปัญหาที่พบ โดยผลของการพัฒนาคู่มือดังกล่าวมีเนื้อหาสาระสำคัญที่ได้ถ่ายทอดสู่กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้จำนวน 50 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

บทที่ 1 บทนำ ให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับความหมายและประโยชน์ของการบัญชี โดยเน้นย้ำว่าบัญชีเป็นเครื่องมือช่วยวางแผนและตัดสินใจ (Planning & Decision Making) นอกจากนี้ยังสอนหลักการปฏิบัติเบื้องต้น ได้แก่ การมอบหมายหน้าที่แยกกันระหว่างการเงินและบัญชี เพื่อการควบคุมภายใน และการเก็บรักษาเอกสารไว้อย่างน้อย 5 ปี

บทที่ 2 รายการทางบัญชีและสมุดบัญชี สอนเรื่องสมการบัญชี และแนะนำแบบฟอร์มเอกสารที่จำเป็นต้องใช้ ได้แก่ ใบเสร็จรับเงิน ใบเบิกเงิน (สำหรับกรณีที่ผู้รับเงินไม่มีใบเสร็จ) ใบขายเชื่อ สมุดเงินสด สมุดบันทึกรายการทั่วไป เป็นต้น และทะเบียนคุมต่าง ๆ เช่น สินทรัพย์ สินค้า วัตถุดิบ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มักจะละเลยไม่มีการบันทึก เป็นต้น

บทที่ 3 การจัดทำเอกสารและการบันทึกรายการบัญชี เป็นส่วนเนื้อหาหลักที่สอนขั้นตอนการบันทึกบัญชีในสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างละเอียด ได้แก่ การรับค่าหุ้นและการคืนทุนเรือนหุ้น การซื้อทรัพย์สินและวัตถุดิบ (ทั้งเงินสดและเงินเชื่อ) การรับเงินอุดหนุนและเงินกู้ยืม การขายสินค้าและการรับชำระหนี้ การฝาก-ถอนเงินธนาคาร และการสอนใช้สมุดบันทึกต้นทุนกำไร ซึ่งเป็นเครื่องมือพิเศษที่ช่วยให้กลุ่มคำนวณต้นทุนการผลิตต่อหน่วยได้อย่างแม่นยำ แยกแยะระหว่างต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายการผลิต เพื่อให้ทราบกำไรที่แท้จริง

บทที่ 4 งบทดลอง สอนวิธีการสรุปยอดคงเหลือของแต่ละบัญชี เพื่อพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลตามหลักบัญชีคู่

บทที่ 5 งบการเงิน แนะนำรูปแบบและวิธีการจัดทำงบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุน อย่างง่าย เพื่อให้กลุ่มสามารถสรุปผลการดำเนินงานและฐานะการเงินเสนอต่อสมาชิกและหน่วยงานภายนอกได้

3. การประเมินผลการเรียนรู้และความพึงพอใจในการจัดทำบัญชีของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย

3.1 ผลการเรียนรู้ด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยใช้คู่มือที่พัฒนาขึ้น จากการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการโดยใช้คู่มือที่พัฒนาขึ้น ผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการอบรม (Pre-test/Post-test) ของผู้เข้าร่วม 50 คน แสดงให้เห็นพัฒนาการที่ชัดเจน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบผลคะแนนความรู้ก่อนและหลังการอบรม

การทดสอบ	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	t-test	p-value
ก่อนอบรม	10	6.20	1.85	12.45**	0.00
หลังอบรม	10	9.40	0.95		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยก่อนอบรม กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 ได้คะแนนต่ำสุดคือ 0 คะแนน แต่หลังอบรมกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70 สามารถทำคะแนนได้เต็ม 10 คะแนน สะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการถ่ายทอดความรู้ผ่านคู่มือที่เน้นการปฏิบัติจริงช่วยให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

3.2 ความพึงพอใจต่อการพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.72, S.D.=0.65) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ รู้สึกว่าการจัดทำบัญชีเป็นสิ่งที่ง่ายและมีประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม ($\bar{x}$=4.72, S.D.=0.57) รองลงมาคือ มีการเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ($\bar{x}$=4.40, S.D.=0.50) และรูปแบบการจัดทำบัญชีตามคู่มือช่วยให้ทราบผลการดำเนินงาน (กำไร/ขาดทุน) ที่แท้จริง ($\bar{x}$=4.29, S.D.=0.64) ซึ่งผลการวัดความพึงพอใจในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถสนองความต้องการทางการจัดทำบัญชีของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ระดับประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า จุดแข็งของกลุ่มอยู่ที่การมีเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีที่ค่อนข้างครบถ้วน แต่จุดอ่อนกลับเป็นความสามารถในการจัดทำงบการเงินและสรุปผลการดำเนินงานประจำปี ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจฐานราก สืบ

เนื่องมาจากการที่บุคลากรในวิสาหกิจชุมชนขาดแคลนวุฒิการศึกษาเฉพาะทางด้านบัญชี สมาชิกส่วนใหญ่มีพื้นฐานความรู้เพียงแค่การจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายตามเกณฑ์เงินสดเพื่อช่วยจำ แต่เมื่อระบบธุรกิจมีความซับซ้อนขึ้น จำเป็นต้องใช้กระบวนการปรับปรุงรายการบัญชี การคำนวณค่าเสื่อมราคา การจัดหมวดหมู่บัญชีที่ถูกต้อง และการออกรายงานตามเกณฑ์คงค้าง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะเกิดภาวะสับสนและไม่สามารถดำเนินการต่อได้ การที่ระบบเอกสารมีความล่าช้าและขาดรูปแบบที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทำให้การประมวลผลข้อมูลเกิดความล้มเหลว ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช แก้วคีรี และวสันต์ กาญจนมุกดา (2568, 19-36) ที่ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน โดยพบว่าระบบการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนมีความซับซ้อนยุ่งยาก และบุคลากรได้รับการอบรมการจัดทำบัญชีอย่างไม่ต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดปัญหาความรู้ความเข้าใจในกระบวนการของการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ดังนั้นการที่ผู้จัดทำบัญชีขาดความรู้ส่งผลให้การจัดทำบัญชีไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ส่งผลให้รายงานทางการเงินขาดความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และไม่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งอาจนำไปสู่การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลต่อการขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ดังนั้นควรจัดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอ และพัฒนาคู่มือการจัดทำบัญชีที่เข้าใจง่าย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Koundal et al. (2024, 36-44) ที่ได้ทำการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของระบบสารสนเทศทางการบัญชี ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และพบว่า อุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการขยายตัวของธุรกิจคือการขาดระบบการรายงานทางการเงินที่แม่นยำและทันเวลา ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนในระยะยาว

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลยสูงที่สุดคือ ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจทางการบัญชี ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า หัวใจสำคัญของการยกระดับระบบบัญชีชุมชนมิใช่เรื่องของงบประมาณหรือเทคโนโลยีเป็นลำดับแรก แต่คือการลงทุนในทุนมนุษย์ โดยเฉพาะการสร้างความรู้ความเข้าใจทางการบัญชีให้กับสมาชิก ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องจะสามารถวิเคราะห์รายการค้า จำแนกหมวดหมู่สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน ได้อย่างแม่นยำ ซึ่งเป็นรากฐานของข้อมูลที่มีคุณภาพ ความสัมพันธ์เชิงบวกเช่นนี้ชี้ให้เห็นว่าหากต้องการแก้ปัญหาบัญชีวิสาหกิจชุมชน ต้องเริ่มที่การระเบิดจากข้างใน คือการสร้างปัญญาและความเข้าใจให้กับคนทำงาน มิใช่การนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาโดยที่ผู้ปฏิบัติขาดความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital Theory) ของ Becker (1964) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเล่าเรียน และการฝึกอบรมถือเป็นการลงทุนที่มีความสำคัญที่สุดเพื่อการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยมีมุมมองว่าด้วยการเพิ่มทุนมนุษย์ นำไปสู่ผลผลิตและการบริการที่มีคุณภาพ โดยทฤษฎีระบุว่า ความรู้ ทักษะ และสติปัญญาของมนุษย์ ถือเป็นทรัพยากรการผลิตที่สำคัญที่สุด และเป็นสินทรัพย์ที่สามารถสร้างความมั่งคั่งให้แก่องค์กรในระยะยาว ดังนั้นนโยบายเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนจึงควรหันมาให้ความสำคัญกับการยกระดับกระบวนการคิดและทักษะของคนทำงานเป็นลำดับแรก ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิวัฒน์ ขาวแสง และคณะ (2566, 360-370) ที่ศึกษาทุนมนุษย์กับการพัฒนา

สมรรถนะของผู้ทำบัญชีในยุคดิจิทัล โดยพบว่าทุนมนุษย์ถือเป็นสินทรัพย์ที่มีคุณค่ามากที่สุดในองค์การ หากได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาและสม่ำเสมอจะช่วยทำให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ การบัญชีเป็นหนึ่งในวิชาชีพที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับความต้องการและความสามารถของยุคปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว ผู้ทำบัญชีจะต้องอัปเดตข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบัญชีอยู่เสมอมีความเข้าใจในหลักการบัญชีเป็นอย่างดี สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ทันเวลา และต้องมีความคิดแบบนักธุรกิจ ผู้ทำบัญชีจึงมีบทบาทที่สำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจขององค์กร ดังนั้นอาชีพผู้ทำบัญชีเป็นอาชีพหนึ่งที่เป็นส่วนสำคัญ ซึ่งทางผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญและพร้อมที่จะผลักดันให้มีการพัฒนาทุนมนุษย์

3. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้นำกลุ่มมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีในลำดับรองลงมา อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมกลับพบว่า ผู้นำมีการติดตามและสอบทานรายงานการเงินน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับพฤติกรรมอื่น ๆ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ภาวะผู้นำในบริบทของวิสาหกิจชุมชนเปรียบเสมือนดาบสองคม ในด้านหนึ่งการสนับสนุนของผู้นำในเชิงนโยบายและการจัดสรรทรัพยากรเป็นปัจจัยเอื้อที่ขาดไม่ได้ หากปราศจากการผลักดันจากผู้นำ ระบบบัญชีมักจะถูกละเลย แต่ในอีกด้านหนึ่ง การที่ผู้นำขาดการมีส่วนร่วมในกระบวนการตรวจสอบและใช้ข้อมูล กลับกลายเป็นจุดอ่อนที่ทำให้ระบบบัญชีไม่ถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ผู้นำวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จึงมักมุ่งเน้นที่การผลิตและการตลาด แต่ขาดทักษะในการกำกับดูแลทางการเงินและการบัญชี ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมล เรืองเดช (2566) ซึ่งศึกษาบริบทวิสาหกิจชุมชนในเขตปฏิรูปที่ดินของไทย ที่พบว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำและการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความสำเร็จของกลุ่ม โดยผู้นำที่ประสบความสำเร็จคือผู้ที่สามารถบูรณาการข้อมูลทางการเงินเข้ากับการวางแผนธุรกิจได้

4. กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อประโยชน์ของข้อมูลบัญชีอยู่ในระดับมาก ซึ่งสูงกว่าระดับความรู้และการสนับสนุนจากผู้นำ แต่เมื่อวิเคราะห์ถดถอยกลับพบว่าปัจจัยนี้มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีน้อยที่สุด ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า สมาชิกมีความตระหนักรู้ว่าบัญชีมีประโยชน์และเป็นสิ่งที่ดี แต่ลำพังเพียงทัศนคติที่ดีนั้น ไม่เพียงพอที่จะผลักดันให้เกิดการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพได้ หากขาดองค์ประกอบด้านทักษะความรู้ความเข้าใจ และระบบสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม โดยสามารถอธิบายความซับซ้อนผ่านกรอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen & Fishbein (1980) ทฤษฎีนี้ระบุว่า แม้มนุษย์จะมีทัศนคติเชิงบวก และมีความตั้งใจกระทำการ แต่พฤติกรรมผลลัพธ์ที่สมบูรณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย หากบุคคลนั้นต้องเผชิญกับอุปสรรคและขาดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ในบริบทของงานวิจัยนี้ สมาชิกชุมชนล้วนตระหนักดีว่าการทำบัญชีช่วยป้องกันการทุจริตและสะท้อนผลกำไรที่แท้จริง แต่ด้วยข้อจำกัดทางความรู้ด้านบัญชีและรูปแบบบัญชีเดิมที่มีความยุ่งยากซับซ้อนเกินกว่าศักยภาพของบุคลากร ทำให้พวกเขาหมดกำลังใจและไม่สามารถแปลรูปทัศนคติที่ดีเหล่านั้นให้กลายมาเป็นประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rahmah Fadillah et al. (2024, 964-969) โดยพบว่าในบริบทของ SMEs การรับรู้ประโยชน์เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ แต่ต้อง

ควบคู่ไปกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หากระบบบัญชีมีความซับซ้อนเกินไป แม้ผู้ใช้จะเห็นประโยชน์แต่ก็จะเกิดแรงต้านในการปฏิบัติ สิ่งนี้อาจอธิบายได้ว่าเหตุใดทัศนคติจึงมีอิทธิพลต่ำที่สุดในงานวิจัยนี้ อาจเป็นเพราะรูปแบบบัญชีเดิมมีความยุ่งยากซับซ้อน ทำให้เจตคติที่ดีไม่สามารถแปลงเป็นพฤติกรรมที่มีประสิทธิภาพได้เต็มที่ จนกว่าจะได้รับการแก้ไขด้วยคู่มือและการฝึกอบรมที่ทำให้งานง่ายขึ้น ดังนั้นการนำคู่มือบัญชีฉบับปรับปรุงใหม่เข้าไปอบรม ซึ่งทำหน้าที่เสมือนการปลดล็อกอุปสรรค เพื่อเพิ่มการรับรู้ความสามารถในการควบคุมระบบบัญชีของชุมชนให้สูงขึ้น นำไปสู่ความพึงพอใจและทักษะที่เพิ่มพูนขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

สรุป (Conclusion)

วิกฤตการบริหารจัดการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรในจังหวัดเลย มีรากฐานจากปัญหาช่องว่างทางความรู้และทักษะเชิงลึกในการบัญชี จากการศึกษาเชิงประจักษ์ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพร จังหวัดเลย พบว่าประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีจุดอ่อนสำคัญอยู่ที่ความสามารถในการจัดทำงบการเงินเพื่อสะท้อนผลการดำเนินงาน โดยผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณยืนยันว่าความรู้ความเข้าใจทางการบัญชีเป็นตัวแปรทำนายที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี (Beta= 0.609) รองลงมาคือการสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม (Beta=0.267) ในขณะที่ทัศนคติต่อประโยชน์ของบัญชีแม้จะอยู่ในระดับสูงแต่กลับส่งผลต่อการปฏิบัติน้อยที่สุด (Beta=0.129) ซึ่งบ่งชี้ว่าความตระหนักรู้ เพียงอย่างเดียวไม่อาจก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์หากขาดความรู้ความเข้าใจ และกลไกการสนับสนุนจากผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง นอกจากนี้การนำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดผ่านคู่มือและการอบรมเชิงปฏิบัติการยังพิสูจน์แล้วว่าสามารถยกระดับคะแนนความรู้ทางการบัญชีของสมาชิกได้ โดยคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม ($t = 12.45$, $p<0.01$) พร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.72) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนต้องเริ่มจากการสร้างปัญญาและทักษะปฏิบัติที่ถูกต้อง ดังนั้นการนำกระบวนการวิจัยและพัฒนามาใช้สร้างคู่มือการจัดทำบัญชีและจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ได้พิสูจน์แล้วว่าสามารถพัฒนาความรู้ความสามารถ สติปัญญา เพิ่มพูนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน อันจะนำไปสู่ความโปร่งใสทางการเงินและขีดความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการนำไปปฏิบัติ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับวิสาหกิจชุมชน

1.1 การสร้างกลไกพี่เลี้ยงทางบัญชี ผู้นำวิสาหกิจชุมชนในระดับอำเภอหรือภูมิภาค ควรร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนทักษะทางวิชาชีพ โดยนำผู้ทำบัญชีที่มีความชำนาญจากวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จมาเป็นวิทยากรกระบวนการ ให้แก่วิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในระยะเริ่มต้น เพื่อสร้างระบบการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Peer-to-peer learning) และลดช่องว่างทางวิชาการ

1.2 การบูรณาการระบบบัญชีเข้าสู่วาระการประชุมระดับองค์กร ประธานหรือผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรปรับเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นเพียงผู้จัดสรรงบประมาณ ไปสู่การเป็นผู้สอบทานข้อมูล โดยให้มี

การรายงานสถานะเงินสดคงเหลือ สรุปยอดขาย และต้นทุน เข้าเป็นวาระหลักในการประชุมกลุ่มประจำเดือนทุกครั้ง เพื่อสร้างบรรทัดฐานทางสังคมและการรับรู้ถึงคุณค่าของการทำบัญชีอย่างเป็นรูปธรรม

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

2.1 การออกแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ทางบัญชี หน่วยงานกำกับดูแล เช่น กรมส่งเสริมการเกษตรและกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ควรพิจารณาปรับปรุงคู่มือการจัดทำบัญชีแบบดั้งเดิมที่มีความซับซ้อน ให้กลายเป็นระบบการเรียนรู้ดิจิทัลขนาดเล็ก (Micro-learning modules) เช่น การสร้างชุดความรู้ผ่านแอปพลิเคชันหรือคลิปวิดีโอสั้น เพื่อรองรับโครงสร้างผู้ประกอบการชุมชนที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ให้สามารถเข้าถึงความรู้และเรียนรู้ด้วยตนเองได้

2.2 การกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพระบบบัญชีเพื่อการพิจารณาสินเชื่อ หน่วยงานให้ทุนสนับสนุนระดับรัฐและสถาบันการเงินเฉพาะกิจ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ควรกำหนดนโยบายเชิงรุก โดยมอบสิทธิประโยชน์ เช่น การพิจารณาปรับลดอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ หรือการเพิ่มวงเงินกู้ ให้แก่วิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการพัฒนาศักยภาพด้านบัญชีและสามารถแสดงงบการเงินที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ มาตรการนี้จะเป็นการสร้างแรงจูงใจเชิงเศรษฐศาสตร์ ที่กระตุ้นให้องค์กรวิสาหกิจชุมชนตระหนักถึงความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านบัญชีอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างการใช้คู่มือเล่มกับแอปพลิเคชันบัญชีบนมือถือ ว่ารูปแบบใดเหมาะสมกับบริบทสังคมผู้สูงอายุในวิสาหกิจชุมชนมากกว่ากัน และเทคโนโลยีจะเข้ามาลดภาระความยุ่งยากซับซ้อนได้หรือไม่

2. งานวิจัยในอนาคตอาจขยายขอบเขตไปสู่การใช้สถิติชั้นสูง อาทิ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรคั่นกลาง เช่น ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ว่าเป็นผลลัพธ์โดยตรงจากประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีหรือไม่ ซึ่งจะช่วยยืนยันความสำคัญของงานบัญชีในมิติเศรษฐศาสตร์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

กมล เรืองเดช. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเขตปฏิรูปที่ดิน*. สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม.

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2568). *กรมส่งเสริมการเกษตรประกาศผลวิสาหกิจชุมชนดีเด่น ปี 2568 ยกย่อง 6 ชุมชนต้นแบบ สร้างรายได้-ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก*. https://www.doae.go.th/กรมส่งเสริมการเกษตรประ-4/

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2566). *สารสนเทศวิสาหกิจชุมชน*. กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.

กาญน์ชนิดาภา เมธีวรฉัตร และอานนท์ เมธีวรฉัตร. (2566). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนของตำบลสร้อยทอง อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารธรรมวัตร, 4*(2), 29-41. https://so09.tci-thaijo.org/index.php/tmwj/article/view/3635/2229

จักรี ศรีจารุเมธีญาณ, สมปอง สุวรรณภูมา และสัญญา เคณาภูมิ. (2567). *การจัดการทุนมนุษย์ในทศวรรษหน้า: แนวคิดและแนวทางการพัฒนา. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 6*(5), 1001–1016. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/view/272208

ชาญชัย อรรคผาติ. (2567). การพัฒนาทักษะด้านบริหารจัดการผลิตและบัญชีในวิสาหกิจชุมชน จังหวัดเพชรบุรี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศฟรีแวร์. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 13*(3), 92–105. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/262673

ณฐา ธรเจริญกุล, เกสร คงสำเภา, วาสนา ศรบุญทอง และศิริวรรณ หว่องเจริญ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 5*(2), 11-26. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ibas/article/view/256161/173403

ดามธรรม จินากูล. (2565). *Research & Development*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

บงกช แก้วคีรี และวสันต์ กาญจนมุกดา. (2568). ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสตูล. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 4*(1), 19-36. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mgt-skru/article/view/281203

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.

ปฐมาภรณ์ คำชื่น. (2564). การจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 7*(1), 76-89. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/article/view/251665

ปรางทิพย์ เสยกระโทก, ธงชัย สิทธิกรณ์ และพงษ์ศักดิ์ ผกามาศ. (2568). แนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม. *วารสารนวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2*(2), 36-56. https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jimba_journal/article/view/1627

วิชิต เอียงอ่อน, ฉวี สิงหาด, กัลยรัตน์ เจียมโฆสิต, วราภรณ์ ศรบัณฑิต, วัชรินทร์ อรรคศรีวร, ยุทธนา พรรคอนันต์, และอลิษา ประสมผล. (2567). การศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรคและแนวทางการพัฒนาการจัดทาบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเก่า, 11*(3), 124-139. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/rdi-aru/article/view/276473

สายฝน อุไร. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพบัญชีกับความสำเร็จ ในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 14*(1), 49-68. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/bruj/article/view/254945/172538

อธิวัฒน์ ขาวแสง, ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ และสุรสิทธิ์ บุญชูนนท์ (2566). ทุนมนุษย์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ทำบัญชีในยุคดิจิทัล. *Journal of Modern Learning Development, 8*(8), 360-370. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/261595

ไอลัดดา โอ่งกลาง และจารุวรรณ เอกสะพัง. (2567). การศึกษาพฤติกรรมและสภาพปัญหาการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อลดปัญหาหนี้สินของเกษตรกร ตำบลท่าตูม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม, *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 11*(1), 625-650. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rdirmu/article/view/269299

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*, 179-211.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and prediction social behavior*. Prentice-Hall.

Becker, G.S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. University of Chicago Press.

Koundal, P., Bhalla, M., Kaur, A. & Gangwar, V.P. (2024). Streamlining operations: the implementation of accounting information systems in SMEs. *Recent Advances, 5*(1), 36-44. https://www.researchgate.net/publication/377850574_Streamlining_Operations_The_Implementation_of_Accounting_Information_Systems_in_SMEs

Rahmah Fadillah, I., Nadiyah, N., Rohmah, L., Haryadi, D., & Wahyudi, W. (2024). Profitability ratio analysis to assess the financial performance. *International Journal of Applied Finance and Business Studies, 11*(4), 964–969. https://doi.org/10.35335/ijafibs.v11i4.243

Yamane, T. (1973). *Statistics, An Introductory Analysis* (2nd Ed). Harper and Row.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การพัฒนานวัตกรรมเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ และลดความรุนแรงของนักเรียนสังกัดสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

The Development of Metaverse-Based Innovation Using Simulation Scenarios to Promote Peaceful Coexistence and Reduce Violence among Vocational Education Students in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Provinces

สัมฤทธิ์ แสงทอง[1*], ยุพิน ยืนยง[1], ดนัย เจษฎาฐิติกุล[2], อภิชาติ เลนะนันท์[1]

Samrit Sangthong[1*], Yupin Yuenyong[1], Danai Jedsadathitikul[2], Apichat Lenanant[1]

[1]คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

เลขที่ 38 หมู่ 8 ถนนหาดเจ้าสำราญ ต.นาวุ้ง อ.เมืองเพชรบุรี จ.เพชรบุรี

[1]School of Education, Phetchaburi Rajabhat University

38 Moo 8, Hat Chao Samran Road, Nawung Subdistrict, Mueang District, Phetchaburi 76000 Thailand

[2]คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

เลขที่ 38 หมู่ 8 ถนนหาดเจ้าสำราญ ต.นาวุ้ง อ.เมืองเพชรบุรี จ.เพชรบุรี

[2]School of Information Technology, Phetchaburi Rajabhat University

38 Moo 8, Hat Chao Samran Road, Nawung Subdistrict, Mueang District, Phetchaburi 76000 Thailand

***รับบทความ**: 28 สิงหาคม 2568 **ปรับปรุงบทความ**: 29 พฤษภาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 มิถุนายน 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสำรวจระดับความรุนแรงที่เกิดขึ้นในกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) เพื่อพัฒนานวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: samrit.san@mail.pbru.ac.th

จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา และ (3) เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้นวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลอง โดยเปรียบเทียบพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติก่อนและหลังการใช้สถานการณ์จำลองของนักเรียนอาชีวศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 80 คน ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสำรวจพฤติกรรมความรุนแรง แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร แบบสนทนากลุ่ม และแบบประเมินพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (f) ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) รวมทั้งสถิติ t-test แบบกลุ่มเดียวที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.45, S.D. = 0.60) (2) นวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองที่พัฒนาขึ้น ครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านศักดิ์ศรีสถาบัน ด้านการกีดกันเสรีภาพ ด้านการทำร้ายตนเอง ด้านการทำลายและการลักขโมย และด้านพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 4.18, S.D. = 0.16) สูงกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ และ (3) ผลการทดลองใช้นวัตกรรมพบว่าพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนหลังการใช้สถานการณ์จำลองมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 3.23 (S.D. = 0.41) เป็น 4.42 (S.D. = 0.07)

คำสำคัญ

นวัตกรรมเมตาเวิร์ส, สถานการณ์จำลอง, การอยู่ร่วมกันอย่างสันติ, ความรุนแรง, อาชีวศึกษา

***Received**: August 28, 2025* ***Revised**: May 29, 2026* ***Accepted**: June 22, 2026*

Abstract

The objectives of this research were to: (1) investigate the severity of violence among vocational students in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan provinces; (2) develop an innovative Metaverse platform using simulations to promote peaceful coexistence and reduce violent behaviors among vocational students; and (3) To examine the effects of implementing a metaverse-based innovation platform utilizing simulated scenarios, with the sample consisting of third-year vocational certificate students from vocational colleges in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan provinces. The research sample consisted of 80 third-year vocational certificate students from colleges in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan provinces, selected

through purposive sampling. The research instruments included a violence behavior survey, executive interview forms, focus group discussions, and a peaceful coexistence behavior assessment. Data analysis was conducted using descriptive statistics frequency, percentage, mean ($\overline{X}$), and standard deviation (S.D.) as well as the t-test for dependent samples. The research findings revealed that: (1) The overall level of violence among vocational students in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan was high ($\overline{X}$ = 4.45, S.D. = 0.60). (2) The developed Metaverse platform innovation integrated simulations covering five dimensions: institutional dignity, deprivation of liberty, self-harm, property damage and theft, and sexual misconduct. The overall expert evaluation was at a "good" level ($\overline{X}$ = 4.18, S.D. = 0.16), exceeding the predefined standards. (3) The experimental results indicated that students' peaceful coexistence behaviors and reduction in violent behaviors after the use of the simulated scenarios had a significantly higher mean score than before the experiment at the .01 level of statistical significance. The mean increased from 3.23 (S.D. = 0.41) to 4.42 (S.D. = 0.07).

Keywords

Innovation Metaverse, Simulated Scenarios, Peaceful Coexistence, Violence, Vocational Education

บทนำ (Introduction)

ในหลายพื้นที่ของประเทศไทยรวมถึงสถาบันอาชีวศึกษาทั่วประเทศ ปัญหาพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนยังเป็นเรื่องจริงและมีผลกระทบทั้งต่อชีวิตนักเรียนและสภาพแวดล้อมการศึกษา ซึ่งมีงานวิจัยและรายงานชี้ให้เห็นว่า ความรุนแรงในสถานศึกษายังเกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การกลั่นแกล้งและการทะเลาะวิวาทระหว่างนักเรียน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตและความรู้สึกปลอดภัยของเยาวชน รวมถึงเสียโอกาสทางการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ปัญหานี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะระดับมัธยมศึกษาเท่านั้น แต่ยังพบในระดับอาชีวศึกษาที่มีบริบทความเป็น “คู่แข่ง” ระหว่างสถาบันและแรงกดดันจากสังคมภายนอก ทำให้เกิดพฤติกรรมก้าวร้าวบ่อยขึ้น และแม้จะเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ก็ตาม ความรุนแรงก็สามารถทำลายภาพลักษณ์ของสถาบันอาชีวศึกษาและลดความเชื่อมั่นของชุมชนต่อการศึกษาอาชีวะได้ ผลกระทบต่อนักเรียนมีทั้งทางร่างกายและจิตใจ เช่น ความเครียด วิตกกังวล หรือการขาดความมั่นใจ ซึ่งทำให้สมาธิและผลการเรียนลดลง ขณะเดียวกันนักเรียนที่ตกเป็นเหยื่อหรือผู้กระทำเองอาจพบกับปัญหาสังคม ความสัมพันธ์กับเพื่อน และระดับ

ความพึงพอใจในชีวิตการเรียนลดลงด้วย สำหรับสถาบันการศึกษา ความรุนแรงสามารถทำให้บรรยากาศในวิทยาลัยไม่เอื้อต่อการเรียนรู้และสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย ส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนต้องใช้ทรัพยากรและเวลาไปกับการจัดการสถานการณ์แทนที่จะเน้นพัฒนาศักยภาพของนักเรียนอย่างเต็มที่ การส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ เช่น การจัดอบรมแนวคิดสันติวิธี การฝึกทักษะการสื่อสารและการจัดการกับความขัดแย้งโดยไม่ใช้ความรุนแรง จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ การเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน และลดโอกาสเกิดความรุนแรงซ้ำซ้อนในบริบทของการศึกษา ทำให้ผู้เรียนมีทักษะทางอารมณ์และสังคมที่ดีขึ้น ส่งผลให้ทั้งนักเรียนและสถาบันมีคุณภาพชีวิตและบรรยากาศทางการศึกษาที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ สุมนทิพย์ จิตสว่าง (2565, 5-7)

ในบริบทของพื้นที่ภาคตะวันตกตอนล่าง โดยเฉพาะจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีสถาบันอาชีวศึกษาหลายแห่งและมีบทบาทสำคัญในการผลิตกำลังคนด้านวิชาชีพเพื่อรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการของภูมิภาค พบว่ายังคงมีปัญหาพฤติกรรมความรุนแรงและการทะเลาะวิวาทของนักเรียนอาชีวศึกษาในบางพื้นที่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้เรียน ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา และความเชื่อมั่นของผู้ปกครองและชุมชนต่อระบบการศึกษาอาชีวศึกษา อีกทั้งลักษณะบริบทของพื้นที่ที่มีการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด การรวมกลุ่มของนักเรียนจากหลากหลายสถาบัน และการแข่งขันเชิงสถาบัน ยังเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเกิดความขัดแย้งและพฤติกรรมก้าวร้าวในกลุ่มเยาวชนได้ง่ายขึ้น

นอกจากนี้ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังเป็นพื้นที่ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ สถานศึกษาในพื้นที่หลายแห่งมีการส่งเสริมการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมและการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตของผู้เรียน จึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการนำเทคโนโลยีเมตาเวิร์สและสถานการณ์จำลองเสมือนจริงมาใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ การพัฒนาทักษะการสื่อสาร การจัดการความขัดแย้ง และการตัดสินใจอย่างเหมาะสมในสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับชีวิตจริง อันจะนำไปสู่การลดพฤติกรรมความรุนแรงและสร้างสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่ปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

การพัฒนาเมตาเวิร์สในการศึกษาเป็นแนวทางที่มีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาความรุนแรงในสถานศึกษา โดยเฉพาะผ่านการใช้สถานการณ์จำลองเสมือนจริงที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการจัดการความขัดแย้ง การตัดสินใจ และการเข้าใจมุมมองของผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย ทั้งนี้ งานวิจัยพบว่าเทคโนโลยีเสมือนจริง (VR) สามารถส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและลดการยอมรับพฤติกรรมความรุนแรงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้เรียนสามารถมีประสบการณ์เสมือนจริงและเกิดความเห็นอกเห็นใจต่อผู้อื่น (Cohen et al., 2021) ขณะเดียวกัน เมตาเวิร์สยังเป็นสภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมสูงที่ช่วยพัฒนาทักษะทางสังคมและการตัดสินใจในบริบทที่ใกล้เคียงความเป็นจริง (Kaddoura & Al Husseiny, 2023, Hussain et al., 2024, 1125–1128)

การสอนโดยใช้สถานการณ์จำลอง คือการจัดสถานการณ์เสมือนจริงเพื่อให้ผู้เรียนฝึกคิด วิเคราะห์และตัดสินใจ โดยเฉพาะการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์ส ซึ่งใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงสามมิติให้ผู้เรียนโต้ตอบผ่านอวตารในสภาพแวดล้อมจำลอง ช่วยฝึกทักษะ เช่น การทำงานเป็นทีมและการแก้ปัญหาในสถานการณ์ใกล้เคียงความจริง งานวิจัยหลายชิ้น เช่น De Freitas, S. & Veletsianos,G. (2010, 285-300) และ Yuen et al..(2011, 119–140) พบว่าเมตาเวิร์สช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วม การเข้าใจเชิงลึก และความมั่นใจของผู้เรียนในการเผชิญสถานการณ์จริง

จากปัญหาและเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนานวัตกรรมเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาผลของการใช้สภาพแวดล้อมเสมือนจริงต่อการพัฒนาทักษะทางสังคม การจัดการความขัดแย้ง และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้เรียน ตลอดจนเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้และการป้องกันความรุนแรงในสถานศึกษาอาชีวศึกษาต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อสำรวจระดับความรุนแรงที่เกิดขึ้นในกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อพัฒนานวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา
3. เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้นวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์ส โดยเปรียบเทียบพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติก่อนและหลังการใช้สถานการณ์จำลองของนักเรียนอาชีวศึกษา

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

แพลตฟอร์มเมตาเวิร์สส่งผลต่อพฤติกรรมการลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทุกด้าน

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

ในการศึกษาการพัฒนานวัตกรรมเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมความรุนแรง

แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษามักอธิบายผ่าน ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ของ Albert Bandura ที่ระบุว่าพฤติกรรมก้าวร้าวเกิดจากการเลียนแบบตัวอย่างจากบุคคลใกล้ชิดหรือสื่อประกอบกับแรงเสริมทางบวกเมื่อใช้ความรุนแรงสำเร็จ Bandura, A. (1977, 12) นอกจากนี้ยังมี ทฤษฎีความคับข้องใจนำไปสู่ความก้าวร้าว (Frustration-Aggression Hypothesis) ซึ่งชี้ว่าเมื่อนักเรียนถูกขัดขวางไม่ให้บรรลุเป้าหมายหรือเผชิญกับความกดดันในสถานศึกษาจะก่อให้เกิดพลังลบที่ระบายออกเป็นความรุนแรง Dollard et al, (1939, 27) ในบริบทไทยมักเชื่อมโยงกับ แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์และศักดิ์ศรีของสถาบัน ที่การใช้ความรุนแรงเป็นการสร้างการยอมรับในกลุ่มเพื่อนและการปกป้องสัญลักษณ์ของสถาบันอาชีวะ Wang et al. (2013, 296-302) ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมครอบครัว ความผูกพันทางสังคม และพฤติกรรมรุนแรงของวัยรุ่น พบว่าความสัมพันธ์ในครอบครัวและโรงเรียนมีผลต่อการควบคุมพฤติกรรมก้าวร้าว

พฤติกรรมรังแกกัน (Bullying) หมายถึง การกระทำของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่าโดยใช้ความรุนแรงทั้งทางกาย วาจา และจิตใจต่อผู้อื่นอย่างซ้ำ ๆ และต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ถูกรังแกเกิดความกลัว ความเครียด และบาดแผลทั้งทางร่างกายและจิตใจ Fujikawa, S. et al. (2021, 344–351) รูปแบบการกลั่นแกล้งในเด็กและวัยรุ่น พบว่าพฤติกรรมการกลั่นแกล้งประกอบด้วยหลายมิติ ได้แก่ การทำร้ายทางร่างกาย (physical bullying) การล้อเลียนหรือดูหมิ่นด้วยวาจา (verbal bullying) การกีดกันทางสังคม (social exclusion) และการปล่อยข่าวลือ (rumor spreading) ซึ่งล้วนส่งผลต่อสุขภาวะทางจิตใจของผู้เรียน Olweus, (1996a, 17–18) การรังแกกันสามารถจำแนกกลุ่มที่เกี่ยวข้องออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้รังแกผู้อื่น กลุ่มผู้ถูกรังแก กลุ่มที่เป็นทั้งผู้รังแกและผู้ถูกรังแก และกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมรังแกกัน ซึ่งแต่ละกลุ่มได้รับผลกระทบด้านอารมณ์และจิตใจแตกต่างกัน ชุติมา ศักดิ์รินทร์กุล และ อาภาพร วัชรสินธุ์ (2557, 45-47) เมื่อเผชิญกับสถานการณ์รังแกกัน วัยรุ่นจะประเมินสถานการณ์ว่าเป็นภัยคุกคามหรือเกินความสามารถของตน และเลือกใช้วิธีการเผชิญปัญหาเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว การเผชิญปัญหาตามแนวคิดของ Lazarus และ Folkman แบ่งเป็นการมุ่งแก้ปัญหาและการมุ่งจัดการอารมณ์ Lazarus, S. & Folkman, S. (1984, 141–143) งานวิจัยพบว่า การเผชิญปัญหาแบบมุ่งแก้ปัญหาและการแสวงหาการสนับสนุนทางสังคมจากพ่อแม่ ครู และเพื่อน ช่วยลดความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพจิตได้มากกว่าการเผชิญปัญหาแบบใช้อารมณ์หรือหลีกเลี่ยง Baldry, C. & Farrington, P. (2005, 101–103) ในทางตรงกันข้าม ผู้ถูกรังแกที่ขาดแหล่งสนับสนุนทางสังคมหรือใช้การเผชิญปัญหาแบบหลีกหนีและเก็บกดอารมณ์ มีแนวโน้มเกิดภาวะซึมเศร้า ความรู้สึกไร้คุณค่าในตนเอง และความคิดฆ่าตัวตายได้สูงขึ้น Demaray, M. K. & Malecki, C.K. (2003, 471–489); Davidson, L. M., & Demaray, M. K., (2007, 41–43) ดังนั้น การส่งเสริมทักษะการเผชิญปัญหาที่เหมาะสมควบคู่กับการสร้างระบบสนับสนุนทางสังคมที่เข้มแข็ง จึงเป็นแนวทางสำคัญในการป้องกันและลดผลกระทบของพฤติกรรมรังแกกันในวัยรุ่นอย่างยั่งยืน

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวนำไปสู่ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ด้านศักดิ์ศรีสถาบัน ด้านกีดกันเสรีภาพ ด้านทำร้ายตนเอง ด้านการทำลายและลักขโมย และด้านพฤติกรรมทางเพศ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อแรกเพื่อสำรวจหาความรุนแรงที่เกิดขึ้นของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ เพื่อตอบกับวัตถุประสงค์ข้อแรกเพื่อสำรวจหาความรุนแรงที่เกิดขึ้นของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

นวัตกรรมการศึกษา

นวัตกรรมการศึกษาในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีเมตาเวิร์สร่วมกับสถานการณ์จำลองได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง เนื่องจากสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่มีความเสมือนจริงและส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย “นวัตกรรม” หมายถึง การสร้างหรือพัฒนาสิ่งใหม่ แนวคิดใหม่ วิธีการใหม่ หรือการปรับปรุงสิ่งเดิมให้มีประสิทธิภาพและคุณค่ามากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม ในบริบททางการศึกษา นวัตกรรมจึงหมายถึง การนำแนวคิด เทคโนโลยี หรือกระบวนการใหม่มาใช้ในการจัดการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนและเพิ่มประสิทธิภาพทางการศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมยุคดิจิทัล

งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าเมตาเวิร์สสามารถยกระดับประสบการณ์การเรียนรู้และเชื่อมโยงความรู้เชิงทฤษฎีกับการปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม (Duan et al., 2021, 3–6) ขณะที่การใช้โลกเสมือนและ VR ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในรูปแบบใหม่ Radianti et al., (2020, 103778) นอกจากนี้ เทคโนโลยีดังกล่าวยังสามารถจำลองสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนได้อย่างปลอดภัย เช่น การฝึกทักษะทางสังคมและการจัดการความขัดแย้ง Makransky & Petersen, (2021, 937–958) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่เน้นถึงศักยภาพของเมตาเวิร์สในการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ปลอดภัยและเอื้อต่อพัฒนาการทางสังคมของผู้เรียน Hussain et al., (2024, 1123-1140) อีกทั้งยังมีหลักฐานว่าสภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบ immersive สามารถส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีและพฤติกรรมทางสังคมเชิงบวกของผู้เรียนได้ Kye et al., (2021, 6–10) ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา จึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวโน้มการวิจัยสมัยใหม่และมีศักยภาพในการยกระดับทักษะทางสังคมของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นแนวคิดของนักวิจัยได้ว่า นวัตกรรมการศึกษาโดยใช้แพลตฟอร์มเมตาเวิร์สร่วมกับสถานการณ์จำลองเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ที่เสมือนจริง ซึ่งช่วยส่งเสริมทั้งทักษะทางวิชาการและทักษะทางสังคมของผู้เรียน โดยเฉพาะด้านการสื่อสาร การแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ นอกจากนี้ เทคโนโลยีดังกล่าวยังเอื้อต่อการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ปลอดภัย เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทดลองตัดสินใจและเรียนรู้จากสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบจริง ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองจึงมีศักยภาพในการลดพฤติกรรมความรุนแรงและเสริมสร้างพฤติกรรมเชิงบวก

ของนักเรียนอาชีวศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ในบริบทพื้นที่ต่าง ๆ ต่อไปได้

แพลตฟอร์มเมตาเวิร์ส

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลอง และการลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า รัฐเดช เส็ง (2566, 108-111) ได้พัฒนาห้องเรียนเสมือนจริงบนจักรวาลนฤมิต ร่วมกับการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางเทคโนโลยีวิชาวิทยาการคำนวณในนักเรียนชั้นประถมศึกษา โดยผลการวิจัยพบว่าห้องเรียนเสมือนจริงมีประสิทธิภาพสูง ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น และมีความพึงพอใจในระดับมาก ขณะที่ กรวรรณ สืบสม และคณะ (2566, 152-162) ได้พัฒนานวัตกรรมเกมการเรียนรู้ด้วยโปรแกรม Scratch ในวิชาเทคโนโลยี สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาซึ่งช่วยเสริมทักษะการคิด และเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การสอนโดยใช้สถานการณ์จำลอง เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้สอนจัดสถานการณ์เลียนแบบของจริง เพื่อให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะการคิด การแก้ปัญหา และการตัดสินใจ โดยเน้นการมีส่วนร่วมในบริบทที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง การนำเทคโนโลยีเมตาเวิร์สมาใช้ในรูปแบบนี้ (Metaverse-Based Simulation Learning) ช่วยให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมเสมือนผ่านอวตารในโลกดิจิทัลสามมิติ ส่งผลให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้ที่สมจริง และสามารถฝึกทักษะสำคัญ เช่น การทำงานเป็นทีม การแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ปลอดภัย งานวิจัยของ De Freitas, S. & Veletsianos, G. (2010, 285-300) และ Yuen et al. (2011, 119-140) พบว่า การเรียนรู้ผ่านเมตาเวิร์สช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วม ความเข้าใจเชิงลึก และความมั่นใจของผู้เรียนในการเผชิญสถานการณ์จริง

งานวิจัยครั้งนี้จึงเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับตนเองในการที่จะสร้างสถานการณ์จำลองเพื่อการลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษานำไปสู่วัตถุประสงค์ที่สองเพื่อสร้างนวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

ด้านงานวิจัยต่างประเทศ Hwang, G. J. and Chien, S.Y. (2022) กล่าวถึงเมตาเวิร์สว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในการศึกษาสูง แต่ยังมีการใช้งานในแวดวงการศึกษาน้อย โดยเสนอให้ผสมผสาน AI เพื่อยกระดับการเรียนรู้ ในขณะที่ Jeon, J. H. (2021, 129-134) ได้เน้นการใช้เมตาเวิร์สในการเรียนการสอนช่วงการระบาดของ COVID-19 เพื่อเสริมการสื่อสารระหว่างครูและนักเรียน และ Kye et al. (2021, 1-13) ได้เสนอประเภทของเมตาเวิร์สและอธิบายศักยภาพในการใช้ในด้านการแพทย์และการศึกษา เช่น การจำลองกายวิภาคศาสตร์และแพลตฟอร์มการผ่าตัดในสภาพแวดล้อมเสมือน โดยเสนอให้เมตาเวิร์สเป็นพื้นที่สร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคม แต่อาจมีข้อจำกัดด้านความเป็นส่วนตัวและการปรับตัวต่อโลกความจริง สำหรับด้านจิตวิทยาการศึกษา งานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาได้นำแนวคิดของ Roth, S. & Cohen, L. J. (1986, 813–819) และ Causey, D. L. & Dubow, E. F. (1992, 47-

59) มาใช้ในการจำแนกรูปแบบการเผชิญปัญหาเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ การเข้าถึงวิธีการแก้ปัญหา และการหลีกเลี่ยงปัญหา โดยพบว่ากลุ่มผู้ถูกรังแกมักใช้วิธีการเผชิญปัญหาแบบเก็บกดไว้ภายใน ขณะที่กลุ่มที่เป็นทั้งผู้รังแกและผู้ถูกรังแกมีแนวโน้มใช้การหลีกหนีหรือโต้ตอบกลับมากกว่า การศึกษาในภาพรวมพบว่าการเผชิญปัญหาของกลุ่มต่าง ๆ ยังมีข้อค้นพบที่ไม่สอดคล้องกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเพิ่มเติม โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้สถานการณ์จำลองในเมตาเวิร์สเพื่อพัฒนาแนวทางลดความรุนแรง ส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติในกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันอย่างสันติเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างเคารพในความแตกต่าง ทั้งด้านความคิด วัฒนธรรม และพฤติกรรม โดยเน้นการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และทักษะทางสังคมที่สำคัญ เช่น การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ การจัดการความขัดแย้ง และการควบคุมอารมณ์ แนวคิดดังกล่าวตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมและการเรียนรู้เชิงพฤติกรรม ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทการศึกษาทุกระดับ โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษา เพื่อส่งเสริมการลดพฤติกรรมความรุนแรงและสร้างสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ปลอดภัยและเอื้อต่อการพัฒนาทั้งด้านวิชาชีพและการดำรงชีวิตในสังคมอย่างยั่งยืน

จากแนวคิดพฤติกรรมความรุนแรงและนวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์ส ผู้วิจัยจึงได้นำไปทดลองใช้นำไปสู่วัตถุประสงค์ที่สามเพื่อทดลองใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงก่อนและหลังการใช้สถานการณ์จำลองของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและ

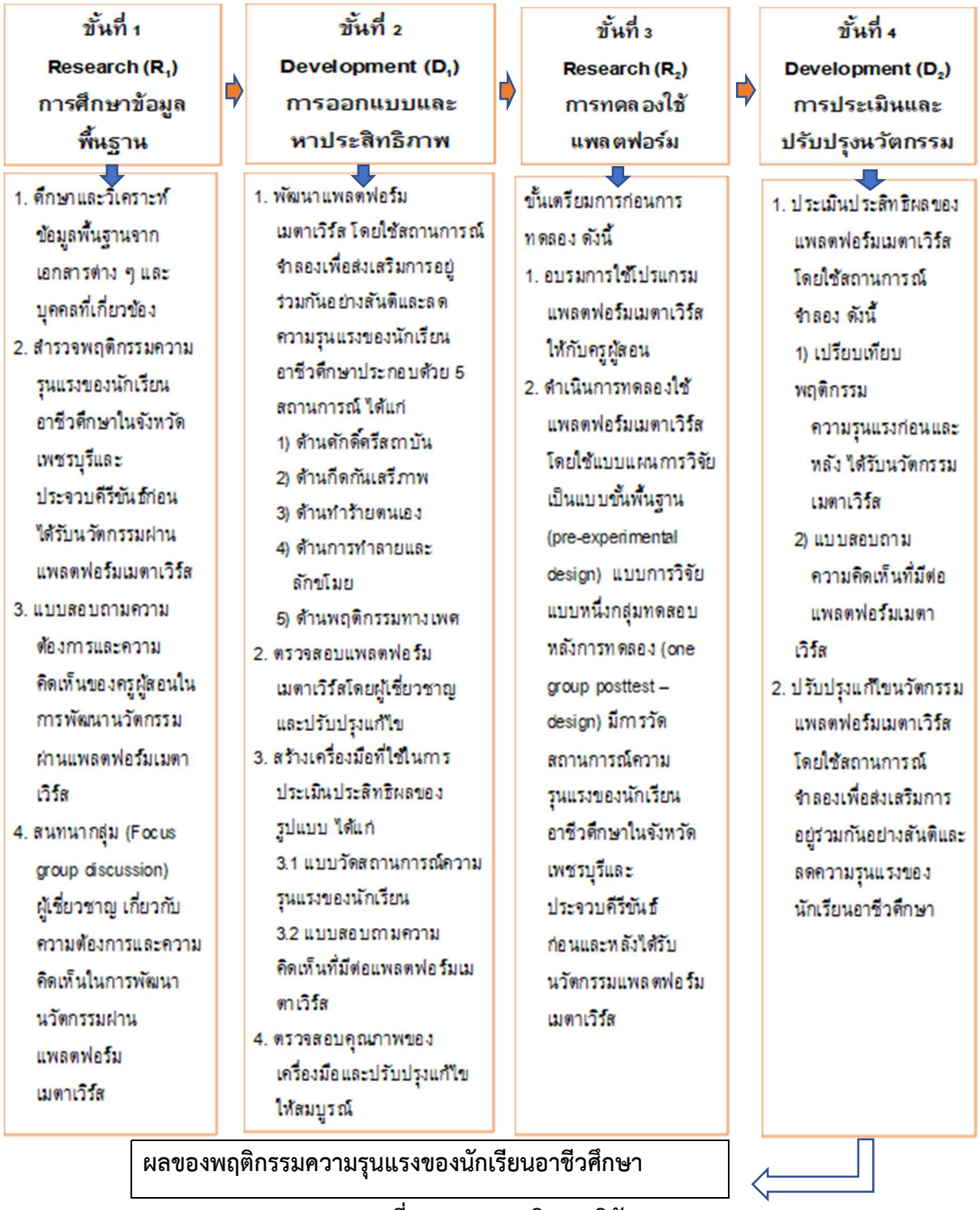
กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้มุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบหลักของการวิจัยได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นฐานในการออกแบบการเรียนรู้ประกอบด้วย ทฤษฎีการเรียนรู้เชิงสังคม ทฤษฎีพฤติกรรมแนวคิดการจัดการความขัดแย้ง และแนวคิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาพฤติกรรม เจตคติ และทักษะทางสังคมของผู้เรียน องค์ประกอบที่สอง คือ เมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองในฐานะตัวแปรต้น ที่ถูกออกแบบเพื่อสร้างประสบการณ์เสมือนจริงให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ โดยผู้เรียนสามารถฝึกคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจ และแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ใกล้เคียงความจริงรวมทั้งเรียนรู้การควบคุมอารมณ์ การสื่อสาร และการจัดการความขัดแย้งอย่างเหมาะสมผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมเสมือนจริงที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ องค์ประกอบที่สาม คือ การอยู่ร่วมกันอย่างสันติและการลดความรุนแรง ซึ่งเป็นตัวแปรตามที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทักษะทางสังคมของผู้เรียนทั้งด้านการยอมรับความแตกต่าง การเคารพผู้อื่น และการลดพฤติกรรมก้าวร้าว จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า เมตาเวิร์สและสถานการณ์จำลองมีศักยภาพในการพัฒนาทักษะทางสังคม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์แนวคิดทั้งหมดเพื่อใช้เป็นกรอบในการพัฒนานวัตกรรมลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาอย่างเป็นระบบ

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การพัฒนานวัตกรรมเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลอง เพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

วิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยพัฒนา (Research and Development : R&D) โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ที่มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methods) เสริมด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Methods) เพื่อตอบคำถามการวิจัยให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักเรียนอาชีวศึกษาที่อยู่ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 2 วิทยาลัย ได้แก่ วิทยาลัยเทคนิคเพชรบุรี นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 จำนวน 415 คน และวิทยาลัยเทคนิคประจวบคีรีขันธ์ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 จำนวน 469 คน รวมทั้งหมดจำนวน 884 คน

กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 3 ในสถานศึกษาอาชีวศึกษาจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นสถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการวิจัย ได้แก่ วิทยาลัยเทคนิคเพชรบุรี และวิทยาลัยเทคนิคประจวบคีรีขันธ์ โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ร้อยละ 10 ของประชากร ซึ่งถือว่าเป็นขนาดที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยทางการศึกษา ตามแนวคิดของ บุญชม ศรีสะอาด (2556, 43) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกจากห้องเรียนที่สถานศึกษากำหนด และนักเรียนมีความสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย วิทยาลัยละ 40 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 80 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ มีดังนี้

1) แบบสำรวจพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ก่อนได้รับนวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์ส

2) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นในการพัฒนานวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3) แบบสอบถามความต้องการและความคิดเห็นของครูผู้สอนในการพัฒนานวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4) ประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นในการพัฒนานวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5) แบบวัดสถานการณ์ความรุนแรงของนักเรียนก่อนและหลังได้รับนวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

6) แบบสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อนวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยสำหรับการศึกษาครั้งนี้ สามารถดำเนินการอย่างเป็นระบบตามประเภทของเครื่องมือทั้ง 6 รายการ ดังนี้

1) แบบสำรวจพฤติกรรมความรุนแรงก่อนใช้นวัตกรรม

สร้างจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา กำหนดตัวชี้วัดเป็นด้าน ๆ เช่น ความรุนแรงทางกาย วาจา และจิตใจ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จากนั้นตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ (IOC ≥ 0.50) และทดลองใช้เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วย Cronbach’s Alpha (≥ 0.70)

2) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานศึกษา

สร้างเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยกำหนดประเด็นคำถามจากกรอบแนวคิดการวิจัย ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ และปรับแก้ภาษาให้ชัดเจนเหมาะสม พร้อมทดสอบความสอดคล้องของคำถาม (Try-out) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความน่าเชื่อถือ

3) แบบสอบถามความต้องการและความคิดเห็นของครูผู้สอน

พัฒนาข้อคำถามจากแนวคิดการจัดการเรียนรู้ด้วยเมตาเวิร์สและสถานการณ์จำลอง ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตรวจสอบ IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ และทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียง จากนั้นวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach’s Alpha ≥ 0.70)

4) ประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

กำหนดแนวคำถาม (Discussion Guide) ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตรวจสอบความครอบคลุมโดยผู้เชี่ยวชาญ และปรับปรุงให้เหมาะสมกับบริบทการสนทนา โดยเน้นความชัดเจนและเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

5) แบบวัดสถานการณ์ความรุนแรงหลังใช้นวัตกรรม

พัฒนาเครื่องมือให้สอดคล้องกับแบบวัดก่อนทดลอง (Pre-test) เพื่อใช้เปรียบเทียบผลลัพธ์ โดยปรับให้เหมาะกับบริบทหลังได้รับนวัตกรรม ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC ≥ 0.50) และหาค่าความเชื่อมั่น (Cronbach’s Alpha ≥ 0.70)

6) แบบสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนต่อนวัตกรรม

สร้างจากแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจของผู้ใช้ ครอบคลุมด้านเนื้อหา การใช้งาน และประโยชน์ที่ได้รับ ตรวจสอบ IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ และทดลองใช้เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha ≥ 0.70)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้สามารถอธิบายเชิงปฏิบัติได้อย่างเป็นลำดับขั้น ดังนี้

เริ่มต้น ผู้วิจัยประสานงานกับสถานศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลและกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยและขอความยินยอมจากผู้เข้าร่วมการวิจัย

ขั้นที่ 1 เก็บข้อมูลก่อนการทดลอง (Pre-test) โดยแจกแบบสำรวจพฤติกรรมความรุนแรงให้กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการในชั้นเรียนหรือผ่านระบบออนไลน์ และรวบรวมแบบสอบถามกลับเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล

ขั้นที่ 2 เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นรายบุคคล ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและบันทึกเสียงควบคู่การจดบันทึกภาคสนาม พร้อมกันนี้แจกแบบสอบถามให้ครูผู้สอนตอบเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็น แล้วรวบรวมข้อมูลคืนภายในระยะเวลาที่กำหนด

ขั้นที่ 3 จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้เชี่ยวชาญ โดยกำหนดวัน เวลา และสถานที่ชัดเจน ดำเนินการสนทนาตามประเด็นที่กำหนด มีการบันทึกเสียงและสรุปประเด็นสำคัญเพื่อนำไปใช้พัฒนานวัตกรรม

ขั้นที่ 4 ดำเนินการทดลองใช้นวัตกรรม โดยให้นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สตามแผนที่กำหนด ผู้วิจัยควบคุมการดำเนินกิจกรรมและสังเกตพฤติกรรมระหว่างการทดลอง

ขั้นที่ 5 เก็บข้อมูลหลังการทดลอง (Post-test) โดยใช้แบบวัดสถานการณ์ความรุนแรงชุดเดียวกับก่อนทดลอง (หรือเทียบเท่า) แจกให้กลุ่มตัวอย่างตอบอีกครั้ง และรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปเปรียบเทียบผล

ขั้นที่ 6 เก็บข้อมูลความคิดเห็นของนักเรียนต่อนวัตกรรม โดยแจกแบบสอบถามหลังสิ้นสุดกิจกรรมเพื่อประเมินความพึงพอใจและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งหมด จัดระเบียบข้อมูล และเตรียมนำไปวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือในเชิงวิชาการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนานวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลผลแบบสำรวจพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ใช้ค่าสถิติประกอบด้วย ค่าความถี่ (f) และค่าร้อยละ (%) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสำรวจหาความรุนแรงที่เกิดขึ้นของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใช้ค่าสถิติประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสร้างนวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใช้ค่าสถิติประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลผลการทดลองใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ใช้ค่าสถิติประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่า t-test dependent นำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

สถิติที่ใช้ได้แก่ โปรแกรมสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าร้อยละ (%) ค่าความถี่ (f) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบค่าที (t-test dependent)

ผลการวิจัย (Results)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องการพัฒนานวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ จำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการสำรวจระดับความรุนแรงที่เกิดขึ้นในกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การสำรวจหาความรุนแรงที่เกิดขึ้นของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวม (n=80)

ลำดับ	ประเภทความรุนแรง	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1.	ศักดิ์ศรีสถาบัน	4.50	0.63	มากที่สุด	2
2.	กีดกันเสรีภาพ	4.26	0.69	มาก	5

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การสำรวจหาความรุนแรงที่เกิดขึ้นของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวม (n=80) (ต่อ)

ลำดับ	ประเภทความรุนแรง	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
3.	ทำร้ายตนเอง	4.62	0.48	มากที่สุด	1
4.	การทำลายและลักขโมย	4.38	0.67	มาก	4
5.	พฤติกรรมทางเพศ	4.48	0.55	มาก	3
รวมเฉลี่ย		**4.45**	**0.60**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 ผลการสำรวจระดับความรุนแรงที่เกิดขึ้นในกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า โดยภาพรวมมีระดับความรุนแรงอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.45, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการทำร้ายตนเองมีระดับความรุนแรงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.62, S.D. = 0.48) ด้านศักดิ์ศรีสถาบันมีระดับความรุนแรงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.50, S.D. = 0.63) ด้านพฤติกรรมทางเพศระดับความรุนแรงอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.48, S.D. = 0.55) ด้านการทำลายและลักขโมยระดับความรุนแรงอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.38, S.D. = 0.67) และด้านการกีดกันเสรีภาพมีระดับความรุนแรงอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = 0.69)

2. นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มจากผู้เชี่ยวชาญถูกนำมาพัฒนาสถานการณ์จำลอง 5 ด้าน ได้แก่ สถานการณ์ศักดิ์ศรีสถาบัน สถานการณ์การกีดกันเสรีภาพสถานการณ์การทำร้ายตนเอง สถานการณ์การทำลายและลักขโมย และสถานการณ์พฤติกรรมทางเพศ ซึ่งผลการประเมินอยู่ในระดับมาก เพื่อให้เครื่องมือและผลลัพธ์สอดคล้องกัน

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ตารางที่ 2 ผลการประเมินแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา (n=9)

รายการ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. นวัตกรรมมีความสอดคล้องกับปัญหาที่กำหนด	4.60	0.55	มากที่สุด	2
2. เนื้อหามีความสอดคล้องกับวัยของอาสาสมัครการวิจัย	4.60	0.89	มากที่สุด	3
3. ขอบข่ายด้านเนื้อหาของนวัตกรรมสอดคล้องกับทฤษฎี	3.60	0.89	มาก	10
4. กระบวนการใช้นวัตกรรมเหมาะสมต่อการพัฒนาอาสาสมัครการวิจัย	3.80	0.84	มาก	8
5. การเข้าถึงนวัตกรรมของอาสาสมัครได้ง่ายไม่ยุ่งยาก	4.80	0.45	มากที่สุด	1
6. เนื้อหาหรือเนื้อเรื่องของนวัตกรรมสามารถแก้ปัญหาได้จริง	3.60	0.55	มาก	9
7. ภาพมีความสวยงาม และเหมาะสม	4.00	0.00	มาก	6
8. สีไม่ฉูดฉาด และมีผลต่อสายตาของอาสาสมัครการวิจัย	4.40	0.55	มาก	4
9. การใช้ภาษาในนวัตกรรมเหมาะสม ไม่ก่อให้เกิดความรุนแรง	4.40	0.55	มาก	4
10. นวัตกรรมสามารถดึงดูดใจให้อาสาสมัครการวิจัยมีความสนใจ	4.00	0.00	มาก	6
รวมเฉลี่ย	**4.18**	**0.16**	**มาก**	

จากตารางที่ 2 นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วยสถานการณ์จำลองจำนวน 5 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์ศักดิ์ศรีสถาบัน สถานการณ์การกีดกันเสรีภาพสถานการณ์การทำร้ายตนเอง สถานการณ์การทำลายและลักขโมย และสถานการณ์พฤติกรรมทางเพศ ผลการประเมินคุณภาพนวัตกรรมโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.18, S.D. = 0.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าที่กำหนดไว้ คือ 3.50 แสดงให้เห็นว่านวัตกรรมดังกล่าวมีคุณภาพและความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

3. ผลการทดลองใช้นวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สดังกล่าว โดยเปรียบเทียบการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงก่อนและหลังการใช้สถานการณ์จำลอง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบ่งเป็น 2 ตอนย่อยดังนี้

3.1 ผลการทดลองใช้สถานการณ์จำลองก่อนและหลังการใช้งาน ผลการทดลองใช้แพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนอาชีวศึกษาจำนวน 80 คน

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงก่อนและหลังการใช้สถานการณ์จำลอง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=80)

การทดลอง	$\bar{X}$	SD.	t	*p*
ก่อน	3.23	0.41	11.26	.000**
หลัง	4.42	0.07		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ผลการทดลองใช้สถานการณ์จำลองก่อนและหลังการใช้งาน ผลการทดลองใช้แพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนอาชีวศึกษาจำนวน 80 คน พบว่า ก่อนการใช้แพลตฟอร์มเมตาเวิร์สฯ นักเรียนมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมความรุนแรงเท่ากับ 3.23 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.41 ขณะที่หลังการใช้แพลตฟอร์มเมตาเวิร์สฯ นักเรียนมีค่าเฉลี่ย

พฤติกรรมความรุนแรงเท่ากับ 4.42 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาก่อนและหลังการใช้สถานการณ์จำลอง พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติของนักเรียนอาชีวศึกษาหลังการใช้สถานการณ์จำลองบนแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สสูงกว่าก่อนการใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองมีประสิทธิผลในการส่งเสริมพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติของนักเรียนอาชีวศึกษา ทำให้นักเรียนมีคะแนนพฤติกรรมดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนอาชีวศึกษาต่อการใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์ม เมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลอง ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนอาชีวศึกษาที่ได้ทดลองใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อเสริมสร้างการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดลองใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อเสริมสร้างการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวม (n=80)

ความคิดเห็นในการใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์ม เมตาเวิร์สฯโดยใช้สถานการณ์จำลอง	$\overline{X}$	**S.D.**	**แปลผล**	**ลำดับ**
1. ด้านความน่าสนใจ	4.60	0.47	มากที่สุด	1
2. ด้านเนื้อหา	4.52	0.56	มากที่สุด	2
3. ด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษา และเทคนิคการนำเสนอ	4.45	0.54	มาก	4
4. ภาพรวมของนวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สฯ	4.53	0.51	มากที่สุด	3
รวมค่าเฉลี่ย	**4.52**	**0.52**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนอาชีวศึกษาต่อการใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลอง ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนอาชีวศึกษาที่ได้ทดลองใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อเสริมสร้างการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า โดยภาพรวม นักเรียนมีความคิดเห็นต่อการใช้นวัตกรรมดังกล่าวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.52, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าสนใจมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.60, S.D. = 0.47) รองลงมาได้แก่ ด้านภาพรวมของนวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สฯ ($\overline{X}$ = 4.53, S.D. = 0.51) ด้านเนื้อหา ($\overline{X}$ = 4.52, S.D. = 0.56) และด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษา และเทคนิคการนำเสนอ ($\overline{X}$ = 4.45, S.D. = 0.54) ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่านวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองได้รับการยอมรับจากนักเรียนอาชีวศึกษาในระดับสูง และมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้เป็นสื่อในการเสริมสร้างการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

การวิจัยเรื่องการพัฒนานวัตกรรมเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลอง เพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

1. ผลการสำรวจระดับความรุนแรงที่เกิดขึ้นในกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักเรียนมีพฤติกรรมความรุนแรงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะพฤติกรรมความรุนแรงด้านการทำร้ายตนเอง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับพฤติกรรมความรุนแรงด้านอื่น ๆ พฤติกรรมที่พบ ได้แก่ การทำร้ายตนเอง การคิดอยากจบชีวิตลง และการกระทำที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ Hawton et al. (2023, 12–18) ที่พบว่าพฤติกรรมการทำร้ายตนเองในวัยรุ่นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการถูกรังแกและความเครียดสะสมในชีวิตประจำวัน พฤติกรรมดังกล่าวมีสาเหตุสำคัญมาจากการถูกรังแกอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความเครียด ความวิตกกังวล และความหวาดกลัว จนนำไปสู่การประเมินว่าสถานการณ์เกินขีดความสามารถในการรับมือ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดการประเมินความเครียดและการเผชิญปัญหา ซึ่งยังคงได้รับการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในงานวิจัยร่วมสมัย เช่น Compas et al. (2017, 939–991) ที่อธิบายว่าการประเมินสถานการณ์เชิงลบมีผลต่อรูปแบบการเผชิญปัญหาและสุขภาพจิตของวัยรุ่น ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่า พฤติกรรมความรุนแรงมักถูกใช้เป็นเครื่องมือในการแสดง

อำนาจหรือเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์บางประการ โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ถูกรังแกยอมจำนน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Volk et al. (2014, 8–15) ที่ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง (bullying) มีลักษณะเป็นพฤติกรรมเชิงอำนาจและมักเกิดซ้ำจนกลายเป็นรูปแบบพฤติกรรมถาวร เมื่อพิจารณารายพฤติกรรม พบว่าการพูดรีดไถเงินจากผู้อื่นเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นบ่อยที่สุด เนื่องจากเป็นพฤติกรรมที่ให้ผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจอย่างชัดเจน และสามารถพัฒนาไปสู่ความรุนแรงรูปแบบอื่นได้ในอนาคต สอดคล้องกับ OECD (2024, 67–72) ที่รายงานว่าพฤติกรรมการกลั่นแกล้งเชิงทรัพย์สินเป็นหนึ่งในรูปแบบที่พบได้บ่อยในสถานศึกษา ในด้านการเผชิญปัญหา งานวิจัยของ Zimmer-Gembeck & Skinner, (2016, 485-545) พบว่าการใช้วิธีเผชิญปัญหาแบบมุ่งแก้ไขปัญหา (problem-focused coping) ช่วยลดความเสี่ยงด้านสุขภาพจิตได้ดีกว่าวิธีที่เน้นอารมณ์ ขณะที่สอดคล้องกับ Evans et al. (2014, 256–264) จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า ทั้งผู้รังแกและผู้ถูกรังแกมีรูปแบบการเผชิญปัญหาที่แตกต่างกัน และการเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตในระยะยาวอย่างมีนัยสำคัญ

2. ผลการพัฒนานวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า นวัตกรรมดังกล่าวได้รับการออกแบบโดยยึดหลักการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาที่สอดคล้องกับปัญหาจริงของผู้เรียน เนื้อหาและกิจกรรมมีความเหมาะสมกับช่วงวัย สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้และทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งมีการออกแบบสื่อมัลติมีเดียที่เข้าใจง่ายและดึงดูดความสนใจ ซึ่งเอื้อต่อการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์เสมือนจริงและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน สอดคล้องกับแนวคิดของ Radianti et al. (2020) ที่ชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีเสมือนจริงและเมตาเวิร์สสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบ immersive ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เชิงลึกของผู้เรียน กระบวนการพัฒนานวัตกรรมดังกล่าวมีลักษณะเป็นระบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การออกแบบ การพัฒนา การทดลองใช้ และการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบการเรียนรู้เชิงระบบในยุคดิจิทัล เช่น Bond et al. (2021) ที่เสนอว่าการออกแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ควรเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การพัฒนาแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองยังสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ (experiential learning) ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถฝึกทักษะการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหา ในสถานการณ์เสมือนจริงได้อย่างปลอดภัย โดยอีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mystakidis (2022, 486–497) ที่ระบุว่าเมตาเวิร์สสามารถสนับสนุนการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (learner-centered learning) และช่วยพัฒนาทักษะทางสังคม เช่น การสื่อสาร การทำงานร่วมกัน และการ

อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม งานวิจัยของ งานวิจัยของ Slater, M., & Sanchez-Vives, M. V. (2016) ชี้ให้เห็นว่า เทคโนโลยีความจริงเสมือนแบบดื่มด่ำ (Immersive Virtual Reality) สามารถส่งผลต่อการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้ใช้งานได้ เนื่องจากก่อให้เกิดความรู้สึกเสมือนอยู่ในสถานการณ์จริง (Presence) และความรู้สึกเป็นเจ้าของร่างกายเสมือน (Embodiment) ซึ่งช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและประสบการณ์การเรียนรู้เชิงลึกของผู้เรียน

3. การศึกษาผลการทดลองใช้นวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สดังกล่าว โดยเปรียบเทียบการอยู่ร่วมกันอย่างสันติก่อนและหลังการใช้สถานการณ์จำลอง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การทดลองใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและลดความรุนแรง ได้ดำเนินการกับนักเรียนอาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคนิคเพชรบุรีและวิทยาลัยเทคนิคประจวบคีรีขันธ์ โดยมีการเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักเรียนก่อนและหลังการใช้สถานการณ์จำลอง ผลการทดลองพบว่า หลังการใช้นวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์ส นักเรียนมีพฤติกรรมในด้านการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและการลดความรุนแรงดีขึ้นมากกว่าก่อนการใช้นวัตกรรมอย่างชัดเจน สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิผลของการใช้สภาพแวดล้อมเสมือนจริงที่เอื้อต่อการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม นอกจากนี้ ผลการประเมินความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อนวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์ส พบว่า ด้านความน่าสนใจของนวัตกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษา และเทคนิคการนำเสนออยู่ในระดับมาก และภาพรวมของนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก ผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่านวัตกรรมสามารถดึงดูดความสนใจของผู้เรียน ส่งเสริมแรงจูงใจในการเรียนรู้ และเอื้อต่อการทำความเข้าใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสถานการณ์ความรุนแรงได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้นักเรียนสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานการณ์จำลองไปประยุกต์ใช้ในการเผชิญเหตุการณ์ความรุนแรงในชีวิตจริงได้อย่างเหมาะสมในอนาคต ผลการทดลองใช้นวัตกรรมดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุสิต ขาวเหลือง และอภิชาติ อนุกูลเวช (2562, 16-29) ที่ศึกษาการพัฒนาสื่อการเรียนรู้สามมิติแบบมีปฏิสัมพันธ์เสมือนจริงโดยใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality) เพื่อพัฒนาทักษะการคิดของนักศึกษาอาชีวศึกษาที่มีระดับการคิดอย่างมีวิจารณญาณแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาสาขาวิชาช่างไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี จำนวน 90 คน ผลการวิจัยพบว่า คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักศึกษาอาชีวศึกษาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้

เห็นว่าสื่อการเรียนรู้เสมือนจริงสามารถส่งเสริมทั้งด้านการเรียนรู้และทัศนคติเชิงบวกของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชาต แสงศรี และอัจฉรา บุญญปาลนันท์ (2563, 224-233) ที่ศึกษาการสร้างและหาประสิทธิภาพสื่อการสอนคำศัพท์ภาษาอังกฤษเครื่องมือช่างเบื้องต้นสำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ โดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง ซึ่งพัฒนาสื่อตามขั้นตอนของ ADDIE Model จำนวน 5 ขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่าสื่อการสอนมีประสิทธิภาพเท่ากับ 83.33/87.06 อยู่ในระดับดีมาก แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีเสมือนจริงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน จากการเชื่อมโยงผลการทดลองใช้นวัตกรรมในงานวิจัยนี้กับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า การใช้แพลตฟอร์มเมตาเวิร์สร่วมกับสถานการณ์จำลองมีศักยภาพในการพัฒนาพฤติกรรมเชิงบวก เสริมสร้างการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ และลดแนวโน้มพฤติกรรมความรุนแรงของนักเรียนอาชีวศึกษาได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยด้านเทคโนโลยีเสมือนจริงและความจริงเสริมที่ยืนยันถึงประสิทธิผลของสื่อการเรียนรู้ในลักษณะดังกล่าว

สรุป (Conclusion)

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า นักเรียนอาชีวศึกษามีพฤติกรรมความรุนแรงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการทำร้ายตนเอง ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ผู้วิจัยจึงได้พัฒนานวัตกรรมแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลอง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านศักดิ์ศรีสถาบัน ด้านการกีดกันเสรีภาพ ด้านการทำร้ายตนเอง ด้านการทำลายและลักขโมย และด้านพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งนวัตกรรมดังกล่าวผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในระดับดี และเมื่อนำไปทดลองใช้ พบว่า นักเรียนมีพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อนวัตกรรมในระดับมากที่สุด

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

สถานศึกษาอาชีวศึกษาสามารถนำนวัตกรรมเมตาเวิร์สโดยใช้สถานการณ์จำลองไปประยุกต์ใช้เป็นสื่อเสริมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน การแนะแนว และการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาความรุนแรงภายในสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษาควรใช้แพลตฟอร์มเมตาเวิร์สเป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมทักษะการเผชิญปัญหา การควบคุมอารมณ์ และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติของนักเรียน ขณะเดียวกัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำแนวคิดและผลการพัฒนานวัตกรรมจากงานวิจัยนี้ไป

ขยายผลหรือใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อป้องกันความรุนแรงและเสริมสร้างสุขภาวะทางจิตใจของนักเรียนอาชีวศึกษาอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาผลของการใช้นวัตกรรมเมตาเวิร์สในระยะยาว เพื่อประเมินความคงทนของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติของนักเรียน พร้อมทั้งขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังสถานศึกษาอาชีวศึกษาในพื้นที่อื่นหรือเปรียบเทียบกับระดับการศึกษาอื่น เพื่อเพิ่มความครอบคลุมและความทั่วไปของผลการวิจัย นอกจากนี้ ควรพัฒนาสถานการณ์จำลองให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และรูปแบบความรุนแรงที่แตกต่างกัน รวมถึงศึกษาปัจจัยเสริมอื่น ๆ เช่น บทบาทของครู ครอบครัว และเครือข่ายทางสังคม ร่วมกับการใช้นวัตกรรมเมตาเวิร์ส เพื่อสร้างแนวทางการป้องกันความรุนแรงอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

กรวรรณ สืบสม, นพรัตน์ หมีพลัด และกนกวรรณ ทองเพ็ง (2565). การพัฒนานวัตกรรมและเกมการเรียนรู้โดยโปรแกรม Scratch รายวิชาเทคโนโลยี (วิทยาการคำนวณ) เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 14*(3), 152-162. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/nakboot/article/view/251875

ชุติมา ศักดิ์รินทร์กุล และ อาภาพร วัชรสินธุ์. (2557). *พฤติกรรมการกลั่นแกล้งในวัยรุ่นและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง. วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 20*(2), 45–47.

ดุสิต ขาวเหลือง และอภิชาติ อนุกูลเวช (2562). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้สามมิติแบบมีปฏิสัมพันธ์เสมือนจริงโดยใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม เพื่อพัฒนาทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักศึกษาอาชีวศึกษาที่มีระดับการคิดอย่างมีวิจารณญาณต่างกัน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 30*(3), 16–29. https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890 /3742

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9 ฉบับปรับปรุงใหม่)*. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยสาส์น

รัฐเดช เส็ง. (2566). *การพัฒนาห้องเรียนเสมือนจริงโดยใช้เมตาเวิร์สร่วมกับการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะเพื่อส่งเสริมสมรรถนะด้านเทคโนโลยีในการเรียนวิทยาการคำนวณของนักเรียนระดับประถมศึกษา, 20(2)*, 108-111.

สุมนทิพย์ จิตสว่าง. (2565). *การขับเคลื่อนสังคมไทยปลอดความรุนแรง. เอกสารประกอบการเสวนา “หยุดความรุนแรงในโรงเรียน: เยาวชนไทยห่างไกลความรุนแรง” (น. 5–7)*. โครงการวิจัยสังคมไทยไร้ความรุนแรง ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อภิชาติ แสงศรี และ อัจฉรา บุญญปาลนันท์. (2563). *การสร้างและประเมินประสิทธิผลของสื่อการสอนคำศัพท์ภาษาอังกฤษเกี่ยวกับเครื่องมือช่างระดับอาชีวศึกษาโดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม*. ใน การประชุมวิชาการวิจัยระดับชาติ มสธ. ครั้งที่ 10 (น. 224–233). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Albert Bandura. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.

Baldry, C., & Farrington, P. (2005). Protective factors as moderators of risk factors in adolescence bullying. *Social Psychology of Education, 8*(3), 263–284. https://doi.org/10.1007/s11218-005-5866-5

Bond, M., Bedenlier, S., Marín, V. I., & Händel, M. (2021). Emergency remote teaching in higher education: Mapping the first global online semester. *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 18*, Article 50. https://doi.org/10.1186/s41239-021-00282-x

Causey, D. L., & Dubow, E. F. (1992). Development of a self-report coping measure for elementary school children. *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology, 21*(1), 47–59. https://doi.org/ 10.1207/S15374424JCCP2101_8

Cohen, D., Landau, D. H., Friedman, D., Hasler, B. S., Levit-Binnun, N., & Golland, Y. (2021). *Exposure to social suffering in virtual reality boosts compassion and facial synchrony*. Computers in Human Behavior, 122, 106781. https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106781

Compas, B. E., Jaser, S. S., Bettis, A. H., Watson, K. H., Gruhn, M. A., Dunbar, J. P., Williams, E., & Thigpen, J. C. (2017). Coping, emotion regulation, and psychopathology in childhood and adolescence: A meta-analysis and narrative review. *Psychological Bulletin, 143*(9), 939–991. https://doi.org/10.1037/bul0000110

Davidson, L. M., & Demaray, M. K. (2007). Social support as a moderator between victimization and internalizing–externalizing distress from bullying. *School Psychology Review, 36*(3), 383-405. https://doi.org/10.1080/02796015.2007.12087930

De Freitas, S., & Veletsianos, G. (2010). *Emerging technologies in distance education: Virtual worlds in online and distance learning (pp. 285–300)*. Athabasca University Press.

Demaray, M. K., & Malecki, C.K. (2003). *Perceptions of the frequency and importance of social support by students classified as victims, bullies, and bully/victims in an*

urban middle school. School Psychology Review, 32(3), 471–489. https://doi.org/10.1080/02796015.2003.12086213

Dollard, J., et al. (1939). *Frustration and aggression*. Yale University Press.

Duan, H., Li, J., Fan, S., Lin, Z., Wu, X., & Cai, W. (2021). *Metaverse for social good: A university campus prototype*. In Proceedings of the 29th ACM International Conference on Multimedia (pp. 153–161). https://doi.org/10.1145/3474085.3479238

Evans, C. B. R., Smokowski, P. R., & Cotter, K. L. (2014). Cumulative bullying victimization: An investigation of the dose–response relationship between victimization and the associated mental health outcomes, social supports, and school experiences of rural adolescents. *Children and Youth Services Review, 44*, 256–264. https://doi.org/10.1016/J.CHILDYOUTH.2014.06.021

Fujikawa, S., Mundy, L. K., Canterford, L., Moreno-Betancur, M., & Patton, G. C. (2021). Bullying Across Late Childhood and Early Adolescence: A Prospective Cohort of Students Assessed Annually From Grades 3 to 8. *Academic Pediatrics, 21*(2), 344–351. https://doi.org/10.1016/j.acap.2020.10.011

Hawton, K., Saunders, K. E. A., & O'Connor, R. C. (2023). Self-harm and suicide in adolescents. *The Lancet Child & Adolescent Health, 7(*1), 12–18. https://doi.org/10.1016/ S0140-6736(12)60322-5.

Hussain, A., Hassan, R., & Ali, S. (2024). *Metaverse-based learning environments: Enhancing social interaction and decision-making skills*. *Education and Information Technologies, 29*, 1123–1140.

Hwang, G. J., & Chien, S. Y. (2022). Definition, roles, and potential research issues of the metaverse in education: An artificial intelligence perspective*, Computers and education: Artificial intelligence*, 3, 100082. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2022.100082

Jeon, J. H. (2021). A study on education utilizing metaverse for effective communication in a convergence subject. *The International Journal of Internet, Broadcasting and Communication, 13*(4), 129–134. https://doi.org/10.7236/IJIBC.2021.13.4.129

Kaddoura, M., & Al Husseiny, F. (2023). *The impact of virtual simulation and immersive environments on decision-making and social skills in nursing education*. Nurse Education Today, 122, 105742.

Kye, B., Han, N., Kim, E., Park, Y., & Jo, S. (2021). *Educational applications of metaverse: Possibilities and limitations*. Journal of Educational Evaluation for Health Professions, 18, 1–13. https://doi.org/10.3352/jeehp.2021.18.32

Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. Springer.

Makransky, G., & Petersen, G. B. (2021). The cognitive affective model of immersive learning (CAMIL): A theoretical research-based model of learning in immersive virtual reality. *Educational Psychology Review*, 33, 937–958. https://doi.org/10.1007/s10648-020-09586-2

Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia, 2*(1), 486–497. https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010031

OECD. (2024). PISA 2022 results (Volume III): *Creative minds, creative schools (67–72)*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/765ee8c2-en

Olweus, D. (1996a). *Bullying at school: What we know and what we can do*. Blackwell Publishing.

Radianti, J., Majchrzak, T. A., Fromm, J., & Wohlgenannt, I. (2020). A systematic review of immersive virtual reality applications for higher education. *Computers & Education, 147*, 103778. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103778

Roth, S., & Cohen, L. J. (1986). Approach, avoidance, and coping with stress. *American Psychologist, 41*(7), 813–819. https://doi.org/10.1037/0003-066X.41.7.813

Slater, M., & Sanchez-Vives, M. V. (2016). Enhancing our lives with immersive virtual reality. Frontiers in Robotics and AI, 3, Article 74. https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00074

Volk, A. A., Dane, A. V., & Marini, Z. A. (2014). What is bullying? A theoretical redefinition. *Developmental Review, 34*(4), 327–343. https://doi.org/10.1016/j.dr.2014.09.001

Wang, C., Berry, B., & Swearer, S. M. (2013). The critical role of school climate in effective bullying prevention. *Theory Into Practice, 52*(4), 296-302. https://doi.org/ 10.1080/00405841.2013.829735

Yuen, S. C.-Y., Yaoyuneyong, G., & Johnson, E. (2011). Augmented reality: An overview and five directions for AR in education. *Journal of Educational Technology Development and Exchange, 4*(1), 119–140. https://doi.org/10.18785/jetde.0401.10

Zimmer-Gembeck, M. J., & Skinner, E. A. (2016). The development of coping: Implications for psychopathology and resilience. *In D. Cicchetti (Ed.), Developmental Psychopathology (485-545). Wiley*. https://doi.org/10.1002/9781119125556.devpsy410

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

The Effects of Communicative Language Teaching Integrated with Vlogging on EFL Learners' English Speaking Skills

Kritsana Su-ya-ai*

Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University
202 Chang Phueak, Mueang Chiang Mai, Chiang Mai 50300, Thailand

Received: *January 23, 2026* ***Revised***: *March 30, 2026* ***Accepted***: *June 23, 2026*

Abstract

This study explored the effects of Communicative Language Teaching (CLT) integrated with vlogging activities on EFL learners' English speaking skills and their satisfaction with this instructional approach. The participants were 53 third- and fourth-year non-English major students at Chiang Mai Rajabhat University. Four CLT-based lesson plans integrated with vlogging activities were implemented over 16 instructional hours. Data were collected through a speaking ability pretest and posttest, along with a questionnaire examining students' satisfaction with the instructional approach, and were analyzed using descriptive statistics and a paired-samples t-test. The results revealed a statistically significant improvement in students' English speaking performance after the intervention, with the mean score increasing from 9.98 (SD = 3.32) on the pretest to 14.72 (SD = 3.05) on the posttest (out of a total score of 25). This improvement was further confirmed by a paired-samples t-test, which revealed a significant difference between the pretest and posttest scores, $t(52) = 19.40$, $p < .001$, Cohen's $d = 2.66$. Moreover, the questionnaire findings indicated high to highest levels of satisfaction with both the CLT-based learning and the use of vlogging. These findings suggest that integrating CLT with vlogging is an effective way to support the development of English speaking skills among EFL learners, particularly non-English major students with limited prior speaking experience. The study highlights the value of combining communicative language

* Corresponding Author
E-mail: kritsana_su@cmru.ac.th

pedagogy with technology-enhanced speaking tasks to promote meaningful language use, learner engagement, and sustained speaking development among EFL learners.

Keywords

Communicative Language Teaching (CLT), vlogging, English speaking skills, EFL learners

Introduction

Speaking is an essential skill for effective communication in English across everyday situations, educational settings, and professional contexts. Proficiency in spoken English can enhance learners' academic achievement and career opportunities. This is particularly important in today's globalized world where English functions as an international language for communication (Rao, 2019, 66). Therefore, enhancing English speaking proficiency is especially important for learners of English as a foreign language, particularly those preparing for employment where communication fluency is often an essential requirement.

Recent international proficiency assessments indicate that the level of English speaking ability among Thai learners remains significantly low (EF Education First, 2025). Thailand obtained a speaking score of 377, corresponding to the "very low proficiency" level on the EF SET scale and below the global average. Such findings highlight the need for instructional strategies that improve oral communication skills among Thai EFL learners.

Although national assessments reflect limited speaking proficiency, similar challenges can be observed among individual learners. Many learners continue to struggle to develop effective speaking skills, often due to limited self-confidence, inadequate exposure to communicative practice, and insufficient ability to use English in real-life communication. Empirical findings reported by Boonyiam (2019, 52) indicated that students' lack of confidence in speaking English was largely associated with weak foundational English knowledge, restricted vocabulary, and a lack of experience in real-world communication. Similarly, Chaichana et al. (2016, 326-327) reported that the greatest difficulty in speaking English among hotel employees in Nan province was handling English telephone conversations. Furthermore, Hotekim and Taylor (2020, 24) revealed that employees in social media companies primarily struggled with accent, stress, and pronunciation, along with additional problems related to grammatical accuracy, vocabulary use, and nonverbal communication.

The findings outlined above limit learners' progress in developing effective English speaking ability and are considered obstacles to their future communicative performance. As a result, many educators have increasingly explored instructional approaches to address these challenges, and Communicative Language Teaching (CLT) has been widely recognized as an effective approach for developing learners' speaking proficiency. This approach is based on the view that mastering grammatical rules alone is insufficient for successful language use, and that learners need to develop the ability to communicate meaningfully in the target language (Richards, 2006, 2-3). Accordingly, CLT aims to develop learners' ability to use language effectively and appropriately in authentic social interactions, with an emphasis on real-world language use. This contrasts with traditional language teaching methods, which often place greater emphasis on grammatical structures and vocabulary rather than communicative competence.

Previous research has demonstrated that CLT is effective in enhancing learners' English speaking ability. Studies by Al-Garni and Almuhammadi (2019, 81), Jannah and Bean (2024, 40), and Nisha (2024, 127) indicated that learners showed improvement in their speaking skills following instruction based on communicative principles. Overall, these results support the role of CLT in fostering learners' spoken English proficiency.

Building on the communicative principles of CLT, recent studies have increasingly examined the role of technology-supported speaking practices in language learning. Research suggests that technology-enhanced activities can provide learners with flexible opportunities for oral production while promoting confidence, fluency, and learner engagement (Usmani et al., 2025, 829). Similarly, studies on social media use in language learning have shown that these platforms can support speaking practice beyond the classroom, helping learners improve their speaking ability, build confidence, and reduce speaking anxiety (John & Yunus, 2021, 14).

Among various technological tools, vlogs (video blogs) have been increasingly adopted in language education as a means of encouraging spoken language production. Through vlog activities, learners can record and share ideas, opinions, and personal reflections. The use of vlogs enables learners to engage in speaking practice beyond classroom settings while also allowing instructors and peers to provide feedback on learners' oral performance (Watkins, 2012, 196-197). Prior studies have shown that the integration of vlogs in language instruction

can effectively enhance learners' English speaking proficiency (Mandasari & Aminatun, 2019, 253; Ersan et al., 2022, 5654; Saensin & Khlaisang, 2023, 79-80).

Although previous studies have demonstrated the effectiveness of CLT and vlogging in improving speaking skills, limited research has systematically examined how these approaches can be embedded into instructional processes, particularly within specific institutional contexts such as non-English major students at Chiang Mai Rajabhat University. In this context, learners generally have limited exposure to communicative English use, due to instructional conditions such as large class sizes and lecture-based instruction with less emphasis on oral communication. Accordingly, many learners demonstrate low speaking proficiency, lack confidence, and experience anxiety when using English for communication.

The participants in this study were enrolled in an English for Work course, which aims to prepare students for communication in workplace and professional contexts. However, learners often have insufficient opportunities to engage in meaningful spoken interaction and develop practical communication skills for real-world situations. Consequently, learners may remain underprepared to communicate effectively in authentic workplace and real-world contexts.

In response to these challenges, this study investigates the effects of integrating CLT with vlogging activities on learners' English speaking ability. By embedding vlogging within the presentation, practice, and production stages of CLT instruction, the study seeks to promote meaningful and contextually relevant speaking practice for EFL learners, particularly in relation to authentic communication in real-world contexts.

Objectives

1. To compare learners' English speaking ability before and after the implementation of a CLT approach integrated with vlogging activities

2. To investigate learners' satisfaction with a CLT approach integrated with vlogging activities

Review of Literature

Communicative Language Teaching

Communicative Language Teaching (CLT) has been defined and discussed by various scholars. For instance, Saengsin (2000, 77) defines CLT as an approach to language teaching grounded in various linguistic theories. These include Chomsky's theory, which emphasizes learners' understanding of the language system as a basis for effective language use, and Hymes' concept of communicative competence, which suggests that effective communication requires both knowledge of the language system and the ability to use language appropriately in social interaction. Saengsin (2000, 77) further notes that subsequent studies have elaborated communicative competence as comprising linguistic, sociocultural, discourse, and strategic competence. Drawing on these foundations, CLT emphasizes communication as both the means and the goal of language learning. Richards and Rodgers (2001, 172) describe CLT as an approach that emphasizes learning through communication, meaningful interaction, authentic language use, and the integration of language skills. Similarly, Littlewood (1981, 1-5) notes that CLT focuses not only on structural aspects of language but also on functional language use and learners' ability to use language appropriately in meaningful communicative situations. Richards (2006, 2-4) further explains that the goal of CLT is to develop learners' communicative competence through meaningful communication and interaction. Accordingly, CLT emphasizes learners' ability to use language effectively and appropriately in meaningful communicative situations.

According to Richards (2006, 8), although the Presentation, Practice, and Production (PPP) stages originally developed from the situational approach, they continue to be used in modified forms in contemporary communicative language teaching. Within this framework, new language is introduced in the presentation stage, practiced in controlled contexts, and subsequently used more independently in the production stage. Similar instructional sequence is also reflected in Saengsin's (2000, 82-83) discussion of communicative language teaching procedures. In the present study, this framework serves as a pedagogical basis for the incorporation of vlogging activities across instructional stages to support communicative language use.

English Speaking Skills in EFL Contexts

Speaking in a foreign language is a demanding skill that requires real-time language processing and production while coordinating multiple aspects, including pronunciation, vocabulary use, and grammatical knowledge, as well as managing interactional demands and producing speech with minimal hesitation (Alderson & Bachman, 2004, ix). Due to this complexity, speaking is often considered one of the most difficult skills for learners to develop.

Such difficulties are particularly evident in EFL contexts. Many learners continue to struggle with speaking due to insufficient foundational English knowledge, restricted vocabulary, and limited exposure to real-world communication, factors that may contribute to low speaking confidence (Boonyiam, 2019, 52). These issues are often reinforced by classroom practices that prioritize grammatical knowledge over communicative language use, leaving learners with limited opportunities to engage in spoken communication.

Given these challenges, developing speaking skills remains a crucial goal in language learning. Richards (2008, 2) notes that while speaking has long been emphasized, teaching approaches have shifted from earlier methods, including audiolingual and drill-based approaches that focus primarily on repetition and accuracy, toward communicative approaches that promote meaningful communication. Activities such as information-gap exercises and group interactions provide opportunities for learners to engage in authentic communication and develop their communicative competence. However, in many EFL contexts, such opportunities remain limited, highlighting the importance of instructional approaches that emphasize communication while promoting sustained and meaningful speaking practice.

Technology and Vlogging in Speaking Instruction

In recent years, technology has played an increasingly significant role in supporting language learning, especially in developing learners' speaking skills in EFL contexts. Technology-based platforms, such as social media and digital storytelling environments, enable learners to engage in flexible and repeated speaking practice beyond classroom time, fostering greater learner autonomy and sustained engagement. Previous studies have demonstrated that technology-mediated speaking environments can contribute to improvements in both speaking proficiency and learners' confidence in language use (Usmani et al., 2025, 829; John & Yunus, 2021, 14).

Within this context, vlogging (video blogging) has emerged as a technology-supported practice for speaking development. A vlog is essentially a video version of a blog and is commonly shared through digital and online platforms (Thompson & Weldon, 2022, 91-92). In language learning, Watkins (2012, 196-197) notes that vlogging provides learners with opportunities to practice speaking outside the classroom, which may help strengthen their vocabulary and grammatical knowledge while promoting fluency and confidence. By creating and reviewing their own vlogs, learners can engage in self-monitored speaking and become more aware of their pronunciation and grammatical accuracy. In addition, vlogs facilitate teacher and peer feedback, enabling learners to reflect on and improve their speaking performance.

Integration of CLT and Vlogging

Although vlogging has primarily been discussed as a tool for extending speaking practice beyond the classroom, its features also make it suitable for integration into communicative language instruction. Through video recording, vlogging provides opportunities for meaningful language production for communicative purposes, while self-reflection and teacher and peer feedback support learners' speaking development. Such aspects are consistent with the principles of CLT, which emphasize meaningful language use, learner interaction, and the ability to communicate appropriately in various contexts.

When integrated into the Presentation, Practice, and Production (PPP) sequence, vlogging can facilitate learning across various stages of instruction. Learners may first receive language input through vlog materials during the presentation stage, engage in guided communicative activities during the practice stage, and produce more independent spoken output through vlog creation during the production stage. In this way, vlogging provides opportunities for both classroom-based and out-of-class speaking practice, promoting sustained language use and participation in EFL contexts where opportunities for authentic spoken interaction are limited.

Assessment of English Speaking Skills in CLT and Vlogging Contexts

Assessment plays a crucial role in the evaluation of learners' speaking development, especially within communicative and technology-enhanced learning contexts. Harris (1988, 84-85) identifies pronunciation, grammar, vocabulary, fluency, and comprehension as fundamental components of speaking proficiency. Expanding on these criteria, Brown (2004,

172-173) also includes task performance as an important dimension of oral proficiency assessment, focusing on learners' ability to successfully complete communicative tasks in real-life situations, such as social interaction, routine activities, and professional communication. Related components have also been identified in the Thai EFL context, including fluency, pronunciation, vocabulary use, grammatical accuracy, and communication strategy (Phisutthangkoon, 2012, 33), further highlighting the importance of communication in speaking assessment.

In technology-enhanced speaking activities, particularly vlogging, assessment criteria commonly extend beyond traditional linguistic components to include aspects of performance and presentation. Previous studies have used criteria such as organization, fluency, pronunciation, vocabulary, and overall performance (Masofa & Rahmah, 2018, 172-173), while Manuel (2024, 2507-2508) highlights that effective vlog assessment should consider content relevance, creativity, presentation, language proficiency, fluency, and technical quality. These criteria capture both linguistic and communicative aspects of oral performance, demonstrating that vlogs can serve as comprehensive tools for evaluating speaking in technology-enhanced learning environments.

In this study, students' vlog speaking performances were assessed using the same rubric for both the pretest and posttest, focusing on fluency, pronunciation, vocabulary use, grammatical accuracy, and communicative effectiveness. The communicative effectiveness dimension measured students' ability to express ideas clearly, coherently, and appropriately while fully addressing the assigned task and topic. Although previous studies on vlog-based speaking activities sometimes include additional criteria such as creativity, organization, or technical quality, these elements were not incorporated in the present study. This decision was made to maintain consistency in measuring oral proficiency and to allow direct comparison between pretest and posttest results. By prioritizing core linguistic and communicative dimensions, the rubric aligns with communicative approaches to speaking assessment while providing a reliable basis for evaluating speaking development in both classroom and vlog-based contexts.

Related Studies

A number of studies have demonstrated that CLT supports learners' communicative language development, particularly in relation to speaking skills. Nisha (2024, 127) reported

that EFL students in Bangladesh showed a significant improvement in their speaking performance after participating in instruction based on CLT principles. This finding is in line with the study by Al-Garni and Almuhammadi (2019, 81), which found that students taught through CLT activities outperformed those receiving traditional instruction in speaking posttests. Similarly, Jannah and Bean (2024, 40) revealed that CLT-based instruction resulted in noticeable gains in learners' oral performance. In addition, Komol and Suwanphathama (2020, 45) reported that students perceived improvements in their listening and speaking abilities after engaging in CLT activities. Taken together, these findings highlight the pedagogical value of CLT as an effective approach for fostering communicative language development.

In addition to CLT, several studies have emphasized the role of vlogs as an effective technological tool for developing learners' speaking ability and affective factors. Mandasari and Aminatun (2019, 253) reported that vlog-based activities contributed to improvements in university students' speaking performance. Likewise, Ersan et al. (2022, 5654) found that the use of vlogs in speaking instruction increased learners' engagement in speaking activities and facilitated the development of their speaking skills. Jin (2024, 586) further revealed that vlog-based instruction improved EFL learners' speaking proficiency, particularly in vocabulary, fluency, comprehension, and task performance, while also reducing speaking anxiety and increasing learners' willingness to communicate. Wulandari (2019, 123) also reported that Instagram-based vlogs enhanced students' speaking performance in posttest results, while questionnaire findings indicated gains in fluency and vocabulary acquisition, as well as increased motivation and confidence in speaking. In the Thai context, Saensin and Khlaisang (2023, 79-80) found significant improvements in both English speaking skills and learner confidence among students who participated in mobile learning combined with reflective learning through vlogs. These results suggest that vlogging can provide a supportive and flexible environment that promotes both learners' speaking development and positive affective outcomes in EFL contexts.

Despite these findings, most previous studies have examined CLT and vlogging separately. However, limited research has explored how these approaches can be systematically integrated within instructional processes. In particular, limited attention has been given to how vlogging can be integrated into different stages of CLT instruction, including the presentation, practice, and production stages. This gap is especially relevant in the Thai

EFL context, where learners often have limited opportunities for communicative practice and may demonstrate low confidence in speaking English. Therefore, this study seeks to explore the implementation of vlogging activities within a CLT framework to support learners' speaking development and provide greater opportunities for meaningful speaking practice.

Conceptual Framework of the Study

This study integrates CLT with vlogging to improve EFL learners' English speaking skills. CLT serves as the main pedagogical approach, while classroom instruction follows the Presentation, Practice, and Production (PPP) sequence, which emphasizes learner participation, meaningful communication, and the use of language in authentic communicative contexts. Vlogging is incorporated as extended speaking practice inside and outside the classroom, providing input, guided activities, and opportunities for independent language use and reflection. During the presentation and practice stages, learners develop their understanding and accuracy of the target language through guided and controlled activities. In the production stage, learners independently plan, record, and share vlogs, applying their knowledge in authentic communicative contexts. The vlog creation process also facilitates self-reflection and peer feedback, which supports continuous improvement in speaking performance. The conceptual framework is shown below:

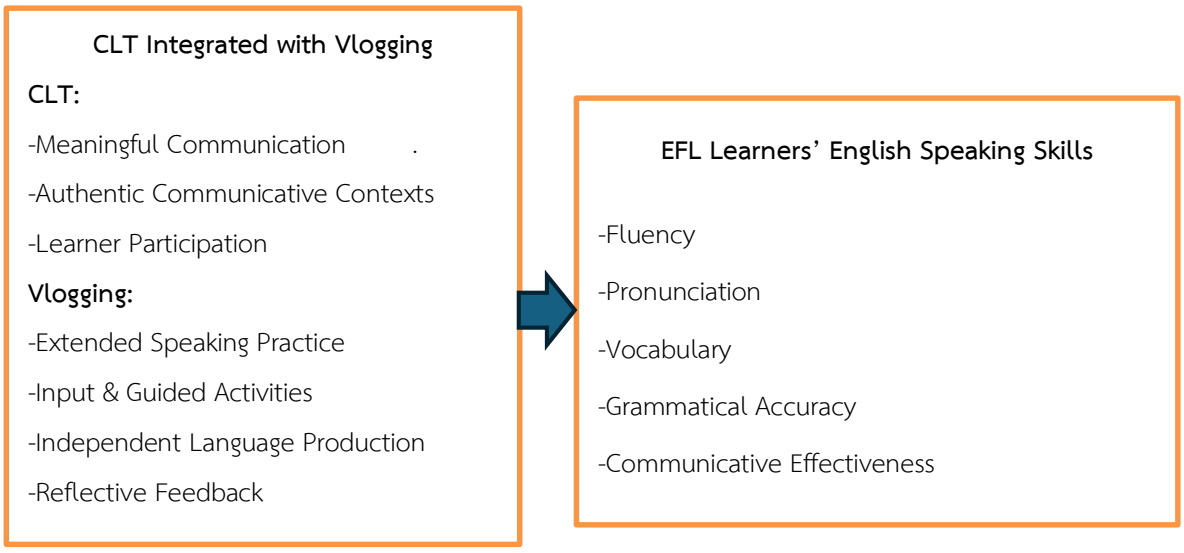


Figure 1: The research's conceptual framework

Note: CLT in this study follows three stages: Presentation, Practice, Production, as used in the lesson plans.

Research Methodology

Participants

The participants in this study were 53 third- and fourth-year non-English major students from Chiang Mai Rajabhat University enrolled in the English for Work course during the first semester of the 2025 academic year. The participants were selected from one of six sections, representing a total population of 274 students, using convenience sampling as they were readily accessible to the researcher. The sample included 29 males and 24 females from a variety of academic backgrounds.

Instruments

The research instruments comprised 1) lesson plans based on CLT principles integrated with vlogging activities, 2) a speaking ability test with an analytic scoring rubric, and 3) a satisfaction questionnaire.

1. Lesson Plans Based on CLT Principles Integrated with Vlogging Activities

Four lesson plans were designed based on CLT principles and integrated with vlogging activities. The lesson plans were developed in accordance with CLT and vlogging concepts, with consideration of the objectives and content of the ENG 1603 English for Work course. The selected instructional topics were carefully chosen to ensure their relevance to the course content and appropriateness for learners' proficiency level.

Table 1 Scope of Speaking Skill Instruction

Period	Topic	Objective	Language Functions
1-4	Resume	-Present personal resume information	-Describing personal information
5-8	Job Interview	-Perform job interview conversations	-Describing oneself in a job interview
9-12	In the Office	-Present job duties in a company	-Describing job duties
13-16	Taking and Leaving Messages	-Conduct telephone conversations	-Taking and leaving messages

Note: All instructional topics were implemented through vlog-based speaking tasks within the CLT framework.

The lesson plans consisted of four instructional units, each lasting four hours, and followed three instructional stages: presentation, practice, and production. These stages were based on the Presentation, Practice, and Production (PPP) instructional sequence (Richards, 2006, 8), and were implemented within a CLT framework in this study.

Presentation stage

Learners were introduced to the target language through vlog materials, which provided contextualized input to support their understanding of meaning, communicative use, and relevant grammatical structures.

Practice stage

Learners engaged in controlled activities, such as information-gap and role-play activities to develop accuracy, familiarity, and appropriate language use in communicative contexts. Teacher feedback was provided during whole-class, group, or individual activities.

Production stage

Learners applied their knowledge in meaningful, real-world contexts by planning and drafting vlog content with instructor guidance before independently producing vlogs outside the classroom. After uploading their vlogs to YouTube, learners viewed their peers' work and provided feedback before the following class session. Selected vlogs were later discussed in class to provide models for subsequent vlog tasks and support learner reflection based on the assessment criteria.

The lesson plans were evaluated for content validity by three experts in English language instruction and educational research using the Index of Objective Congruence (IOC). The resulting IOC value was 0.86, and the lesson plans were subsequently revised based on the experts' feedback. Following this, a pilot study was conducted with 59 third- and fourth-year non-English major students enrolled in the English for Work course during the second semester of the 2024 academic year. Further revisions were made prior to the main study.

2. A Speaking Ability Test with an Analytic Scoring Rubric

A speaking ability test (pretest and posttest) was developed to assess learners' speaking proficiency. The test consisted of two speaking tasks aligned with the study objectives

and was assessed by the same three experts for content validity using IOC. The overall IOC score was 0.87.

An analytic scoring rubric was also developed to assess five aspects of speaking ability: fluency, pronunciation, vocabulary, grammatical accuracy, and communicative effectiveness. The rubric emphasized communicative effectiveness in line with CLT principles by focusing on clarity of meaning, task completion, and successful communication while also addressing key linguistic components of speaking ability. Minor grammatical errors were considered acceptable when they did not interfere with clear and effective communication. The rubric was independently evaluated by the same three experts, resulting in an IOC value of 0.95. Both the speaking ability test and the analytic scoring rubric were revised according to the experts' feedback.

Subsequently, a pilot study was carried out with 59 third- and fourth-year non-English major students enrolled in the English for Work course during the second semester of the 2024 academic year to examine the feasibility and overall quality of the research instruments. To ensure scoring reliability, an inter-rater reliability analysis was conducted with a representative sample, demonstrating a high correlation coefficient of 0.95. Based on the findings of the pilot study, the research instruments were revised and refined before implementation.

3. A Satisfaction Questionnaire

A questionnaire was developed to investigate students' satisfaction with CLT and vlogging activities. It was divided into two parts. Part 1 consisted of 13 Likert-scale items designed to measure students' agreement with statements regarding various aspects of instructional activities, including the appropriateness of instructional content, content sequencing, instructional media, learner participation, speaking confidence, learning motivation, applicability of knowledge to real-life situations, and perceived improvement in English speaking ability. These items provided a comprehensive overview of students' experiences with the instructional activities. Responses in this section were recorded on a five-point agreement scale ranging from *strongly disagree* to *strongly agree*. Part 2 consisted of an open-ended question designed to obtain additional feedback from students after participating in CLT activities integrated with vlogging.

The questionnaire was evaluated by three experts (IOC = 1.00) and piloted with 59 third- and fourth-year non-English major students enrolled in the English for Work course during the second semester of the 2024 academic year. During this phase, the participants reviewed the questionnaire and provided feedback regarding its clarity and relevance. Based on the feedback, further revisions were made to improve overall quality of the questionnaire.

The questionnaire's reliability was further examined using Cronbach's alpha based on data obtained from the main study. The results showed a high level of internal consistency, with an overall reliability coefficient of 0.96.

Data Collection

The data collection for this study was conducted during the first semester of the 2025 academic year and lasted for 16 instructional hours. At the initial stage of the study, an orientation session was carried out to inform students about the research objectives and data collection procedures. Subsequently, participants took a speaking pretest to determine their initial speaking proficiency. The instructional intervention, developed based on CLT principles and integrated with vlogging activities, was then implemented. Upon completion of the semester, the students completed a speaking posttest and a questionnaire.

Data analysis

The data collected in this research were analyzed using a combination of qualitative and quantitative approaches. Students' pretest and posttest scores were analyzed using descriptive statistics (mean and standard deviation) and a paired-samples t-test to examine differences in English speaking ability before and after the instructional intervention. The effect size was calculated using Cohen's d to determine the magnitude of the treatment effect, with reference to Cohen's (1988, 40) criteria (0.20 = small, 0.50 = medium, and 0.80 = large). Moreover, responses from the questionnaire were analyzed using descriptive statistics (mean and standard deviation) to assess students' satisfaction with the instructional activities. The levels of satisfaction were interpreted according to the scale suggested by Ruangsuwan (1991, 138), with the following ranges: 4.50 – 5.00 = highest, 3.50 – 4.49 = high, 2.50 – 3.49 = moderate, 1.50 – 2.49 = low, and 1.00 – 1.49 = lowest. Qualitative data from the open-ended question were analyzed using content analysis to identify emerging themes, and the frequency of each theme was counted to highlight common patterns in students' feedback.

Research Results

Findings from the Speaking Ability Test

This section reports the results of the speaking ability pretest and posttest completed by 53 third- and fourth-year non-English major students at Chiang Mai Rajabhat University. The speaking ability test included two speaking tasks designed to measure students' English speaking ability based on the learning objectives of the research before and after participating in the intervention integrating CLT and vlogging activities. The findings are demonstrated in Table 2.

Table 2 Mean, Standard Deviation, and Paired-Samples t-test Results of Learners' English Speaking Ability Test (N=53)

Test	Mean Score (25 Points)	SD	t	df	Sig.(p)	Cohen's d
Pretest	9.98	3.32				
Posttest	14.72	3.05	19.40	52	< .001	2.66

As shown in the table, the mean score of the pretest was 9.98 (SD = 3.32), reflecting students' English speaking performance prior to the intervention. After engaging in activities based on CLT and vlogging, the mean posttest score increased to 14.72 (SD = 3.05) out of a total score of 25. The results of the paired-samples t-test revealed a statistically significant difference between the pretest and posttest scores, $t(52) = 19.40$, $p < .001$, with a large effect size (Cohen's $d = 2.66$). These findings suggest that the intervention had a positive impact on students' English speaking ability.

Findings from the Questionnaire

This section demonstrates the findings regarding participants' satisfaction with the learning activities conducted using CLT and vlogging. The questionnaire employed a five-point agreement scale ranging from *strongly disagree* (1) to *strongly agree* (5), and included one open-ended question. The results are outlined in Table 3.

Table 3 Mean, Standard Deviation, and Students' Satisfaction with CLT-based Learning Activities (N=53)

Item	Description	Mean	SD	Level
1	The CLT-based learning activities had appropriate content.	4.60	0.56	Highest
2	The CLT-based learning activities were well sequenced.	4.55	0.60	Highest
3	The CLT-based learning activities used appropriate teaching materials.	4.51	0.66	Highest
4	The CLT-based learning activities encouraged active participation from all students.	4.58	0.60	Highest
5	The CLT-based learning activities increased students' confidence in speaking English.	4.42	0.79	High
6	The CLT-based learning activities enhanced motivation and interest in learning English.	4.40	0.71	High
7	The CLT-based learning activities enabled students to apply knowledge to real-life situations.	4.53	0.63	Highest
8	The CLT-based learning activities helped improve students' English speaking ability.	4.42	0.71	High

Table 3 shows that the mean scores ranged from 4.40 to 4.60, reflecting that students expressed high to highest levels of satisfaction with the CLT-based learning activities. The highest mean score was recorded for the item concerning the appropriateness of the learning content (Mean = 4.60, SD = 0.56). This was followed by the students' perceived engagement through active classroom participation (Mean = 4.58, SD = 0.60), the effective sequencing of learning activities (Mean = 4.55, SD = 0.60), and the applicability of the learning content to real-life situations (Mean = 4.53, SD = 0.63). Students also reported a highest level of satisfaction regarding the use of appropriate teaching materials (Mean = 4.51, SD =0.66).

Although slightly lower mean scores were observed, the aspects related to increased confidence in speaking English (Mean = 4.42, SD = 0.79), improvement in English speaking ability (Mean = 4.42, SD = 0.71), and enhanced motivation and interest in learning English (Mean =4.40, SD = 0.71) were still rated at a high level of satisfaction. Taken together, the results reveal that the CLT-based learning activities were positively perceived by the students.

Table 4 Mean, Standard Deviation, and Students' Satisfaction with Vlogging (N=53)

Item	Description	Mean	SD	Level
1	Vlogging provided more opportunities to practice speaking English outside the classroom.	4.60	0.71	Highest
2	Students could learn speaking English from their own and others' vlogs.	4.51	0.77	Highest
3	Vlogging increased students' confidence in speaking English.	4.34	0.85	High
4	Vlogging enhanced students' motivation to learn English.	4.30	0.90	High
5	Vlogging effectively improved students' English speaking skills.	4.58	0.76	Highest

According to Table 4, students reported high to highest satisfaction with the use of vlogging, with mean scores between 4.30 and 4.60. The highest level of satisfaction was related to opportunities for practicing English speaking outside the classroom (Mean = 4.60, SD = 0.71), followed by students' perceptions of the effectiveness of vlogging in improving English speaking skills (Mean = 4.58, SD = 0.76), and learning from both their own and others' vlogs (Mean = 4.51, SD = 0.77). Although slightly lower mean scores were obtained, the aspects concerning increased confidence in speaking English (Mean = 4.34, SD =0.85) and enhanced motivation to learn English (Mean = 4.30, SD = 0.90) were still evaluated at a high level of satisfaction. In general, the results suggest that vlogging was favorably perceived by the students as an effective learning tool that expanded opportunities for speaking practice, promoted learners' confidence and motivation, and enhanced their perceived speaking development.

Table 5 Overall Mean, Standard Deviation, and Students' Satisfaction with CLT-based Learning and Vlogging (N=53)

Item	Description	Mean	SD	Level
1	The CLT-based learning	4.50	0.66	Highest
2	The use of vlogging	4.47	0.80	High
Total		**4.49**	**0.73**	**High**

Table 5 indicates that students' overall satisfaction with both the CLT-based learning and the use of vlogging was at a high level (Mean = 4.49, SD = 0.73). The CLT-based learning approach obtained the highest mean score (Mean = 4.50, SD = 0.66), reflecting the highest level of satisfaction, while the use of vlogging was rated at a high level (Mean = 4.47, SD = 0.80). Overall, both instructional components were positively perceived by the students.

Apart from the responses recorded on a five-point agreement scale, with options from *strongly disagree* to *strongly agree*, an open-ended question was also included to allow students to provide additional feedback after participating in the CLT and vlogging activities. The responses are summarized as follows:

Table 6 Students' Perceptions of the Integration of CLT and Vlogging Activities

Item	Topic	N
1	Improvement in English speaking skills	12
2	Repeated practice through vlogging	8
3	Real-life application and future career use	8
4	Increased confidence in speaking English	7
5	Vocabulary and pronunciation development	4
6	Collaborative learning and peer support	4
7	Enjoyable and low-anxiety learning environment	4
8	Digital literacy and creativity	3

Note. Frequencies exceed the total number of participants because one response may reflect more than one theme.

Table 6 presents the themes derived from students' responses to the open-ended question regarding the benefits of the integration of CLT with vlogging activities. The most frequently reported theme was improvement in English speaking skills (N = 12). Repeated practice through vlogging (N = 8) and real-life application and future career use (N = 8) were also commonly mentioned. Increased confidence in speaking English was another notable topic (N = 7). Other topics included vocabulary and pronunciation development (N = 4), collaborative learning and peer support (N = 4), an enjoyable and low-anxiety learning environment (N = 4), and digital literacy and creativity (N = 3).

Overall, the qualitative data corroborate the quantitative findings, indicating that students perceived the integration of CLT and vlogging as beneficial for both linguistic development and affective factors.

Discussion

The findings of this study highlight the role of Communicative Language Teaching (CLT) as a key pedagogical approach in enhancing learners' speaking ability. The statistically significant improvement observed in students' English speaking performance is consistent with previous research demonstrating the effectiveness of CLT in improving speaking skills (Al-Garni & Almuhammadi, 2019, 81; Jannah & Bean, 2024, 40; Nisha, 2024, 127). From a pedagogical perspective, this improvement may be explained by the integration of CLT principles with vlog-based speaking activities, which together emphasized meaningful communication, learner interaction, and the use of language in authentic contexts (Richards, 2006, 2-4; Richards & Rodgers, 2001, 172). Through engagement in communicative and vlog-based tasks, students were encouraged to use language purposefully, contributing to improved speaking performance.

The results further illustrate how learners engaged with language in meaningful real-world situations. In particular, tasks involving job interviews and workplace communication allowed learners to apply English in professionally relevant contexts. This reflects the communicative orientation of CLT, which emphasizes learning through interaction and the meaningful use of language in authentic situations. Exposure to such tasks supported learners in using language more purposefully in workplace-related communication rather than focusing primarily on linguistic form alone.

Although the posttest mean score does not indicate a high level of overall speaking proficiency, this outcome should be interpreted within the context of the participants' background as non-English major students, who typically have limited exposure to English, few opportunities to use spoken English, and commonly experience speaking anxiety (Santiwatthanasiri, 2018, 1-2). Accordingly, the observed improvement can be considered meaningful developmental progress rather than evidence of immediate fluency or native-like performance.

While CLT served as the primary pedagogical foundation, vlogging played a complementary role in expanding speaking practice opportunities. Previous research has indicated that lecturers in EFL contexts often perceive large class sizes and limited instructional time as barriers to learners' participation in English-speaking activities (Xuan Mai et al., 2024, 15). These conditions highlight the importance of instructional approaches that

broaden opportunities for meaningful speaking practice beyond the classroom. In this study, vlogging not only increased opportunities for practice, but also helped address these structural classroom constraints. By extending out-of-class speaking tasks, learners were able to engage in more frequent, sustained, and individualized language production. This demonstrates the value of vlogging as a means of extending communicative engagement beyond the limitations of regular classroom instruction.

In addition to expanding opportunities for practice, vlogging in this study was systematically integrated within the instructional process. Specifically, vlogging activities were embedded across the presentation, practice, and production stages of instruction rather than being implemented as a standalone speaking task. As a result, vlogs fulfilled multiple pedagogical functions, including providing input, supporting guided practice, and facilitating independent production. This structured instructional design supported a more coherent learning process and provided systematic scaffolding for learners' speaking development. By adopting this approach, the study illustrates how vlogging can serve multiple instructional functions within a CLT-based learning environment.

Another important aspect reflected in the findings is the development of learners' reflective practice. Through the processes of planning, rehearsing, recording, and reviewing their vlogs, learners were actively involved in monitoring and refining their own performance. This engagement enabled them to identify their strengths and areas for improvement, reflect on their progress, and make adjustments over time. Such findings align with prior studies indicating that self-recorded videos encourage learners' reflection and awareness of their own performance (Ferdiansyah, 2016, 129), support self-monitoring (Watkins, 2012, 197), and promote self-assessment (Menggo et al., 2022, 292). These results suggest that the integration of vlogging within a CLT framework may support not only speaking practice, but also learners' reflective engagement with their own language development.

The findings also point to positive affective development, particularly in terms of increased confidence and lower perceived speaking anxiety. Evidence from both the questionnaire and open-ended responses suggests that learners felt more confident in using English and experienced a less stressful learning environment. These outcomes were associated with the structured and repeated speaking practice provided through the integration of CLT and vlogging. Such practice allowed learners to become progressively more

familiar and comfortable with spoken English. These results are consistent with earlier studies indicating that regular speaking practice promotes confidence and reduces anxiety (Mustakim et al., 2025, 55). In addition, previous research on vlog-based activities has suggested that such activities contribute to a less threatening learning environment (Jin, 2024, 586) and help strengthen learners' confidence in speaking (Saensin & Khlaisang, 2023, 79-80; Wulandari, 2019, 123). Overall, these factors contributed to learners' willingness to communicate in English.

Beyond affective factors, learners' perceptions offer additional insights into their learning experiences and engagement with the instructional approach. The high levels of satisfaction reported indicate that the instructional approach was viewed as engaging and supportive of their speaking development. Qualitative data from open-ended responses further revealed that learners particularly valued opportunities for repeated practice, real-life application, and peer interaction. Such experiences contributed to learners' positive perceptions of the instructional approach and their continued involvement in speaking activities. These findings are in line with existing literature suggesting that CLT promotes learner engagement through active participation and real-life communication (Putri, 2025, 8), while vlog-based activities can further support learners' involvement in speaking activities (Ersan et al., 2022, 5654). However, it is important to note that these perceptions reflect learners' experiences with the instructional approach rather than providing direct evidence of learning outcomes.

Conclusion

This study investigated the effects of integrating Communicative Language Teaching (CLT) with vlogging activities on the English speaking proficiency of EFL learners. The results indicated a significant improvement in learners' speaking performance following the instructional intervention, suggesting the effectiveness of the integrated approach in supporting speaking development. The findings also showed increased confidence, greater learner engagement, and more positive perceptions of speaking activities. Overall, the integration of CLT and vlogging offers a pedagogically appropriate approach for enhancing English speaking development in EFL contexts with limited opportunities for spoken interaction, particularly by promoting authentic and contextually meaningful communication.

Limitations and Recommendations

The instructional intervention in this study was conducted over a total of 16 instructional hours with non-English major students at a single university, which may limit the generalizability of the findings and the observation of long-term development. Moreover, the study focused on overall speaking performance without examining specific subskills such as fluency, pronunciation, vocabulary use, grammatical accuracy, and communicative effectiveness in detail. Future research is therefore recommended to investigate these dimensions more systematically, as well as to examine the long-term effects of integrating CLT with vlogging across different proficiency levels and educational settings.

In terms of pedagogical implications, language instructors are encouraged to integrate vlogging activities within CLT-based instruction to provide learners with additional opportunities for meaningful and repeated speaking practice. Such integration may help create a more supportive speaking environment that enhances learner confidence and engagement. At the curriculum level, structured opportunities for oral communication may be further strengthened by embedding technology-supported speaking tasks, guided reflection activities, and feedback opportunities within English language courses. In particular, the English for Work course may be expanded to include more authentic and workplace-related speaking tasks to enhance learners' opportunities for real-world communication.

References

Al-Garni, S. A., & Almuhammadi, A. H. (2019). The effect of using communicative language teaching activities on EFL students' speaking skills at the University of Jeddah. *English Language Teaching*, *12*(6), 72-86. https://doi.org/10.5539/elt.v12n6p72

Alderson, J. C., & Bachman, L. F. (2004). Series editors' preface. In S. Luoma, *Assessing speaking*
(pp. ix–xi). Cambridge University Press.

Boonyiam, T. (2019). Problems in public speaking in English of Business English 3rd year students, Faculty of Humanities and Social Sciences, Sisaket Rajabhat University [In Thai]. *Journal of Human and Society, Sisaket Rajabhat University*, *3*(2), 47-58. https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jhuso/article/view/581

Brown, H. D. (2004). *Language assessment: Principle and classroom practices.* Pearson Education.

Chaichana, M., Chiewchan, S., & Thongnern, S. (2016). English communication problems of receptionists at hotels in Nan in foreign tourists' perspective [In Thai]. *Proceedings of the 9th Rajamangala University of Technology Research Conference,* 321-328. http://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/681/rmutrconth_35.pdf

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

EF Education First. (2025). *EF English proficiency index 2025.* https://www.ef.com/wwen/epi/regions/asia/thailand

Ersan, M., Kurnia, F., & Fadilah, E. (2022). Improving students' speaking ability using Vlog media at SMK Negeri 1 Arjasa. *BIRCI-Journal*, *5*(1), 5646-5656. https://www.bircu-journal.com/index.php /birci/article/view/4271

Ferdiansyah, S. (2016). Using self-recorded video as a reflective practice tool to foster students' learning autonomy. *Proceedings of the Language and Literature Conference, English Department, Petra Christian University,* 119-130. https://www.academia.edu/24968579/Using_Self_Recorded_Video_as_a_Reflective_Practice_Tool_to_Foster_Students_Learning_Autonomy

Harris, D. P. (1988). *Testing English as a second language*. Longman.

Hotekim, S., & Taylor, P. (2020). English oral communication problems during corporate meetings: A case study of ELF users in a social media company. *HUSO Journal of Humanities and Social Sciences*, *4*(2), 12-26. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournalpnru/issue/view/16925

Jannah, D. M., & Bean, H. (2024). The use of Communicative Language Teaching (CLT) approach to develop L2 speaking proficiency at vocational students in South Aceh Polytechnic. *JATAED: Journal of Appropriate Technology for Agriculture, Environment, and Development, 1*(2), 34-40. https://doi.org/10.62671/jataed.v1i2.43

Jin, S. (2024). Speaking proficiency and affective effects in EFL: Vlogging as a social media-integrated activity. *British Journal of Educational Technology*, *55*(2), 586-604. https://doi.org/10.1111/bjet.13381

John, E., & Yunus, M. M. (2021). A systematic review of social media integration to teach speaking. *Sustainability*, *13*(16), 9047. https://doi.org/10.3390/su13169047

Komol, T., & Suwanphathama, S. (2020). Students' perceptions and attitudes toward the use of Communicative Language Teaching to improve English listening and speaking skills. *English Language and Literature Studies*, *10*(4), 40-51. https://doi.org/10.5539/ells.v10n4p40

Littlewood, W. A. (1981). *Communicative language teaching: An introduction*. Cambridge University Press.

Mandasari, B., & Aminatun, D. (2019). Vlog: A tool to improve students' English speaking ability at university level. *Proceedings of the 3rd Indonesian International Conference on Linguistics, Language Teaching, Literature and Culture (IICLLTLC)*, 245-254. https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/4336

Manuel, M. J. M. (2024). Practices and perspectives in using vlogs as speaking performance assessment: A proposed assessment tool. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, *5*(7), 2499-2514. https://doi.org/10.11594/ijmaber.05.07.12

Masofa, I., & Rahmah, N. A. L. (2018). Implementing vlog for innovation ELT practices. *Proceedings of the 65th TEFLIN International Conference*, 172-179. https://ojs.unm.ac.id/teflin65/article/view/6268

Menggo, S., Basir, A. A., & Halum, Y. S. (2022). Video-based tasks in strengthening speaking skills of EFL college students. *Indonesian Journal of EFL and Linguistics*, *7*(2), 279-297.https://www.researchgate.net/publication/365730815_VideoBased_Tasks_in_Strengthening_Speaking_Skills_of_EFL_College_Students

Mustakim, M., Lin, M., & Riski, P. (2025). Sustained speaking practice through weekly routines: A pedagogical framework for improving oral communication skills. *Maspul Journal of English Studies*, *7*(1), 43-57. https://www.researchgate.net/publication/391195160

Nisha, P. R. (2024). Communicative Language Teaching (CLT) in improving speaking skills of tertiary-level EFL students of Bangladesh. *Journal of English Language Teaching*, *5*(2), 120-130. https://doi.org/10.24256/foster-jelt.v5i2.174

Phisutthangkoon, K. (2012). *The use of communicative activities to develop English speaking*

ability of the first year diploma vocational students [Unpublished Master's thesis]. Srinakharinwirot University.

Putri, D. (2025). How communicative language enhances student engagement in ESL classrooms. *Education and Library Journal*, *1*(2), 1–10. https://online-journal.unja.ac.id/edlib/article/view/41144

Rao, P. S. (2019). The role of English as a global language. *Research Journal of English*, *4*(1), 65-79. https://www.researchgate.net/publication/334282978

Richards, J. C. (2006). *Communicative language teaching today*. Cambridge University Press.

Richards, J. C. (2008). *Teaching listening and speaking: From theory to practice*. Cambridge University Press.

Richards, J. C., & Rodgers, T. S. (2001). *Approaches and methods in language teaching* (2nd ed.). Cambridge University Press.

Ruangsuwan, C. (1991). *Educational technology: Theory and research* [In Thai]. Odeon Store.

Saengsin, N. (2000). *Teaching English as a second or foreign Language* [In Thai]. Faculty of Education, Chiang Mai University.

Saensin, N., & Khlaisang, J. (2023). Development of a mobile learning model integrating vlog reflective learning method to enhance confidence and English speaking skills of secondary students [In Thai]. *ECT Education and Communication Technology Journal*, *18*(25), 65-82. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ectstou/article/view/267078

Santiwatthanasiri, T. (2018). *Factors affecting the English speaking ability of Thai university students* [Unpublished Master's thesis]. Thammasat University.

Thompson, J. D., & Weldon, J. (2022). *Content production for digital media: An introduction*. Springer.

Usmani, S., Ali, E. H. F., & Kottaparamban, M. (2025). The impact of digital storytelling on EFL learners' speaking and writing skills. *Forum for Linguistic Studies*, *7*(4), 816-831. https://doi.org/10.30564/fls.v7i4.9034

Watkins, J. (2012). Increasing student talk time through vlogging. *Language Education in Asia*, *3*(2), 196-203. https://leia.org/LEiA/LEiA%20VOLUMES/Download/LEiA_V3_I2_2012/LEiA_V3I2A08_Watkins.pdf

Wulandari, M. (2019). Improving EFL learners' speaking proficiency through Instagram Vlog. *LLT Journal: A Journal on Language and Language Teaching*, *22*(1), 111-125. https://doi.org/10.24071/llt.v22i1.1796

Xuan Mai, L., Ngoc, L. K., & Thao, L. T. (2024). Factors hindering student participation in English-speaking classes: Student and lecturer perceptions. *SAGE Open, 14*(3), 1-18. https://doi.org/10.1177/21582440241266297

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

The Effects of Experiential Value and Customer Experience Quality on Local Gastronomy Perception and e-WOM Intention among Customers of MICHELIN Guide-Listed Restaurants in Thailand

Theerakorn Udomratanamanee , Chanin Taeratanachai , Rawida Wiriyakitjar*

Business School, University of Thai Chamber of Commerce
126/1 Vibhavadee-Rangsit Rd., Dindaeng, Bangkok 10400, Thailand

***Received**: March 5, 2026* ***Revised**: June 25, 2026* ***Accepted**: July 7, 2026*

Abstract

This study examines the effects of experiential value and customer experience quality on local gastronomy perception and e-WOM intention among customers of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand. Using purposive sampling, data were collected through a structured questionnaire from 280 respondents who had dined at MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand within the previous 12 months. The data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The findings indicate that both experiential value and customer experience quality exert significant positive effects on local gastronomy perception and e-WOM intention ($p < .01$). Customer experience quality showed a stronger effect on local gastronomy perception ($\beta = .60$) than experiential value ($\beta = .34$), and a stronger effect on e-WOM intention ($\beta = .74$) than experiential value ($\beta = .16$). The two predictors explained 82.75% of the variance in local gastronomy perception and 77.90% of the variance in e-WOM intention. These findings suggest that both experiential and quality-based evaluations are important in shaping customers' perceptions of local gastronomy and their intentions to share dining experiences online in the context of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

* Corresponding Author
E-mail: rawida_wir@utcc.ac.th

Keywords

Experiential value, customer experience quality, local gastronomy perception, e-WOM intention, MICHELIN Guide-listed restaurants

Introduction

In recent years, the premium restaurant market has shifted toward experience-centered competition. Customers no longer evaluate service encounters solely based on food attributes; rather, they seek broader emotional engagement, symbolic meaning, and reputational signals. Because these judgments emerge from an integrated assessment of both experiential and performance-based cues, they profoundly influence post-consumption communication. As a result, strategic management of the holistic customer experience has become essential for long-term performance and differentiation among premium service firms (Bonfanti et al., 2025, 2855-2874; Panchapakesan et al., 2022, 311-330).

In Thailand, gastronomic tourism has emerged as an important driver of destination competitiveness and value-driven tourism. The Tourism Authority of Thailand (TAT) has highlighted the MICHELIN Guide as a strategic mechanism for promoting Thai culinary identity and quality tourism. Recent industry evidence indicates that 74% of travelers consider MICHELIN Guide restaurants when selecting destinations, whereas 76% are willing to extend their trips to dine at recommended establishments. Furthermore, international visitors generated incremental food expenditures of THB 822.85 million at MICHELIN Guide restaurants in 2025. By 2026, the MICHELIN Guide Thailand had expanded to 468 establishments across 11 destinations nationwide, demonstrating the growing economic and tourism significance of premium dining experiences in Thailand (Tourism Authority of Thailand, 2026).

A particularly high-expectation environment is found among MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand. In this study, MICHELIN Guide-listed restaurants refer to establishments included in the official MICHELIN Guide selections, including MICHELIN Star, Bib Gourmand, and MICHELIN Selected categories. Inclusion in the Guide functions as a strong reputational signal of culinary quality and consistency, but it should not be interpreted as a formal certification. (MICHELIN Guide, 2025). In such settings, diners evaluate not only the functional aspects of food and service but also the emotional and symbolic meanings associated with

the overall dining experience. These multidimensional evaluations reflect the notion of experiential value, which refers to customers' perceived emotional, hedonic, symbolic, and social benefits derived from consumption experiences beyond utilitarian attributes (Han et al., 2022, 1668-1691). By capturing the affective and symbolic dimensions embedded in service encounters, experiential value provides a holistic understanding of customers' consumption experiences (Jin et al., 2013, 679–700). Past empirical evidence has consistently demonstrated that experiential value positively influences customer satisfaction and behavioral intentions in hospitality settings (Adha et al., 2023, 1804–1819; Maghnati et al., 2012, 169-177; Nigam, 2012, 70–79; Yanto et al., 2020, 34–42).

At the same time, premium restaurant evaluation is strongly shaped by performance-based judgments of service excellence. Customer experience quality captures customers' overall assessment of service performance across the consumption process, commonly grounded in evaluations of food performance, service interaction, and the physical environment (Bonfanti et al., 2025, 2855-2874; Panchapakesan et al., 2022, 311-330). Prior research indicates that experience quality significantly influences perceived value, satisfaction, image, and behavioral intentions (Armbrecht, 2021, 169-191; Ghorbanzadeh et al., 2021, 3090-3106). In MICHELIN Guide-listed contexts, consistent service delivery may act as a credibility cue that reinforces customers' perceptions of authenticity and legitimacy in the overall gastronomic offering.

Beyond internal evaluations, premium restaurant firms operate within digitally mediated markets where e-WOM shapes reputation and influences consumer decision-making (Haro-Sosa et al., 2024, 615-632). While e-WOM refers to actual customer-generated opinions and recommendations shared through digital platforms, e-WOM intention refers to customers' willingness or likelihood to engage in such communication in the future. This distinction is important because the present study focuses on behavioral intention rather than actual online posting behavior. (Anastasiei et al., 2026, 449-469).

The context of MICHELIN Guide-listed restaurants differs from conventional restaurant settings because customers typically enter the service encounter with elevated expectations and stronger reputational cues. Moreover, restaurants included in the MICHELIN Guide are closely associated with gastronomic tourism and often serve as vehicles for experiencing local culture and destination identity. Consequently, customers' evaluations extend beyond service

performance to encompass perceptions of local gastronomy and the overall destination experience (Lin et al., 2022, 2778). Therefore, understanding how experiential and quality-based evaluations shape both gastronomic perception and online advocacy behavior is strategically important for restaurant operators and tourism stakeholders.

Although prior studies have examined experiential value and customer experience quality in hospitality research, most have focused on outcomes such as satisfaction, loyalty, revisit intention, and purchase intention (Adha et al., 2023, 1804–1819; Han et al., 2022, 1668-1691). Empirical evidence on local gastronomy perception remains limited, and studies rarely examine how experiential and performance-based evaluations jointly shape both local gastronomy perception and e-WOM intention in the same model. This gap is particularly important in the context of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand, where customers face stronger reputational cues, higher expectations, and closer links between dining experiences and destination identity than in conventional restaurant settings. Therefore, this study investigates the parallel effects of experiential value and customer experience quality on local gastronomy perception and e-WOM intention among customers of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

Research Objectives

This study aims to:

1. Examine the effect of experiential value on local gastronomy perception among customers of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

2. Examine the effect of customer experience quality on local gastronomy perception among customers of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

3. Examine the effect of experiential value on e-WOM intention among customers of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

4. Examine the effect of customer experience quality on e-WOM intention among customers of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

By positioning experiential and quality-based evaluations as strategic drivers of perception formation and digital advocacy behavior, this study contributes to service management literature and provides managerial insights for premium restaurant operators seeking to enhance competitive positioning through experience-centered strategies.

Literature Reviews

This section reviews the theoretical foundations of experiential value, customer experience quality, local gastronomy perception, and e-WOM intention and develops the hypotheses of the study. The discussion focuses on how experiential and performance-based evaluations shape customers' interpretations of local gastronomy and their intentions to engage in online advocacy in the context of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

This study adopts a direct-effects perspective in which experiential value and customer experience quality are conceptualized as complementary managerial constructs influencing customers' cognitive interpretations and behavioral intentions in premium restaurant settings. Specifically, the study focuses on the direct effects of experiential and performance-based evaluations on local gastronomy perception and e-WOM intention. This perspective is consistent with recent hospitality and tourism studies emphasizing the role of customer experiences as strategic drivers of perception formation and post-consumption behavior. (Tuncer et al., 2021, 447-475; Peng et al., 2021).

Experiential value in Premium Service Management

Experiential value refers to customers' subjective assessment of the benefits derived from consumption experiences beyond utilitarian performance. Recent studies suggest that experiential value is a multidimensional construct encompassing emotional value, hedonic value, symbolic value, and social value, reflecting customers' feelings, enjoyment, self-expression, and social meanings associated with service encounters (Jin et al., 2013, 679–700). In premium restaurant settings, experiential value is generated through sensory stimulation, atmosphere, personalized interaction, and culinary presentation, making dining experiences meaningful beyond functional consumption.

From a strategic management perspective, experiential value functions as an intangible asset that supports differentiation in competitive markets. Experience-based strategies enable firms to compete beyond price and functional performance and to build deeper emotional attachment that strengthens relational outcomes. Recent empirical evidence suggests that experiential value positively influences customer satisfaction, loyalty, and post-consumption behavioral intentions in hospitality contexts (Adha et al., 2023, 1804–1819; Han et al., 2022). Accordingly, experiential value can be treated as a meaningful driver that shapes how

customers interpret premium service encounters and decide whether to share them with others.

Local gastronomy perception

Local gastronomy perception refers to customers' cognitive interpretation of local cuisine as a reflection of cultural identity, authenticity, and destination distinctiveness. Gastronomy tourism literature suggests that culinary experiences enable consumers to understand local heritage and construct destination meanings through food consumption (Sormaz et al., 2016, 725-730).

Within restaurants listed in the MICHELIN Guide, experiential value may extend beyond personal enjoyment to influence broader cultural interpretation. Culinary encounters can function as symbolic experiences through which customers interpret local identity and cultural distinctiveness (Lau et al., 2026, 1-15). When customers perceive strong experiential value, such as refined presentation, memorable atmosphere, and emotional engagement, they may be more likely to interpret the cuisine as authentic, distinctive, and representative of local gastronomy rather than merely consumptive. Therefore, experiential value is expected to enhance Local gastronomy perception.

H1: Experiential value positively influences local gastronomy perception in MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

Experiential value may also influence outward communication behavior. Emotionally engaging and memorable consumption experiences are more likely to motivate customers to share their experiences in digitally mediated environments. Recent studies indicate that perceived value and emotional engagement significantly influence customers' willingness to communicate their experiences online (Anastasiei et al., 2026, 449-469; Haro-Sosa et al., 2024, 615-632).

e-WOM intention

e-WOM intention refers to customers' willingness and likelihood to share their experiences and recommendations through digital platforms in the future. Unlike actual e-WOM behavior, which reflects realized communication, e-WOM intention represents a behavioral predisposition that precedes online advocacy behavior (Ramadhan et al., 2022, 102592). Positive online recommendations contribute to brand visibility and reputational

capital, making e-WOM intention particularly important in premium restaurant markets (Chao et al., 2022, 1-15).

Accordingly, customers who derive high experiential value from MICHELIN Guide-listed dining experiences may be more inclined to engage in positive e-WOM.

H2: Experiential value positively influences e-WOM intention in MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

Customer experience quality as a Strategic Performance Indicator

Customer experience quality refers to customers' holistic evaluation of service excellence throughout the consumption journey (Lemke et al., 2011). In hospitality contexts, this construct is generally reflected through several dimensions, including food quality, employee interaction, physical environment, atmosphere, and service reliability (Bonfanti et al., 2025, 2855-2874; Ghorbanzadeh et al., 2021, 3090-3106). Unlike experiential value, which emphasizes emotional and symbolic benefits, customer experience quality focuses on customers' judgments regarding operational performance and consistency across service encounters.

From a premium service management perspective, experience quality functions as a strategic performance indicator. High service standards reduce perceived risk, strengthen trust, and enhance credibility. Empirical evidence indicates that experience quality positively affects perceived value, satisfaction, image, and behavioral intentions across hospitality contexts (Armbrecht, 2021, 169-191; Bonfanti et al., 2025, 2855-2874; Ghorbanzadeh et al., 2021, 3090-3106). In premium settings, customers may rely on experience quality as an evaluative anchor that stabilizes judgments and supports confidence in recommending the service provider.

In restaurants listed in the MICHELIN Guide Thailand, experience quality may also shape cultural interpretation. Elevated expectations associated with MICHELIN Guide recognition can intensify the role of operational excellence, as customers interpret superior service performance as evidence of professionalism and legitimacy. As a result, experience quality may reinforce Local gastronomy perception by signaling consistency and reliability in culinary delivery, strengthening customers' belief that the gastronomic offering represents a credible and high-standard reflection of local cuisine.

H3: Customer experience quality positively influences local gastronomy perception in MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

Customer experience quality may further influence customers' intention to communicate their experiences online. High-quality service encounters increase customer confidence, encourage advocacy, and reduce perceived risk in recommending a restaurant. Recent studies suggest that trust, credibility, and service excellence are important antecedents of customers' online recommendation intentions (Anastasiei et al., 2026, 449-469; Haro-Sosa et al., 2024, 615-632). In digital environments where reputation is continuously evaluated, customers who perceive superior experience quality may be more inclined to engage in positive e-WOM and recommend the restaurant to others online.

H4: Customer experience quality positively influences e-WOM intention in MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

Conceptual Framework

Integrating the arguments above, this study proposes a direct-effects model in which experiential value and customer experience quality function as parallel determinants of both local gastronomy perception and e-WOM intention. The model assumes that experiential and performance-based evaluations independently shape customers' interpretations of local gastronomy and their intentions to engage in positive electronic word-of-mouth. Figure 1 presents the proposed conceptual framework.

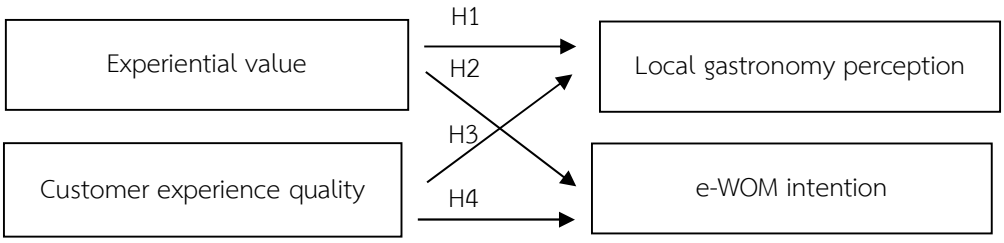


Figure 1: Conceptual Framework.

Research Methodology

Sampling Process and Sample Selection

The target population comprised customers who had previously dined at restaurants listed in the MICHELIN Guide Thailand. The present study focused on MICHELIN Guide-listed restaurants because these establishments represent premium dining settings characterized by elevated customer expectations, strong reputational signals, and close associations with gastronomic tourism. Accordingly, they provide an appropriate context for investigating how

experiential and quality-based evaluations shape customers' perceptions and behavioral intentions. For the purpose of this study, MICHELIN Guide-listed restaurants include all establishments appearing in the official Guide, namely MICHELIN-starred restaurants, Bib Gourmand recipients, and MICHELIN-selected restaurants. This classification follows the categorization adopted by the MICHELIN Guide and captures different levels of recognized dining experiences while maintaining a consistent premium restaurant context.

A purposive sampling technique was employed to ensure that respondents possessed relevant experiential knowledge. Data collection was conducted between February and March 2026. The questionnaire was distributed through several online dining communities and social media platforms targeting food enthusiasts in Thailand, including Facebook groups and restaurant review communities. A total of 334 questionnaires were returned. After eliminating incomplete responses and cases failing the screening criteria, 280 valid questionnaires were retained for analysis. This sampling procedure was designed to ensure that all respondents had recent and relevant experience with the research context, thereby improving the contextual validity of the findings.

To ensure that respondents had genuine experience with the research context, screening questions were placed at the beginning of the questionnaire. Only respondents who confirmed that they had visited at least one MICHELIN Guide-listed restaurant in Thailand (MICHELIN Star, Bib Gourmand, or MICHELIN Selected) within the previous 12 months and could identify the category of restaurant they had visited were allowed to proceed. This procedure helped reduce the possibility of self-selection bias and enhanced the relevance of the collected data.

The final sample size of 280 respondents was considered adequate for multiple regression analysis. Following Hair et al. (2019), the sample size exceeded the minimum recommendations for multiple regression analysis and was considered sufficient to obtain stable parameter estimates and adequate statistical power. Therefore, the sample size employed in this study was considered appropriate for hypothesis testing.

Measurement of Variables

Data were collected using a structured questionnaire consisting of two sections. The first section captured demographic and behavioral characteristics, including gender, age, occupation, dining frequency, and average spending per visit.

The second section consisted of 60 measurement items covering four constructs: experiential value (15 items), customer experience quality (15 items), local gastronomy perception (15 items), and e-WOM intention (15 items). All items were measured using a seven-point Likert scale ranging from 1 (strongly disagree) to 7 (strongly agree).

The questionnaire items were adapted from established studies and modified to fit the context of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand. Items for experiential value were adapted from Bai et al. (2018, 2309-2323), Matsumoto and Nakayama (2017, 30), Shamsabadi et al. (2019), Senaratne et al. (2024, 583), and Yamada et al. (2013, 1-6). Customer experience quality items were developed based on Alam and Mezbah-ul-Islam (2023, 12-30), Hoseini et al. (2018, 58–67), and Yusefi et al. (2022, 653). Local gastronomy perception items were adapted from Carvache-Franco et al. (2022, 11437), Solunoğlu and Örgün (2024, 464–473), Sutiadiningsih et al. (2024, 195-202), Fanelli (2019, 2), Nicoletti et al. (2019, 2686), and Hu (2010, 582-590). e-WOM intention items were adapted from Ismagilova et al. (2020, 1203-1226), González-Rodríguez et al. (2022, 855-874), Yadav et al. (2022, 1135-1152), Liu et al. (2024, 114587), and Hossain et al. (2019, 759).

Because the original measurement items were derived from English-language studies, the questionnaire was first prepared in English and then translated into Thai using a translation and back-translation procedure. To ensure semantic equivalence and contextual appropriateness, the Thai version was independently reviewed by bilingual academics familiar with hospitality and tourism research (Brislin, 1980).

Content validity was evaluated using the Item-Objective Congruence (IOC) technique. Three experts in hospitality and tourism management assessed the relevance of each item to its corresponding construct. All items achieved IOC values exceeding the recommended threshold of 0.50, indicating satisfactory content validity.

Reliability and Instrument Quality

Prior to the main survey, a pilot study involving 30 respondents was conducted to assess instrument reliability. Internal consistency was evaluated using Cronbach's alpha coefficients.

The results indicated satisfactory reliability across all constructs. The 15 items measuring experiential value yielded a Cronbach’s alpha coefficient of 0.91. Customer experience quality produced an alpha value of 0.93, while local gastronomy perception and

e-WOM intention achieved alpha values of 0.92 and 0.90, respectively. All coefficients exceeded the recommended threshold of 0.70, indicating satisfactory internal consistency and measurement reliability (Hair et al., 2019).

Given that the data were collected through self-reported measures from a single source, Harman's single-factor test was conducted to assess the potential presence of common method variance (CMV). The analysis revealed that the first unrotated factor explained 44.792% of the total variance, which is below the commonly accepted threshold of 50% (Podsakoff et al., 2003, 879–903). This result suggests that CMV is not a serious concern and is unlikely to substantially affect the validity of the study's results.

Statistical Techniques

Descriptive statistics were first used to summarize respondents' demographic characteristics. Pearson correlation coefficients were subsequently examined to assess the relationships among variables and identify potential multicollinearity problems prior to regression analysis.

Regression assumptions were then evaluated. Normality was assessed through skewness and kurtosis statistics, with all values falling within the acceptable range of ±2. Linearity and homoscedasticity were examined using standardized residual plots, whereas multicollinearity was assessed through variance inflation factor (VIF) values. All VIF values were below the threshold of 5, indicating that multicollinearity was not a concern (Hair et al., 2019; Srinivasan & Lohith, 2017).

Multiple regression analysis using the enter method was employed to test the proposed hypotheses. The enter method was selected because the objective of this study was theory-driven hypothesis testing rather than predictive variable selection. Two regression models were estimated. In Model 1, experiential value and customer experience quality were specified as predictors of local gastronomy perception. In Model 2, the same independent variables were used to predict e-WOM intention. Standardized beta coefficients and adjusted R^2 values were used to evaluate the relative explanatory power of each predictor.

Results

Respondent Characteristics

The majority of respondents were female (52.5%), whereas male and LGBTQA++ respondents accounted for 33.9% and 13.6%, respectively. Most participants belonged to Generation Y (58.9%), followed by Generation X (21.4%) and Generation Z (19.6%). Regarding occupation, company employees and freelancers/self-employed individuals each represented 27.1%, followed by government officers (18.9%) and business owners (18.2%).

Regarding dining frequency, 37.9% of respondents visited MICHELIN Guide-listed restaurants every 2–3 months, whereas 22.1% dined once a month and 14.6% more than once a month. In terms of spending behavior, 40.4% spent less than 1,000 Baht per visit, followed by 37.9% who spent between 1,000 and 5,000 Baht. Approximately 15.7% reported expenditures between 5,000 and 10,000 Baht.

Descriptive Statistics and Preliminary Diagnostics

Descriptive statistics indicated relatively favorable evaluations across all constructs. e-WOM intention exhibited the highest mean (M = 5.90, SD = 0.66), followed by local gastronomy perception (M = 5.89, SD = 0.66), customer experience quality (M = 5.88, SD = 0.65), and experiential value (M = 5.85, SD = 0.70).

Prior to regression analysis, the normality assumption was examined using skewness and kurtosis statistics. Hair et al. (2019) suggested that skewness values between –2 and +2 and kurtosis values between –7 and +7 indicate acceptable normality for multivariate analysis. In the present study, skewness ranged from –0.88 to –0.46 and kurtosis ranged from –0.21 to 2.07, indicating that the data satisfied the normality assumption (Hair et al., 2019).

In addition, preliminary diagnostic tests indicated that the assumptions underlying multiple regression analysis were satisfactorily met. All variables exhibited statistically significant correlations, and multicollinearity diagnostics revealed tolerance values above the recommended threshold of 0.20 and VIF values below 5.00, suggesting that the data were appropriate for subsequent regression analysis (Hair et al., 2019).

Pearson correlation coefficients among the variables are presented in Table 1. All relationships were positive and statistically significant at the .01 level. Experiential value was strongly correlated with customer experience quality (r = .882), local gastronomy perception (r = .865), and e-WOM intention (r = .811). Customer experience quality also exhibited strong

correlations with local gastronomy perception (r = .896) and e-WOM intention (r = .879). The highest correlation was observed between local gastronomy perception and e-WOM intention (r = .903).

Although several correlations were relatively high, none exceeded the conservative threshold of 0.95 recommended by Hair et al. (2019), suggesting that the constructs are highly related but not empirically indistinguishable. From a theoretical perspective, experiential value captures emotional, symbolic, and hedonic evaluations, whereas customer experience quality reflects performance-based assessments of service delivery. Likewise, local gastronomy perception represents customers' cognitive interpretation of local culinary identity, while e-WOM intention reflects a behavioral predisposition toward online advocacy. Therefore, the strong correlations observed in this study are likely attributable to the integrated nature of premium dining experiences rather than to construct redundancy.

Furthermore, the particularly strong relationship between local gastronomy perception and e-WOM intention (r = .903) suggests that customers who perceive Thai cuisine as authentic, distinctive, and representative of local culture are also more willing to communicate their experiences and recommendations through digital platforms. This finding is theoretically plausible because perception formation and advocacy behavior often occur simultaneously in premium gastronomic experiences.

To further assess potential statistical concerns, multicollinearity diagnostics were examined. The tolerance value was 0.22 and the variance inflation factor (VIF) was 4.50, satisfying the recommended criteria of Tolerance > 0.20 and VIF < 5.00 (Hair et al., 2019). In addition, the inter-construct correlations remained below the 0.95 criterion suggested by Hair et al. (2019), providing preliminary evidence of acceptable discriminant validity. Therefore, although the constructs are strongly associated, the findings indicate that they represent related but conceptually distinct dimensions rather than severe multicollinearity or statistical redundancy.

Furthermore, the observed correlations are theoretically consistent with the premium dining context, where experiential value, service quality evaluations, gastronomy perceptions, and communication intentions are often formed simultaneously during a single consumption episode. Therefore, high correlations may reflect the integrated nature of customer evaluations rather than measurement redundancy.

Overall, the diagnostic results suggest that the assumptions required for multiple regression analysis were satisfactorily fulfilled. Normality statistics fell within the acceptable ranges proposed by Hair et al. (2019), all correlations were statistically significant, and multicollinearity indicators remained below the critical thresholds. Therefore, the dataset was considered suitable for hypothesis testing using multiple regression analysis.

Table 1 The correlation between constructs (n=280)

Mean variables	EXV	CEQ	LCG	WOM
Experiential value	1.00			
Customer experience quality	.882**	1.00		
Local gastronomy perception	.865**	.896**	1.00	
e-WOM intention	.811**	.879**	.903**	1.00

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Effects on Local gastronomy perception

To examine the effects of experiential value and customer experience quality on local gastronomy perception, multiple regression analysis using the enter method was performed. As shown in Table 2, the model was statistically significant ($F(2, 277) = 664.17$, $p < .001$) and explained 82.75% of the variance in local gastronomy perception ($R^2 = .827$, Adjusted $R^2 = .826$). The standard error of estimate was 0.275, indicating satisfactory prediction accuracy.

Both independent variables exerted significant positive effects on local gastronomy perception. Experiential value positively influenced local gastronomy perception ($\beta = .34$, B = 0.32, SE = 0.05, $t = 6.38$, $p < .001$, 95% CI [0.22, 0.42]), supporting H1. Customer experience quality also had a positive effect ($\beta = .60$, B = 0.61, SE = 0.05, $t = 11.29$, $p < .001$, 95% CI [0.50, 0.72]), supporting H3. Among the two predictors, customer experience quality exhibited the stronger effect, suggesting that performance-based evaluations play a more important role than experiential value in shaping customers' perceptions of local gastronomy.

Although the model exhibited high explanatory power, the findings should be interpreted cautiously because the relatively high R^2 value may partly reflect the interrelated nature of the constructs examined. Nevertheless, the Harman's single-factor test indicated that common method variance was unlikely to be a serious concern, and multicollinearity diagnostics (Tolerance = .22; VIF = 4.50) remained within acceptable thresholds (Hair et al., 2019), supporting the stability of the regression estimates.

Table 2 Local gastronomy perception Coefficients[a] (n=280)

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.46	0.15		3.04	0.003		
EXV	0.32	0.05	0.34	6.38	0.000	0.22	4.50
CEQ	0.61	0.05	0.60	11.29	0.000	0.22	4.50

a. Dependent Variable: LCG

R Square = 0.8275, Adjusted R-Square = 0.8262, F = 664.17, Sig = 0.00 Significant level at 0.05

Effects on Electronic Word-of-Mouth Intention

Multiple regression analysis was further conducted to investigate the effects of experiential value and customer experience quality on e-WOM intention. As presented in Table 3, the model was statistically significant ($F(2, 277) = 488.18$, $p < .001$) and accounted for 77.90% of the variance in e-WOM intention ($R^2 = .779$, Adjusted $R^2 = .777$). The standard error of estimate was 0.314.

Both predictors significantly influenced e-WOM intention. Experiential value exerted a positive effect ($\beta = .16$, B = 0.15, SE = 0.06, t = 2.66, p = .008, 95% CI [0.04, 0.26]), thereby supporting H2. Customer experience quality also positively influenced e-WOM intention ($\beta = .74$, B = 0.76, SE = 0.06, t = 12.33, $p < .001$, 95% CI [0.64, 0.88]), supporting H4. Customer experience quality emerged as the strongest determinant of e-WOM intention, indicating that customers are more likely to recommend and share their experiences online when they perceive consistently high levels of service performance.

As with Model 1, the relatively high explanatory power should be interpreted with caution because some degree of construct overlap may exist among variables associated with premium dining experiences. However, the acceptable multicollinearity statistics (Tolerance = .22; VIF = 4.50) and the results of the common method variance assessment suggest that the observed relationships are unlikely to be attributable to statistical artifacts alone.

Table 3 Electronic Word-of-Mouth Intention Coefficients[a] (n=280)

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.55	0.17		3.22	0.001		
EXV	0.15	0.06	0.16	2.66	0.008	0.22	4.50
CEQ	0.76	0.06	0.74	12.33	0.000	0.22	4.50

a. Dependent Variable: WOM

R Square = 0.7790, Adjusted R-Square = 0.7774, F = 488.18, Sig = 0.00 Significant level at 0.05

Discussion

Taken together, the findings demonstrate that experiential value and customer experience quality operate as parallel strategic determinants shaping both local gastronomy perception and e-WOM intention in restaurants listed in the MICHELIN Guide Thailand. Across both models, customer experience quality consistently exhibits stronger explanatory power than experiential value. Specifically, customer experience quality and experiential value jointly explained 82.75% of the variance in local gastronomy perception (R^2 = .8275) and 77.90% of the variance in e-WOM intention (R^2 = .7790), indicating that both perceptual and behavioral outcomes are strongly influenced by customers' evaluations of their dining experiences.

The findings indicate that both experiential value and customer experience quality positively influence local gastronomy perception and e-WOM intention. Across both regression models, customer experience quality consistently exhibits a stronger effect than experiential value, suggesting that performance-based evaluations play a foundational role in shaping customers' interpretations and communication intentions in MICHELIN Guide-listed restaurant settings.

Regarding H1 and H3, both experiential value and customer experience quality positively influenced local gastronomy perception. This finding suggests that customers do not interpret local gastronomy solely through food taste or cultural symbolism, but through the overall dining experience. In the context of MICHELIN Guide-listed restaurants, customer experience quality showed a stronger effect than experiential value, possibly because high service consistency, professionalism, and reliability strengthen the credibility of the culinary experience. When customers pay premium prices and enter a high-expectation setting,

operational excellence may serve as a cue that the restaurant genuinely represents local culinary quality rather than merely offering an attractive experience. (Bonfanti et al., 2025, 2855-2874; Panchapakesan et al., 2022, 311-330).

Customer experience quality demonstrated a stronger effect than experiential value on local gastronomy perception. In the context of MICHELIN Guide Thailand, this finding may reflect the high expectations associated with premium dining. Because customers incur relatively high monetary and psychological costs when selecting MICHELIN Guide-listed restaurants, evaluations of the overall experience quality appear to play a more influential role than affective value alone in shaping how customers interpret local gastronomy. Consequently, perceptions of Thai gastronomy are likely to be formed not only through emotional enjoyment but also through customers' comprehensive evaluations of the dining experience itself.

Regarding H2 and H4, both experiential value and customer experience quality positively influenced e-WOM intention. However, customer experience quality again emerged as the stronger predictor. This result may reflect the fact that online advocacy in premium restaurant contexts is closely tied to customers' confidence in recommending the restaurant to others. In MICHELIN Guide-listed settings, where reputational expectations and perceived consumption risk are relatively high, customers may be more willing to post or recommend online when they perceive the service to be consistently reliable, credible, and worth the price paid. (Kamal Abdien & Helmy, 2024, 257-274; Souki et al., 2023, 2255-2281).

Customer experience quality again emerged as the strongest predictor of e-WOM intention. This finding may be particularly relevant in the MICHELIN Guide Thailand context, where consumers often rely on online reviews and recommendations when choosing premium restaurants. Because dining at MICHELIN Guide-listed restaurants involves higher price expectations and greater perceived consumption risk, customers may place greater importance on the overall quality of the experience when deciding whether to recommend a restaurant to others. Consequently, experience quality appears to function as a key antecedent of customers' online advocacy behavior.

The relatively high correlations observed between experiential value and customer experience quality (r = .882), and between local gastronomy perception and e-WOM intention (r = .903), should be interpreted in light of the holistic nature of premium dining experiences

rather than as evidence of construct redundancy. Although these constructs are conceptually distinct, customers may simultaneously experience emotional value, quality evaluations, gastronomic interpretations, and sharing intentions as interconnected components of a single consumption episode. Since all inter-construct correlations remained below the conservative threshold of 0.95 recommended by Hair et al. (2019), the results provide preliminary support for discriminant validity. Furthermore, acceptable tolerance and VIF values indicate that multicollinearity did not threaten the stability of the regression estimates.

The relatively high explanatory power of the regression models should also be interpreted cautiously. The R^2 values of .8275 for local gastronomy perception and .7790 for e-WOM intention may partly reflect the integrated nature of premium dining evaluations, in which experiential value and customer experience quality are closely associated. Nevertheless, the results of Harman's single-factor test and the multicollinearity diagnostics suggest that the observed relationships are unlikely to be attributable solely to common method bias or statistical redundancy.

From a managerial perspective, these findings indicate that MICHELIN Guide recognition alone may not guarantee favorable customer perceptions or positive online advocacy. Restaurant managers should focus on continuously enhancing customer experience quality while simultaneously creating experiential value that strengthens emotional and symbolic connections with Thai gastronomy. Such an integrated approach may contribute to more favorable perceptions of local gastronomy and encourage customers to voluntarily share positive experiences through digital channels.

Overall, this study contributes to the hospitality and gastronomy literature by demonstrating that experiential value and customer experience quality simultaneously influence both perceptual outcomes (local gastronomy perception) and behavioral outcomes (e-WOM intention). The findings further reveal that customer experience quality exerts a stronger influence than experiential value in premium restaurant settings, highlighting the importance of managing the overall dining experience in highly competitive and high-expectation contexts such as MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand.

Conclusion

Summary of Key Findings

This study produced clear findings across two regression models. In Model 1, both experiential value and customer experience quality positively influenced local gastronomy perception, with customer experience quality showing the stronger effect. In Model 2, both experiential value and customer experience quality also positively influenced e-WOM intention, and customer experience quality again emerged as the stronger predictor. Overall, the findings indicate that both experiential and performance-based evaluations matter, but quality-based evaluations play a more dominant role in shaping customers' perceptions of local gastronomy and their online advocacy intentions in MICHELIN Guide-listed restaurant settings.

Theoretical Contributions

This study contributes to the literature in three ways. First, it extends research on premium dining by examining experiential value and customer experience quality as parallel determinants of both local gastronomy perception and e-WOM intention within a single model. Second, it demonstrates that quality-based evaluations exert stronger influence than experiential value on both outcomes in the context of MICHELIN Guide-listed restaurants in Thailand. Third, by incorporating local gastronomy perception into the model, the study deepens understanding of how restaurant service influences not only customers' behavioral intentions but also their perceptions of local culinary identity.

Managerial Implications

The findings suggest that obtaining recognition from the MICHELIN Guide alone may not be sufficient to sustain favorable customer responses. Rather, restaurant managers should continuously enhance customer experience quality because this construct exhibited the strongest influence on both local gastronomy perception and e-WOM intention.

At the same time, experiential value should not be overlooked, as emotionally and symbolically meaningful experiences also contribute positively to customers' perceptions and online advocacy behavior. Therefore, premium restaurant strategies should emphasize the simultaneous enhancement of experiential value and customer experience quality to strengthen both gastronomic perceptions and customers' willingness to share their experiences online.

From a community and societal perspective, the findings imply that premium gastronomic experiences can serve as a mechanism for promoting awareness and appreciation of local culinary identity. Positive customer experiences may encourage the dissemination of information regarding Thai gastronomy through e-WOM and user-generated content, thereby supporting the visibility and preservation of local food culture.

From a policy perspective, tourism and related public agencies may utilize gastronomy experiences as a strategic instrument to promote Thai culinary heritage and strengthen destination competitiveness. In addition, public organizations and industry associations may encourage premium local restaurants to strategically utilize online reviews, e-WOM, and user-generated content to communicate local culinary identity and enhance destination image.

Beyond managerial implications, the findings also offer academic, social, and policy relevance. Academically, the study highlights the need to examine gastronomic perception as an outcome distinct from conventional behavioral variables in hospitality research. Socially, the findings suggest that well-managed dining experiences can strengthen consumers' recognition of local culinary identity and encourage wider appreciation of Thai gastronomy. From a policy perspective, tourism and hospitality agencies may use these insights to support service standards, destination branding, and digital communication strategies that promote local food businesses through online reviews and user-generated content.

Limitations and Future Research

This study is subject to several limitations.

First, the cross-sectional design restricts causal inference and does not capture how customers' evaluations evolve over time. Future longitudinal studies may provide deeper insights into changes in perception formation and communication behavior.

Second, the present study focused only on direct relationships among the constructs. Future research may investigate potential mediating mechanisms, such as authenticity perception, customer attachment, or destination image, to provide a more comprehensive explanation of how customer evaluations translate into perceptual and behavioral outcomes.

Third, restaurants listed in the MICHELIN Guide Thailand were treated as a single category. Future studies could compare customers across MICHELIN-starred, Bib Gourmand, and MICHELIN-selected restaurants to determine whether evaluation processes differ across recognition levels.

Fourth, future research may incorporate additional contextual variables, including customer involvement, dining motivation, or cultural orientation, to better explain heterogeneity in customers' responses.

Finally, comparative studies across countries and cultural contexts are recommended to enhance the external validity of the findings and to examine whether the relationships observed in the present study are generalizable to other premium gastronomy destinations.

References

Adha, A. F. A., Puspaningrum, A., & Rahayu, M. (2023). The effects of experimental marketing and experiential value on customer loyalty with the mediation of customer satisfaction. Devotion: *Journal of Research and Community Service*, *4*(9), 1804–1819. https://doi.org/10.59188/devotion.v4i9.561

Alam, M. J., & Mezbah-ul-Islam, M. (2023). Impact of service quality on user satisfaction in public university libraries of Bangladesh using structural equation modeling. *Performance Measurement and Metrics*, *24*(1), 12-30. https://doi.org/10.1108/PMM-06-2021-0033

Anastasiei, B., Dospinescu, N., & Dospinescu, O. (2026). Individual and product-related antecedents of electronic word-of-mouth. *Aslib Journal of Information Management*, *78*(2), 449-469. https://doi.org/10.1108/AJIM-04-2024-0353

Armbrecht, J. (2021). Event quality, perceived value, satisfaction and behavioural intentions in an event context. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, *21*(2), 169-191. https://doi.org/10.1080/15022250.2021.1877191

Bai, F., Ling, J., Esoimeme, G., Yao, L., Wang, M., Huang, J., ... & Yang, K. (2018). A systematic review of questionnaires about patient's values and preferences in clinical practice guidelines. *Patient preference and adherence*, 2309-2323. https://doi.org/10.2147/PPA.S177540

Bonfanti, A., Bagnato, G., Rossato, C., & Canestrino, R. (2025). Designing customer experiential satisfaction between people-and technology-driven services: empirical evidence from upscale restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *37*(8), 2855-2874. https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2024-1579

Brislin, R. W. (1980). Translation and content analysis of oral and written material. In H. C. Triandis & J. W. Berry (Eds.), *Handbook of cross-cultural psychology* (Vol. 1, pp. 389–444). Allyn & Bacon.

Carvache-Franco, M., Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, W., Carmen Lapo, M. D., & Carvache-Franco, O. (2022). Gastronomy motivations as predictors of satisfaction at coastal destinations. *Sustainability*, *14*(18), 11437. https://doi.org/10.3390/su141811437

Chao, M., You, Y., & Eun-Jung, K. I. M. (2022). The effects of information sources on trust, WOM intention, and eWOM intention in the restaurant sector. *The Korean Journal of Franchise Management*, *13*(3), 1-15. http://dx.doi.org/10.21871/KJFM.2022.9.13.3.1

Dixit, S. K., & Prayag, G. (2022). Gastronomic tourism experiences and experiential marketing. *Tourism Recreation Research*, *47*(3), 217-220. https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2065089

Fanelli, R. M. (2019). Seeking gastronomic, healthy, and social experiences in tuscan agritourism facilities. *Social Sciences*, *9*(1), 2. https://doi.org/10.3390/socsci9010002

Ghorbanzadeh, D., Shabbir, M. S., Mahmood, A., & Kazemi, E. (2021). Investigating the role of experience quality in predicting destination image, perceived value, satisfaction, and behavioural intentions: a case of war tourism. *Current issues in tourism*, *24*(21), 3090-3106. https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1863924

González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., Bilgihan, A., Okumus, F., & Shi, F. (2022). The impact of eWOM source credibility on destination visit intention and online involvement: a case of Chinese tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, *13*(5), 855-874. https://doi.org/10.1108/JHTT-11-2021-0321

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.

Han, W., Jiang, W., Tang, J., Raab, C., & Krishen, A. (2022). Indirect customer-to-customer interactions and experiential value: examining solo and social diners. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 34*(5), 1668-1691. https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2021-0512

Haro-Sosa, G., Moliner-Velázquez, B., Gil-Saura, I., & Fuentes-Blasco, M. (2024). Influence of electronic word-of-mouth on restaurant choice decisions: does it depend on gender

in the millennial generation?. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, *19*(1), 615-632. https://doi.org/10.3390/jtaer19010033

Hoseini, R. F., Jahani, M. A., & Mahmoudi, G. (2018). Analysis of service quality gap between perceptions and expectations of service recipients using SERVQUAL approach in selected hospitals in Golestan Province. *Iranian Journal of Health Sciences, 6*(1), 58–67. https://sid.ir/paper/341338/en

Hossain, M. A., Jahan, N., Fang, Y., Hoque, S., & Hossain, M. S. (2019). Nexus of electronic word-of-mouth to social networking sites: a sustainable chatter of new digital social media. *Sustainability*, *11*(3), 759. https://doi.org/10.3390/su11030759

Hu, M. L. M. (2010). Developing a core competency model of innovative culinary development. *International journal of hospitality management*, *29*(4), 582-590. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.024

Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The effect of electronic word of mouth communications on intention to buy: A meta-analysis. *Information Systems Frontiers*, *22*(5), 1203-1226. https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y

Lau, K. C., Lee, S., & Phau, I. (2026). Michelin matters? Examining perceived value, skepticism, and dining intentions. *Journal of International Consumer Marketing*, *38*(1), 1-15. https://doi.org/10.1080/08961530.2025.2491077

Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2011). Customer experience quality : an exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the academy of marketing science*, *39*(6), 846-869. https://doi.org/10.1007/s11747-010-0219-0

Lin, M. P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N. (2022). Gastronomy tourism and well-being: Evidence from Taiwan and Catalonia Michelin-starred restaurants. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(5), 2778. https://doi.org/10.3390/ijerph19052778

Liu, H., Jayawardhena, C., Shukla, P., Osburg, V. S., & Yoganathan, V. (2024). Electronic word of mouth 2.0 (eWOM 2.0)–The evolution of eWOM research in the new age. *Journal of Business Research*, *176*, 114587. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114587

Jin, N., Line, N. D., & Goh, B. K. (2013). Experiential value, relationship quality, and customer loyalty in full-service restaurants: The moderating role of gender. *Journal of*

Hospitality Marketing & Management, *22*(7), 679–700. https://doi.org/10.1080/19368623.2013.723799

Kamal Abdien, M., & Helmy, N. (2024). Beyond the Menu: How Inventive Dining Experience Drives Online Customer Engagement and E-WOM?. *The Scientific Journal of the Faculty of Tourism and Hotels, Alexandria University*, *21*(1), 257-274. https://doi.org/10.21608/thalexu.2024.298221.1130

Maghnati, F., Ling, K. C., & Nasermoadeli, A. (2012). Exploring the relationship between experiential marketing and experiential value in the smartphone industry. *International Business Research*, *5*(11), 169-177. https://doi.org/10.5539/ibr.v5n11p169

Matsumoto, M., & Nakayama, K. (2017). Development of the health literacy on social determinants of health questionnaire in Japanese adults. *BMC public health*, *17*(1), 30. https://doi.org/10.1186/s12889-016-3971-3

MICHELIN Guide. (2025). The MICHELIN Guide 101. *The MICHELIN Guide*. https://guide.michelin.com/en/article/features/the-michelin-guide-101

Nicoletti, S., Medina-Viruel, M. J., Di-Clemente, E., & Fruet-Cardozo, J. V. (2019). Motivations of the culinary tourist in the city of Trapani, Italy. *Sustainability*, *11*(9), 2686. https://doi.org/10.3390/su11092686

Nigam, A. (2012). Modeling relationship between experiential marketing, experiential value and purchase intentions in organized quick service chain restaurants shoppers using structural equation modeling approach. *Paradigm: A Management Research Journal*, *16*(1), 70–79. https://doi.org/10.1177/0971890720120108

Panchapakesan, P., Amin, M., & Herjanto, H. (2022). How luxury restaurants will enhance the concept of guest delight. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, *5*(2), 311-330. https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2020-0198

Peng, N., Chen, A., & Hung, K. P. (2021). Dining at luxury restaurants when traveling abroad: incorporating destination attitude into a luxury consumption value model. In *Travel and Lifestyle* (pp. 30-44). Routledge.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended

remedies. *Journal of Applied Psychology, 88*(5), 879–903. https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879

Ramadhan, A., Hidayanto, A. N., Evik, C. S., Rizkiandini, N., Rahimullah, N. A., Muthiah, R. H., ... & Phusavat, K. (2022). Factors affecting the continuation to use and e-WOM intention of online library resources by university students: A study in Indonesia. *The Journal of Academic Librarianship*, *48*(6), 102592. https://doi.org/10.1016/j.acalib.2022.102592

Senaratne, T., Jayathilaka, N., & Nakkawita, D. (2024). Development and validation of a questionnaire to assess clinical characteristics and outcomes of patients with Carbapenem-Resistant Urinary Tract Infections. *Antibiotics (Basel, Switzerland)*, *13*(7), 583. https://doi.org/10.3390/antibiotics13070583

Shamsabadi, A., Delbari, A., Sadr, A. S., Mehraeen, E., Mohammadzadeh, N., & Niakan Kalhori, S. R. (2019). Questionnaire development and validation for designing a health telemonitoring system for frail elderly people. *Digital Health*, *5*, https://doi.org/10.1177/2055207619838940

Solunoğlu, A., & Örgün, E. (2024). *Gastronomy festivals in the development of event tourism and the current situation in Turkey. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 16* (4), 464–473. https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2024-0136

Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in tourism. *Procedia Economics and Finance*, *39*, 725-730. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6

Souki, G. Q., Oliveira, A. S. D., Guerreiro, M. M. M., Mendes, J. D. C., & Moura, L. R. C. (2023). Do memorable restaurant experiences affect eWOM? The moderating effect of consumers' behavioural engagement on social networking sites. *The TQM Journal*, *35*(8), 2255-2281. https://doi.org/10.1108/TQM-06-2022-0200

Srinivasan, R., & Lohith, C. P. (2017). *Research methodology for management*. McGraw Hill Education.

Sutiadiningsih, A., Mahfud, T., Dang, V. H., Purwidiani, N., Rachma Wati, G., & Dewi, I. H. P. (2024). The role of gastronomy tourism on revisit and recommendation intentions: the mediation analysis of tourist satisfaction. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, *52*(1), 195-202. https://doi.org/10.30892/gtg.52118-1195

Tourism Authority of Thailand. (2026, April 1). TAT hosts MICHELIN Guide seminar advancing Thai culinary tourism. *TAT Newsroom*. https://www.tatnews.org/2026/04/tat-hosts-michelin-guide-seminar-advancing-thai-culinary-tourism/

Tuncer, I., Unusan, C., & Cobanoglu, C. (2021). Service quality, perceived value and customer satisfaction on behavioral intention in restaurants: An integrated structural model. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, *22*(4), 447-475. https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1802390

Yadav, N., Verma, S., & Chikhalkar, R. D. (2022). eWOM, destination preference and consumer involvement–a stimulus-organism-response (SOR) lens. *Tourism Review*, *77*(4), 1135-1152. https://doi.org/10.1108/TR-10-2020-0506

Yamada, K., Kondo, I., Ozaki, K., Sumi, Y., & Tanaka, Y. (2013). Evaluation of food texture by a questionnaire utilizing oropharyngeal sensation. *Japanese Journal of Comprehensive Rehabilitation Science*, *4*, 1-6. https://doi.org/10.11336/jjcrs.4.1

Yanto, B. T., Lindawati, T., & Pradana, D. W. (2020). Experiential marketing and experiental value: How does it impact on consumer repurchase intentions*. Research in Management and Accounting*, *3*(1), 34–42. https://doi.org/10.33508/rima.v3i1.2746

Yusefi, A. R., Davarani, E. R., Daneshi, S., Bastani, M., Mehralian, G., & Bastani, P. (2022). Responsiveness level and its effect on services quality from the viewpoints of the older adults hospitalized during COVID-19 pandemic. *BMC geriatrics*, *22*(1), 653. https://doi.org/10.1186/s12877-022-03344-5

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

กลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

STRATEGIES FOR DIGITAL SKILLS DEVELOPMENT OF THE SCHOOL ADMINISTRATOR IN BASIC EDUCATION

สุมาลี ศรีพุทธรินทร์*

Sumalee Sriputtarin*

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม
เลขที่ 167/1 บ้านเนินสะอาด ตำบลนาราชควาย อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม
Faculty of Education, Nakhon Phanom University
167/1, Ban Nern Sa-at Narach Kwai Subdistrict, Mueang Nakhon Phanom District
Nakhon Phanom Province 48000, Thailand

***รับบทความ**: 8 มกราคม 2569* ***ปรับปรุงบทความ**: 4 สิงหาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 17 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธีมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน (2) ประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน (3) สร้างกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และ (4) ประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลยุทธ์สร้างขึ้น การวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาและครู จำนวน 384 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเทียบตารางเครจซี่และมอร์แกน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวนรวม 10 คน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ได้มาโดยเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมรวบข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และแบบประเมิน สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ผลการวิจัยพบว่า (1) สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานโดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่มีค่าสูงสุด 3

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: sumaleesriput@hotmail.com

อันดับแรก คือ ด้านทักษะการใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน ด้านทักษะการออกแบบองค์กรดิจิทัล และด้านทักษะการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล (3) กลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์หลัก 9 ด้าน พร้อมกลยุทธ์รองและวิธีการพัฒนาระดับบุคคล ระดับสถานศึกษา และระดับหน่วยงานต้นสังกัด และ (4) ผลการประเมินกลยุทธ์ที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และความเป็นไปได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ

กลยุทธ์การพัฒนา ทักษะด้านดิจิทัล ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

***Received**: January 8, 2026* ***Revised**: August 4, 2026* ***Accepted**: August 17, 2026*

Abstract

This mixed-methods research on strategies for digital skills development of the school administrator in basic education aimed to: (1) investigate the current and desirable states of digital skills among basic education school administrators; (2) assess the priority needs for their digital skill development; (3) formulate strategic initiatives for enhancing these digital competencies; and (4) evaluate the suitability and feasibility of the constructed strategies. The research was methodologically divided into two distinct phases. The sample consisted of 384 school administrators and teachers, with the sample size determined using the Krejcie and Morgan table, selected via multi-stage random sampling. Key informants comprising 10 individuals and a panel of 5 experts were selected through purposive sampling. Data were collected using four research instruments. The statistical techniques employed for data analysis included percentage, mean, standard deviation, and the Modified Priority Needs Index (PNImodified). The findings revealed that: (1) The overall current and desirable states of the digital skills of basic education school administrators were overall at a high level. (2) The top three priority needs for digital skill development were digital collaboration skills, digital organizational design skills, and digital access and awareness skills, respectively. (3) The formulated strategies comprised a vision, goals, objectives, indicators, 9 principal strategies, accompanied by sub-strategies and developmental methodologies at the individual, school, and affiliated agency levels. (4) The overall suitability of the constructed strategies was at the highest level, while the overall feasibility was at a high level.

Keywords

Development Strategy, Digital Skills, School Administrators of Basic Education

บทนำ (Introduction)

โลกยุคเศรษฐกิจดิจิทัลส่งผลให้องค์กรการศึกษาต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด สอดคล้องกับแนวคิดของ OECD (2023, 15) ที่ระบุว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทางการศึกษาจำเป็นต้องอาศัยภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มากกว่าการใช้เทคโนโลยีแต่เป็นการบูรณาการนวัตกรรมเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการจัดการศึกษาของประเทศไทยด้วยเช่นกัน (จิณณวัตร ปะโคทัง, 2561, 3) สถานการณ์สำคัญที่ส่งผลต่อบริหารจัดการการศึกษาในปัจจุบัน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2561, 9 ได้แก่ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม การปฏิวัติยุคดิจิทัลที่นำไปสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรม

เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2560 คณะรัฐมนตรี ได้ประกาศแนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล โดยมีการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล 3 ระยะ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2562 , 1-3) ได้แก่ ระยะเริ่มต้น ระยะกำลังพัฒนาและระยะพัฒนาแล้ว ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ จึงจำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้มีทักษะดิจิทัลตามแนวทางที่รัฐบาลกำหนด โดยทักษะดิจิทัลสำหรับนักวิชาการคือการใช้ข้อมูลดิจิทัลเพื่อสนับสนุนนโยบาย ที่สามารถคิด วิเคราะห์สังเคราะห์และใช้ข้อมูลเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์แผนงาน มาตรฐาน แนวทางหรือการจัดบริการขององค์กร รวมถึงการสร้างความเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ผู้บริหารสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการจูงใจและให้ผู้ร่วมงานมีส่วนร่วม (ธีระ รุญเจริญ, 2562, 5-9) มีเทคนิคและวิธีการบริหารหลากหลายรูปแบบ (วีระ หมายมั่น และคณะ, 2560, 57-65) ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม (ปณตนนท์ เถียรประภากุล, 2561, 1994-2013) มีวัฒนธรรมที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะทำให้สถานศึกษากลายเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมหรือสถานศึกษาแห่งนวัตกรรม (สุกัญญา แช่มช้อย, 2564, 10) ผู้บริหารสถานศึกษาจึงเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญและเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาการจัดการศึกษา สอดคล้องกับ Domeny (2017, 82) ที่ทำวิจัยพบว่าผู้บริหารสถานศึกษามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุน เสริมพลังและสร้างสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมเชิงนวัตกรรมสำหรับบุคลากร นักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน

กลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จึงมีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งเพราะความสำเร็จหรือความล้มเหลวทางการศึกษานั้นขึ้นอยู่กับผู้บริหารสถานศึกษาส่วนหนึ่ง นอกจากนั้น Ersoy และ Demirer (2025, 4-7) ได้ทำวิจัยและเสนอแนะให้ผู้กำหนดนโยบายต้องลงทุนเชิงกล

ยุทธ์ในการจัดอบรมทักษะดิจิทัลที่สอดคล้องกับช่วงวัยของผู้บริหาร โดยกลยุทธ์การพัฒนานั้นมีขั้นตอนและกระบวนการประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในองค์กร การกำหนดกลยุทธ์หรือคิดหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การดำเนินการตามกลยุทธ์ และการติดตามทบทวนกลยุทธ์โดยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกคน (สุมิตร สุวรรณ, 2565, 191)

อย่างไรก็ตามแม้จะมีนโยบายระดับสูงระดับกระทรวง แต่จากการทบทวนวรรณกรรมพบช่องว่างของการวิจัย (Research Gap) คือ ยังขาดกลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลที่เฉพาะเจาะจงสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับบริบทการทำงานจริง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการวิจัยเพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน
2. ประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน
3. สร้างกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน
4. ประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ การบริหารเชิงกลยุทธ์ นโยบายการพัฒนาดิจิทัลภาครัฐ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) ตามแนวคิดกระบวนการเรียนรู้และไม่หยุดนิ่งของ Pietersen (2014 อ้างถึงใน สุมิตร สุวรรณ, 2565, 170-172) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ การเลือกกลยุทธ์ การจัดตำแหน่งในองค์กร การใช้และการทดลอง กลยุทธ์มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด และกลยุทธ์การพัฒนา

2. นโยบายการพัฒนาดิจิทัลภาครัฐ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลของผู้ทำงานด้านนโยบายและงานวิชาการ (Academic) ระยะเริ่มแรกของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2562, 4-22) จำนวน 9 ด้าน ดังนี้

1) ด้านการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล เป็นความสามารถในการใช้งานคอมพิวเตอร์ ใช้งานอินเตอร์เน็ต เพื่อการพัฒนางานและพัฒนาองค์กร ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

2) ด้านการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการทำงาน เป็นความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเครื่องมือดิจิทัลในการประมวลผลคำ การจัดงานเอกสาร การจัดรูปแบบข้อความ การพิมพ์เอกสาร การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มาปรับใช้เพื่อการพัฒนางานและพัฒนาองค์กร

3) ด้านการใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน เป็นความสามารถในการนำประสบการณ์ ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้เพื่อการทำงานร่วมกันแบบออนไลน์ การประชุมทางไกลผ่านจอภาพ การใช้โปรแกรมสร้างสื่อดิจิทัล การใช้ดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย

4) ด้านการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงานประจำ เป็นความสามารถในการนำประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงานได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์การใช้งาน การกำหนดการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลอย่างถูกต้อง การกำหนดแนวทางการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลเพื่อการพัฒนางานและพัฒนาองค์กร

5) ด้านการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ เป็นความสามารถในการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อกำหนดข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่งข้อมูลหลาย การกำหนดรูปแบบหรือแนวทางวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมดิจิทัล การกำหนดรูปแบบการแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการทำงานของหน่วยงานจากข้อมูลสารสนเทศที่ได้

6) ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาล (Governance Framework) และหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัล เป็นความสามารถในการระบุกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาลและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการทำงานดิจิทัลที่รับผิดชอบ การอธิบายแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นหากไม่ปฏิบัติตาม สามารถประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำไปใช้ปฏิบัติได้เพื่อการปฏิบัติงานหรือปรับปรุงแนวทางการทำงานให้ดีขึ้น

7) ด้านการปฏิบัติตามข้อตกลงในการให้บริการและกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Service–level Agreement) เป็นความสามารถในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้รับบริการและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การกำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายร่วมกันเพื่อระบุระดับการให้บริการ การกำหนดรูปแบบ วิธีการดิจิทัลในการติดตามและประเมินผล การประเมินผลการให้บริการตามตัวชี้วัดและเปรียบเทียบกับค่าเป้าหมาย การจัดทำข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการเพื่อการปฏิบัติงานหรือปรับปรุงแนวทางการทำงานให้ดีขึ้น

8) ด้านการออกแบบองค์กรดิจิทัล (Future Design) เป็นความสามารถในการวิเคราะห์องค์กรปัจจุบันเปรียบเทียบกับองค์กรดิจิทัลอนาคต การกำหนดกระบวนงานหลักขององค์กรดิจิทัลที่ควรจะเป็นไปให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ การกำหนดบทบาทหน้าที่ ภาระงาน และทักษะของบุคคลใน

กระบวนงานหลักขององค์กรดิจิทัลที่ควรจะเป็น การปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการบุคลากรให้เหมาะสมกับองค์กรดิจิทัล

9) ด้านการริเริ่มและวางแผนโครงการภายใต้รัฐบาลดิจิทัล (Project Initiation and Planning) เป็นความสามารถในการกำหนดเป้าประสงค์ของโครงการที่ชัดเจน มีความเป็นไปได้ มีความคุ้มค่าในการทำโครงการมีการระบุหน่วยงานหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ การนำระบบดิจิทัลไปใช้ การวางแผนจัดการการสื่อสารโครงการ การวางแผนจัดการความเสี่ยงของโครงการ การจัดทำแผนควบคุมคุณภาพของโครงการ

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยงานวิจัยของ Domeny (2017, 82) ที่พบว่าผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องตระหนักถึงบทบาทของตนในฐานะผู้นำดิจิทัลและผู้นำการเปลี่ยนแปลงพร้อมกับอิทธิพลของตนในการสนับสนุน เสริมพลังและสร้างสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมเชิงนวัตกรรมสำหรับบุคลากร นักเรียน ผู้ปกครองและชุมชน Ersoy และ Demirer (2025, 4-7) ได้วิจัยความสัมพันธ์ระหว่างทักษะดิจิทัลและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาของรัฐในประเทศตุรกี ผลการวิจัยพบความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่าอายุมีผลต่อระดับทักษะทางดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา งานวิจัยนี้เสนอแนะให้ผู้กำหนดนโยบายต้องลงทุนเชิงกลยุทธ์ในการจัดอบรมทักษะดิจิทัลที่สอดคล้องกับช่วงวัยของผู้บริหาร ส่วนพิมลวรรณ ร่มวาปี (2566, 185-186) ได้ทำวิจัยกลยุทธ์การเสริมสร้างทักษะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบและตัวชี้วัดของทักษะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ทักษะการเสริมสร้างวิสัยทัศน์ ทักษะบริหารจัดการทรัพยากรในองค์การ ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรดิจิทัล ทักษะการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เชิงดิจิทัล ทักษะการรู้ดิจิทัล ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลอย่างมืออาชีพ ส่วนกลยุทธ์การเสริมสร้างทักษะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสามารถใช้เครื่องดิจิทัลได้อย่างมืออาชีพ กลยุทธ์การเพิ่มโอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงาน กลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อสามารถใช้สื่อเทคโนโลยีและการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกลยุทธ์การพัฒนาเครื่องมือเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการบริหารจัดการ ขณะที่สุจิตรา วันทอง และคณะ (2567, 242-246) ได้วิจัยแนวทางเสริมสร้างสมรรถนะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา ผลการวิจัยพบว่าสมรรถนะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษามี 5 ด้าน คือ การใช้ดิจิทัล การปรับตัวยุคดิจิทัล การแก้ปัญหาดิจิทัล การรู้และเข้าใจดิจิทัล และการมีจริยธรรมดิจิทัล แนวทางเสริมสร้างสมรรถนะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาประกอบด้วย 5 ด้าน จำนวน 45 แนวทาง ดังนี้ ด้านการรู้และเข้าใจดิจิทัล จำนวน 9 แนวทาง ด้านการใช้ดิจิทัล จำนวน 9 แนวทาง ด้านแก้ปัญหาดิจิทัล จำนวน 9 แนวทาง ด้านการปรับตัวยุคดิจิทัล จำนวน 9 แนวทาง และด้านการมีจริยธรรมดิจิทัล จำนวน 9 แนวทาง

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และประเมินความต้องการจำเป็นของการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานและประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อนำประเด็นข้อคำถามที่มีค่าความต้องการจำเป็นที่สูงกว่าค่าความต้องการจำเป็นโดยรวมของแต่ละด้านไปสร้างเป็นแนวสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการวิจัยระยะที่ 2 ต่อไป

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวนรวม 373,778 คน กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน รวมทั้งสิ้น 384 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร 32 คน และครู 352 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเทียบตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2560, 42-50) ได้มาโดยการสุ่มแบบเป็นกลุ่ม (Multi-stage Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม มี 2 ฉบับ ฉบับที่ 1แบบสอบถามสภาพปัจจุบันเกี่ยวกับทักษะดิจิทัลของผู้บริหารของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560, 121) มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .25-.68 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .98 ฉบับที่ 2 เป็นแบบสอบถามสภาพที่พึงประสงค์ทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .24-.70 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .98

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน เก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบทั้ง 384 คน คิดเป็นร้อยละ 100 หลังจากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560, 120-148) วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการจำเป็นโดยใช้ดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นโดยใช้สูตร Modified Priority Needs Index ($PNI_{Modified}$) ของสุวิมล ว่องวาณิช (2562 275-279) นำค่าความต้องการจำเป็นรายข้อที่มีค่าสูงกว่าค่าความต้องการจำเป็นโดยรวมของแต่ละด้านทั้ง 9 ด้าน ไปสร้างเป็นแนวสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการวิจัย ในระยะที่ 2 ต่อไป

ระยะที่ 2 การสร้างกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 10 คน และประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่สร้างขึ้นโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ทรงคุณวุฒิ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการตอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย (1) ผู้บริหารการศึกษา (2) ผู้บริหารสถานศึกษา (3) ครู (4) ศึกษานิเทศก์ และ (5) อาจารย์สถาบันอุดมศึกษา ประเภทละ 2 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้ (1) ผู้บริหารการศึกษา ได้แก่ ผู้อำนวยการหรือรองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ผู้อำนวยการหรือรองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ศึกษาธิการจังหวัดหรือรองศึกษาธิการจังหวัด (2) ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอกหรือผู้บริหารสถานศึกษาวิทยฐานะเชี่ยวชาญ (3) ครู ที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอกหรือครูผู้สอนวิทยฐานะครูเชี่ยวชาญ หรือครูที่มีผลงานดีเด่นระดับชาติด้านการพัฒนาทักษะดิจิทัล (4) ศึกษานิเทศก์ที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก หรือศึกษานิเทศก์วิทยฐานะเชี่ยวชาญ หรือศึกษานิเทศก์ที่มีผลงานดีเด่นระดับชาติด้านการพัฒนาทักษะดิจิทัล และ (5) อาจารย์ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการบริหารการศึกษา ที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก หรือมีตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ หรือมีผลงานดีเด่นด้านการพัฒนาทักษะดิจิทัล

ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 5 คน ประกอบด้วย (1) ผู้บริหารการศึกษา (2) ผู้บริหารสถานศึกษา (3) ครู (4) ศึกษานิเทศก์ และ (5) อาจารย์สถาบันอุดมศึกษา ประเภทละ 1 คน ซึ่งมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ คือ (1) ผู้บริหารการศึกษา ได้แก่ ผู้อำนวยการหรือรองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ผู้อำนวยการหรือรองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ศึกษาธิการจังหวัดหรือรองศึกษาธิการจังหวัด (2) ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก หรือผู้บริหารสถานศึกษาวิทยฐานะเชี่ยวชาญ (3) ครูที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก หรือครูวิทยฐานะครูเชี่ยวชาญ หรือครูที่มีผลงานดีเด่นระดับชาติด้านการพัฒนาทักษะดิจิทัล (4) ศึกษานิเทศก์ ที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก หรือศึกษานิเทศก์วิทยฐานะเชี่ยวชาญ หรือศึกษานิเทศก์ที่มีผลงานดีเด่นระดับชาติด้านการพัฒนาทักษะดิจิทัล และ (5) อาจารย์ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการบริหารการศึกษา ที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก หรือมีตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ หรืออาจารย์ที่มีผลงานดีเด่นระดับชาติด้านการพัฒนาทักษะดิจิทัล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ฉบับ ประกอบด้วย (1) แนวทางการสัมภาษณ์ โดยนำผลการประเมินความต้องการจำเป็นรายข้อที่มีค่าสูงกว่าค่าโดยรวมของแต่ละด้านทั้ง 9 ด้าน จากระยะที่ 1 มาสร้างเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง .80-1.0 และ (2) แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง .80-1.0

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 10 คน หลังจากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สังเคราะห์และจัดกลุ่มประเด็นทักษะดิจิทัลและแนวทางสร้างกลยุทธ์การพัฒนา เรียบเรียงข้อมูลที่ได้ในรูปกลยุทธ์การ

พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ซึ่งมีองค์ประกอบคือ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และวิธีการพัฒนาพัฒนาระดับบุคคล ระดับสถานศึกษา และระดับหน่วยงานต้นสังกัด หลังจากนั้นดำเนินการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย (Results)

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาและครู มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ

สภาพปัจจุบันระดับทักษะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านทักษะด้านการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงานประจำ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือด้านทักษะด้านการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน

สภาพที่พึงประสงค์ พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาและครู มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับทักษะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือด้านที่ 1 ทักษะด้านการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือด้านที่ 5 ทักษะด้านการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาและครู มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นทักษะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.072 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีความต้องการจำเป็นสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านที่ 3 ด้านทักษะการใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน ด้านที่ 8 ด้านทักษะการออกแบบองค์กรดิจิทัล และด้านที่ 1 ด้านทักษะการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล ตามลำดับ ผู้วิจัยจึงได้นำผลการประเมินความต้องการจำเป็นรายข้อที่มีค่าความต้องการจำเป็นสูงกว่าค่าความต้องการจำเป็นโดยรวมทั้ง 9 ด้านไปสร้างเป็นแนวการสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการวิจัยในระยะที่ 2 ต่อไป รายละเอียดดังตารางที่ 1

ISSN: 3027-8414 (Online)

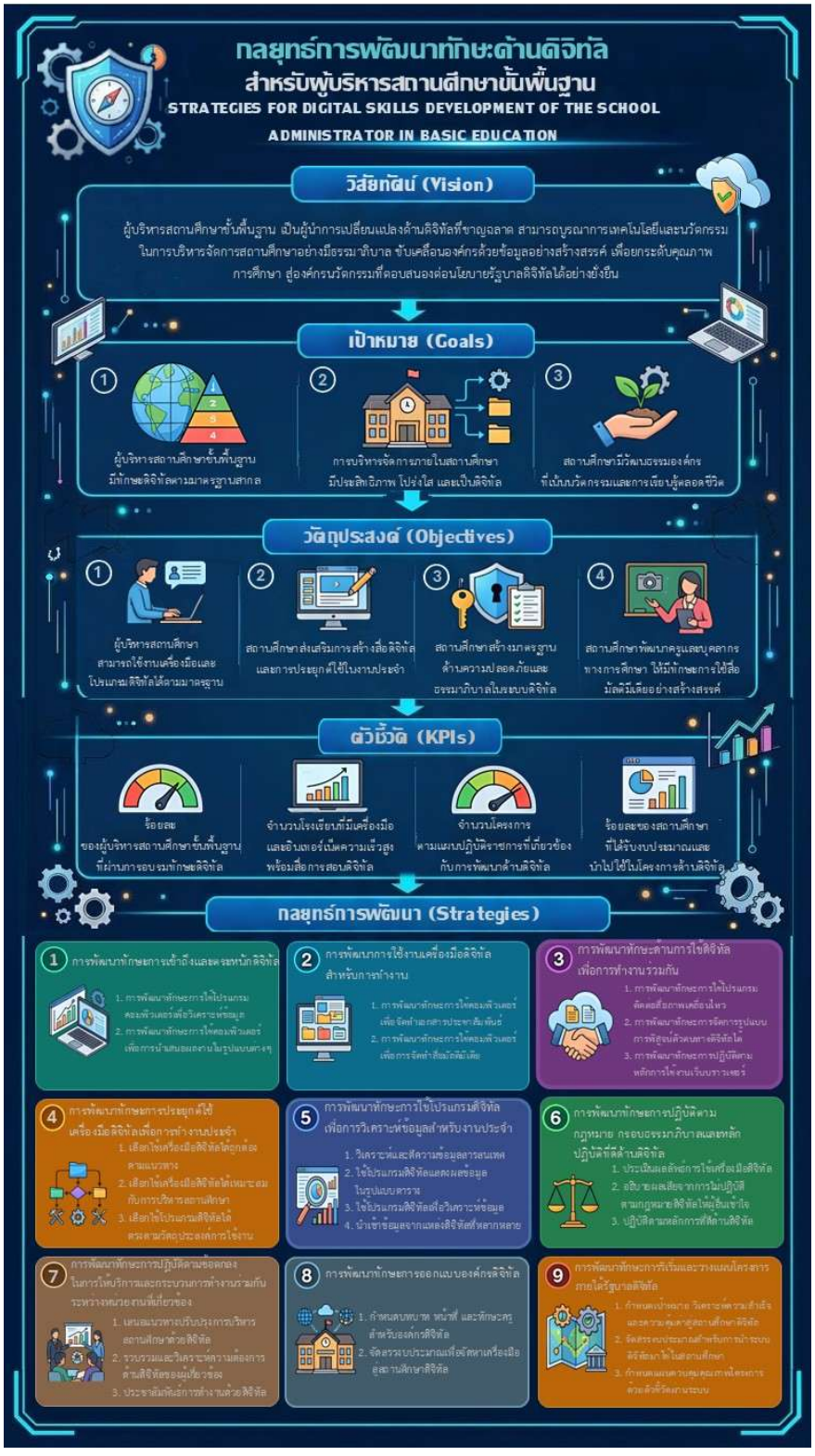
วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ยสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ ค่าดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง และลำดับความต้องการจำเป็นเกี่ยวกับทักษะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ทักษะดิจิทัล ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน	ระดับทักษะดิจิทัล ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน			ลำดับความต้องการจำเป็น
	ค่าเฉลี่ยสภาพปัจจุบัน	ค่าเฉลี่ยสภาพที่พึงประสงค์	$PNI_{Modified}$	
1. ด้านทักษะการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล	4.09	4.42	0.081	3
2. ด้านทักษะการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการทำงาน	4.08	4.29	0.051	8
3. ด้านทักษะการใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน	3.89	4.24	0.090	1
4. ด้านทักษะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงานประจำ	4.13	4.36	0.056	7
5. ด้านทักษะการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ	3.91	4.20	0.074	6
6. ด้านทักษะการปฏิบัติตามกฎหมายกรอบธรรมาภิบาลและหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัล	4.12	4.32	0.049	9
7. ด้านทักษะการปฏิบัติตามข้อตกลงในการให้บริการและกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.95	4.25	0.076	4
8. ด้านทักษะการออกแบบองค์กรดิจิทัล	3.99	4.34	0.088	2
9. ด้านทักษะการริเริ่มและวางแผนโครงการภายใต้รัฐบาลดิจิทัล	3.97	4.27	0.076	4
รวม	4.01	4.30	0.072	

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 ผู้วิจัยได้นำผลการประมินความต้องการจำเป็นในระยะที่ 1 จากข้อที่มีค่าความต้องการจำเป็นสูงกว่าค่าความต้องการจำเป็นโดยรวมทั้ง 9 ด้าน มาสร้างเป็นแนวสัมภาษณ์สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก แล้วสังเคราะห์เรียบเรียงเป็นกลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และวิธีการพัฒนาระดับบุคคล ระดับสถานศึกษา และระดับหน่วยงานต้นสังกัด รายละเอียด ดังภาพที่ 1 และตารางที่ 2



ภาพที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน (OpenAI, 2026)

สร้างขึ้นโดยใช้ Codia (OpenAI,2026) จากคำสั่ง(Prompt) ของผู้เขียน กลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน https://codia.ai/noteslide/e1d91e3c-bb31-497c-9f2e-4f015781f401

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ตารางที่ 2

แสดงวิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์หลัก และกลยุทธ์รองการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

วิสัยทัศน์	
ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลที่ชาญฉลาด สามารถบูรณาการเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการสถานศึกษาอย่างมีธรรมาภิบาล ขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล อย่างสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษา สู่องค์กรนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาลดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน	
เป้าหมาย	
1. ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีทักษะดิจิทัลตามมาตรฐานสากล 2. การบริหารจัดการภายในสถานศึกษามีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นดิจิทัล 3. สถานศึกษามีวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	
วัตถุประสงค์	
1. ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถใช้งานเครื่องมือและโปรแกรมดิจิทัลได้ตามมาตรฐาน 2. สถานศึกษาส่งเสริมการสร้างสื่อดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ในงานประจำ 3. สถานศึกษาสร้างมาตรฐานด้านความปลอดภัยและธรรมาภิบาลในระบบดิจิทัล 4. สถานศึกษาพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีทักษะการใช้สื่อมัลติมีเดียอย่างสร้างสรรค์	
ตัวชี้วัด	
1. ร้อยละของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่ผ่านการอบรมทักษะดิจิทัล 2. จำนวนโรงเรียนที่มีเครื่องมือและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงพร้อมสื่อการสอนดิจิทัล 3. จำนวนโครงการตามแผนปฏิบัติราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านดิจิทัล 4. ร้อยละของสถานศึกษาที่ได้รับงบประมาณและนำไปใช้ในโครงการด้านดิจิทัล	
กลยุทธ์หลัก	กลยุทธ์รอง
1. การพัฒนาทักษะการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล	1.1 การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล 1.2 การพัฒนาทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการนำเสนอผลงานในรูปแบบต่างๆ
2. การพัฒนาการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการทำงาน	2.1 การพัฒนาทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ 2.2 การพัฒนาทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการจัดทำสื่อมัลติมีเดีย
3. การพัฒนาทักษะด้านการใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน	3.1 การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมตัดต่อสื่อภาพเคลื่อนไหว 3.2 การพัฒนาทักษะการจัดการรูปแบบการพิสูจน์ตัวตนทางดิจิทัลได้ 3.3 การพัฒนาทักษะการปฏิบัติตามหลักการใช้งานเว็บบราวเซอร์

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ตารางที่ 2 แสดงวิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์หลัก และกลยุทธ์รองการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน (ต่อ)

กลยุทธ์หลัก	กลยุทธ์รอง
4. การพัฒนาทักษะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงานประจำ	4.1 การพัฒนาทักษะการเลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลได้ถูกต้องตามแนวทางการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล 4.2 การพัฒนาทักษะการเลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลได้เหมาะสมกับการบริหารสถานศึกษา 4.3 การพัฒนาทักษะการเลือกใช้โปรแกรมเครื่องมือดิจิทัลได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน
5. การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ	5.1 การพัฒนาทักษะการวิเคราะห์และตีความผลจากข้อมูลสารสนเทศ 5.2 การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตาราง 5.3 การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล 5.4 การพัฒนาทักษะการนำเข้าข้อมูลจากโปรแกรมดิจิทัลจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่ง
6. การพัฒนาทักษะการปฏิบัติตามกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาล และหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัล	6.1 การพัฒนาทักษะการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำเครื่องมือดิจิทัลไปใช้ปฏิบัติ 6.2 ความสามารถในการการอธิบายแก่ผู้เกี่ยวข้องให้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นหากไม่ปฏิบัติตามกฎหมายด้านดิจิทัล 6.3 การปฏิบัติตามหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัล
7. การพัฒนาทักษะการปฏิบัติตามข้อตกลงในการให้บริการและกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	7.1 การจัดทำข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริหารสถานศึกษาโดยใช้ดิจิทัล 7.2 การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้เกี่ยวข้องด้านดิจิทัล 7.3 การประกาศระดับการทำงานโดยใช้ดิจิทัลเพื่อให้บุคลากรทราบโดยทั่วกัน
8. การพัฒนาทักษะการออกแบบองค์กรดิจิทัล	8.1 การกำหนดบทบาทหน้าที่ ภาระงานและทักษะของครูในการจัดการเรียนรู้ขององค์กรดิจิทัลที่ควรจะเป็น 8.2 การจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือเพื่อสนับสนุนการพัฒนาสู่สถานศึกษาดิจิทัล
9. การพัฒนาทักษะการริเริ่มและวางแผนโครงการภายใต้รัฐบาลดิจิทัล	9.1 การกำหนดเป้าประสงค์ของโครงการ วิเคราะห์ความเป็นไปได้และประเมินความคุ้มค่าในการจัดทำโครงการสู่สถานศึกษาดิจิทัล 9.2 การจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสมในการนำระบบดิจิทัลไปใช้ในสถานศึกษา 9.3 การจัดทำแผนควบคุมคุณภาพของโครงการโดยใช้ตัวชี้วัดผ่านระบบ

ในแต่ละกลยุทธ์รองประกอบด้วยวิธีการพัฒนาระดับบุคคล ระดับสถานศึกษา และระดับหน่วยงานต้นสังกัด เช่น

กลยุทธ์หลักที่ 1 การพัฒนาทักษะการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล

กลยุทธ์รองที่ 1.1 การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการพัฒนาระดับบุคคล

1. ผู้บริหารสถานศึกษาควรเรียนรู้ด้วยตนเองโดยการเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ
2. ผู้บริหารสถานศึกษาควรอบรมผ่านสื่อออนไลน์
3. ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการทำงานประจำอย่างสม่ำเสมอ
4. ผู้บริหารสถานศึกษาควรฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง

วิธีการพัฒนาระดับสถานศึกษา

1. สถานศึกษาควรมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแก่ครูและผู้บริหารสถานศึกษาเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล
2. สถานศึกษาควรสนับสนุนครูและผู้บริหารสถานศึกษาเข้ารับการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล
3. สถานศึกษาควรจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของครูและผู้บริหารสถานศึกษาเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการพัฒนาระดับหน่วยงานต้นสังกัด

1.หน่วยงานต้นสังกัดควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลแก่ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัด
2. หน่วยงานต้นสังกัดควรจัดทำสื่อสำเร็จรูปแจกจ่ายให้สถานศึกษาในสังกัดเพื่อให้ผู้บริหารสถานศึกษาได้ฝึกการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง
3. หน่วยงานต้นสังกัดควรจัดทำสื่อหรือเอกสารเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผู้บริหารสถานศึกษาได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง
4. หน่วยงานต้นสังกัดควรจัดทำสื่อออนไลน์เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผู้บริหารสถานศึกษาได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง

4. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 4 พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายกลยุทธ์หลักพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกกลยุทธ์ กลยุทธ์หลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ กลยุทธ์หลักที่ 5 การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ กลยุทธ์หลักที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ กลยุทธ์หลักที่ 2 การพัฒนาการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการทำงาน และกลยุทธ์หลักที่ 3 การพัฒนาทักษะด้าน

การใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของกลยุทธ์พบว่าโดยรวมมีความเป็นไปได้ในระดับมาก กลยุทธ์หลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ กลยุทธ์หลักที่ 6 การพัฒนาทักษะการปฏิบัติตามกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาลและหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัล กลยุทธ์หลักที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือกลยุทธ์หลักที่ 7 การพัฒนาทักษะการปฏิบัติตามข้อตกลงในการให้บริการและกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

แสดงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมและจำแนกตามกลยุทธ์หลัก

กลยุทธ์หลัก	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การพัฒนาทักษะการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล	4.59	0.43	มากที่สุด	4.05	0.43	มาก
2. การพัฒนาการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการทำงาน	4.58	0.43	มากที่สุด	4.05	0.40	มาก
3. การพัฒนาทักษะด้านการใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน	4.58	0.38	มากที่สุด	4.00	0.29	มาก
4. การพัฒนาทักษะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงานประจำ	4.59	0.42	มากที่สุด	4.12	0.40	มาก
5. การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ	4.87	0.70	มากที่สุด	4.13	0.53	มาก
6. การพัฒนาทักษะการปฏิบัติตามกฎหมายกรอบธรรมาภิบาลและหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัล	4.60	0.42	มากที่สุด	4.28	0.41	มาก
7. การพัฒนาทักษะการปฏิบัติตามข้อตกลงในการให้บริการและกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4.60	0.39	มากที่สุด	3.93	0.61	มาก
8. การพัฒนาทักษะการออกแบบองค์กรดิจิทัล	4.61	0.39	มากที่สุด	4.10	0.41	มาก
9. การพัฒนาทักษะการริเริ่มและวางแผนโครงการภายใต้รัฐบาลดิจิทัล	4.65	0.40	มากที่สุด	4.03	0.52	มาก
รวม	4.63	0.38	มากที่สุด	4.08	0.40	มาก

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

จากการวิจัยกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันระดับทักษะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทกับทุกภาคส่วนรวมทั้งในระบบการศึกษาด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องปรับตัว ต้องเรียนรู้ทักษะดิจิทัลมากยิ่งขึ้นเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการสถานศึกษาได้ สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2562, 22-50) ที่ได้กำหนดให้ผู้ทำงานด้านนโยบายและงานวิชาการควรเป็นผู้ใช้ข้อมูลดิจิทัลที่ทันสมัย สามารถวิเคราะห์และใช้ข้อมูลรวมถึงเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการนำเสนอทางเลือกเชิงนโยบาย การกำหนดแผนงาน โครงการ ข้อเสนอทางวิชาการที่สอดคล้องกับทิศทางและยุทธศาสตร์องค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Domeny (2017, 82) ที่พบว่าผู้บริหารสถานศึกษาต้องตระหนักถึงบทบาทตนเองในฐานะผู้นำดิจิทัลและผู้นำการเปลี่ยนแปลงพร้อมกับอิทธิพลในการสนับสนุนวัฒนธรรมที่เป็นนวัตกรรมสำหรับครู นักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมลวรรณ ร่มวาปี (2566, 185-186) ที่พบว่าทักษะดิจิทัลของผู้บริหารประกอบด้วย 7 ทักษะ คือทักษะการเสริมสร้างวิสัยทัศน์ดิจิทัล ทักษะบริหารจัดการทรัพยากรในองค์การ ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการสร้างวัฒนธรรมองค์กรดิจิทัล ทักษะการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เชิงดิจิทัล ทักษะการรู้ดิจิทัล และทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลอย่างมืออาชีพ

สภาพที่พึงประสงค์ระดับทักษะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานโดยรวมและรายด้านอยู่ในมากทุกด้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะดิจิทัลเป็นเรื่องของความทันสมัยและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้บริหารสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องตระหนักและให้ความสำคัญของดิจิทัล ต้องปรับปรุงพัฒนาตนเองให้มีทักษะในการใช้ดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานและการบริหารจัดการสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลของครูและบุคลากรทางการศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2567, 7-12) กำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gordon และ Gordon (2018) ที่พบว่าคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบดิจิทัลคือ การตระหนักว่าดิจิทัลไม่ได้เกี่ยวกับขนาดของโครงการ แต่เป็นการเปลี่ยนผู้คนและวิธีการทำงาน การพัฒนาทักษะดิจิทัลทั่วทั้งองค์กรไม่ใช่แค่แผนกต่างๆ แต่เป็นการผสานรวมของกระบวนการและเทคโนโลยีดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sullivan (2017) ที่ได้เขียนบทความเกี่ยวกับทักษะของผู้นำดิจิทัลประกอบด้วย 8 ทักษะคือ ความรู้ความเข้าใจด้านดิจิทัล วิสัยทัศน์ดิจิทัล การเป็นผู้สนับสนุนและผลักดัน การแสดงตัวตนให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ ทักษะการสื่อสารถ่ายทอดวิสัยทัศน์ดิจิทัลให้บุคลากรนำไปปฏิบัติ ความสามารถในการปรับตัว การตระหนักรู้ตนเองในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงาน และการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันโดยใช้เทคโนโลยี และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุจิตรา วันทอง และคณะ (2567, 242-246) ที่พบว่าสมรรถนะ

ดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาประกอบด้วย การใช้ดิจิทัล การปรับตัวยุคดิจิทัล การแก้ปัญหาดิจิทัล การรู้และเข้าใจดิจิทัล และการมีจริยธรรมดิจิทัล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าทักษะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานอยู่ในระดับมากและมีผลการประเมินความต้องการจำเป็นโดยรวมเท่ากับ 0.072 แม้จะมีค่าต่ำซึ่งแสดงถึงช่องว่างความต้องการจำเป็นที่ไม่สูงมากนัก แต่ในการตีความเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยเห็นว่าการพัฒนาทักษะในระดับปฏิบัติการยังคงมีความสำคัญเพื่อยกระดับจากระดับมาก ไปสู่ระดับความเป็นเลิศ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการประเมินความต้องการจำเป็นรายข้อที่มีค่าสูงกว่าค่าความต้องการจำเป็นโดยรวมทั้ง 9 ด้านไปสร้างเป็นแนวการสัมภาษณ์เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ Domeny (2017) ที่เน้นย้ำถึงบทบาทการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความแตกต่างจากงานวิจัยในอดีตคือ ผลวิจัยนี้ได้นำเสนอ "กลยุทธ์เชิงบูรณาการ" ที่เชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาตนเองและระดับหน่วยงานต้นสังกัด ซึ่งช่วยปิดช่องว่างนโยบายที่เน้นการอบรมในห้องเรียนเป็นการพัฒนาผ่านแพลตฟอร์มการทำงานจริง ซึ่งเป็นนัยสำคัญเชิงนโยบายที่สามารถนำไปปรับใช้ในระดับเขตพื้นที่การศึกษาได้ทันที

2. กลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ 9 กลยุทธ์หลัก 25 กลยุทธ์รอง และวิธีการพัฒนาระดับบุคคล ระดับสถานศึกษา และระดับหน่วยงานต้นสังกัด สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2562, 66-88) ที่นำเสนอแนวคิดในการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับข้าราชการและบุคลากรภาครัฐต้องมีการพัฒนาใน 2 ระดับ คือระดับบุคคลและระดับองค์กร ในระดับบุคคลเรียนรู้ด้วยตนเองและจากการปฏิบัติงาน ส่วนในระดับองค์กรควรจัดทำแผนการพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานโดยคำนึงถึงเป้าหมายและผลลัพธ์ของการพัฒนาที่คาดหวัง รวมถึงจัดสรรและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสุจิตรา วันทอง และคณะ (2567, 242-246) ที่ได้เสนอแนวทางเสริมสร้างสมรรถนะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา ประกอบด้วย 5 ด้าน คือด้านการรู้และเข้าใจดิจิทัล ด้านการใช้ดิจิทัล ด้านแก้ปัญหาดิจิทัล ด้านการปรับตัวยุคดิจิทัล และด้านการมีจริยธรรมดิจิทัล และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมลวรรณ ร่มวาปี (2566, 185-186) ที่พบว่า กลยุทธ์การเสริมสร้างทักษะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา มี 4 กลยุทธ์คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสามารถใช้เครื่องดิจิทัลได้อย่างมืออาชีพ กลยุทธ์การเพิ่มโอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงาน กลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อสามารถใช้สื่อเทคโนโลยีและการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกลยุทธ์การพัฒนาเครื่องมือเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการบริหารจัดการ

กลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นอยู่ในวิสัยที่สามารถดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมได้ทั้งในระดับบุคคล ระดับสถานศึกษา และระดับหน่วยงานต้นสังกัด และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่จะพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล (สำนักงาน

คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2562, 4-25) สอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลตามกรอบระดับสมรรถนะดิจิทัลของครูและบุคลากรทางการศึกษา(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567, 7-13) ที่กำหนดให้มีสมรรถนะดิจิทัล ทั้งระดับพื้นฐาน ระดับกลาง และระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของพิมลวรรณ ร่มวาปี (2566, 186) ที่พบว่ากลยุทธ์การเสริมสร้างดิจิทัลประกอบด้วยกลยุทธ์การเพิ่มโอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงาน กลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อสามารถใช้สื่อเทคโนโลยีและการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับอัจฉรา นิยมาภา (2564, 187) ที่พบว่าเงื่อนไขความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษาวิถีใหม่ ผู้บริหารสถานศึกษาต้องใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารและการจัดการเรียนการสอนและปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมใหม่ให้เอื้อต่อแนวปฏิบัติใหม่ของสถานศึกษา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ersoy และ Demirer (2025, 4-7) ที่เสนอแนะให้ผู้กำหนดนโยบายต้องลงทุนเชิงกลยุทธ์ในการจัดอบรมทักษะดิจิทัลที่สอดคล้องกับช่วงวัยของผู้บริหาร

สรุป (Conclusion)

1. สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีองค์ประกอบ 9 ด้าน คือ (1) การพัฒนาทักษะการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล (2) การพัฒนาการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการทำงาน (3) การพัฒนาทักษะด้านการใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน (4) การพัฒนาทักษะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงานประจำ (5) การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ (6) การพัฒนาทักษะการปฏิบัติตามกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาลและหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัล (7) การพัฒนาทักษะการปฏิบัติตามข้อตกลงในการให้บริการและกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (8) การพัฒนาทักษะการออกแบบองค์กรดิจิทัล และ (9) การพัฒนาทักษะการริเริ่มและวางแผนโครงการภายใต้รัฐบาลดิจิทัล

2. ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่มีค่าสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านทักษะการใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน ด้านทักษะการออกแบบองค์กรดิจิทัล และด้านทักษะการเข้าถึงและตระหนักดิจิทัล

3. กลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานประกอบด้วยวิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์หลัก จำนวน 9 กลยุทธ์ กลยุทธ์รอง จำนวน 25 กลยุทธ์ และวิธีการพัฒนาระดับบุคคล ระดับสถานศึกษา และระดับหน่วยงานต้นสังกัด

4. กลยุทธ์การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่พัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความเป็นไปได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก

จากผลการวิจัยข้างต้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ หน่วยงานต้นสังกัด เช่น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ควรจัดทำ "คู่มือการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลรายบุคคล" (Individual Digital Development Plan) โดยมีกรอบเวลาที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำไปปฏิบัติและติดตามความก้าวหน้าของตนเองได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป (1) ควรทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยนำกลยุทธ์การพัฒนาจากงานวิจัยนี้ ไปทดลองปฏิบัติจริงเพื่อประเมินประสิทธิผลของกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้น (2) ควรทำการวิจัยหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เพื่อศึกษาผลกระทบต่อเนื่องว่าเมื่อผู้บริหารสถานศึกษาได้รับการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลจนอยู่ในระดับสูงแล้วจะส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสมรรถนะทางดิจิทัลของครูผู้สอน การบูรณาการเทคโนโลยีในห้องเรียน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนหรือไม่ อย่างไร

เอกสารอ้างอิง (References)

จิณณวัตร ปะโคทัง. (2561). *ภาวะผู้นำยุคดิจิทัล สำหรับผู้บริหารสถานศึกษามืออาชีพ*. ศิริธรรมออฟเซ็ท.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.

ปณตนนท์ เถียรประภากุล. (2561). ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคการศึกษา 4.0. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, *11*(2), 1994–2013. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/143779

พิมลวรรณ ร่มวาปี. (2566). *กลยุทธ์การเสริมสร้างทักษะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน* (ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

ธีระ รุญเจริญ. (2562). *ทิศทางการจัดการเรียนรู้สู่การศึกษา 4.0 ในยุคดิจิทัล. ในรวมบทความการบริหารการศึกษากับการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สู่การศึกษาในยุคดิจิทัล ชุดที่ 1*. วิทยาการพิมพ์ 1973.

วีระ หมายมั่น, สมบูรณ์ บูรศิริรักษ์ และสมชาย เทพแสง. (2560). การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของผู้เรียนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบูรณ์ เขต 2. *วารสารบริหารการศึกษา มศว*, *14*(26), 57–65. https://ejournals.swu.ac.th/index.php/EAJ/article/view/9270/7968

สุกัญญา แช่มช้อย. (2564). *การออกแบบนโยบายการพลิกโฉมระบบการเรียนรู้ที่ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคตในปี 2040*. อีเลฟเล่น สตาร์ อินเตอร์เทรด.

สุจิตรา วันทอง. ธีระพล เพ็งจันทร์, และนวัตกร หอมสิน. (2567). แนวทางเสริมสร้างสมรรถนะดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา. *วารสารมณีเชษฐาราม วัดจอมมณี, 8*(3), 235-248. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMCR

สุมิตร สุวรรณ. (2565). *กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม: เพชรเกษมพริ้นติ้ง.

สุวิมล ว่องวาณิช. (2562). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. พิมพ์ครั้งที่ 4. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2567). *คู่มือการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัล (Digital Competency) สำหรับครูและบุคลากรทางการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2562). *ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ตามมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 20 กันยายน 2560* สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2561). *สภาวะการศึกษาไทย 2561/2562: การปฏิรูปการศึกษาในยุคดิจิทัล*. บริษัทภาพพิมพ์ จำกัด.

อัจฉรา นิยมาภา. (2564). รูปแบบการบริหารสถานศึกษาวิถีใหม่สู่คุณภาพการศึกษาที่พึงประสงค์ ในบริบทที่เปลี่ยนแปลง. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ*, *14*(2), 178-195 https://ir.stou.ac.th/-bitstream/123456789/509/1/44248.pdf

Domeny, J.V. (2017). *The Relationship Between Digital Leadership and Digital Implementation in Elementary Schools* [Doctoral Dissertation, Southwest Baptist University]. https://eric.ed.gov/?id=ED576518

Ersoy, A., & Demirer, D. P. (2025). Assessing the digital competencies and transformational leadership of school administrators: The case of Adana. *Frontiers in Education*, *11*, Article 1750909. https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1750909

Gordon, C., & Gordon, B. (2018). *6 characteristics of digital leadership*. http://digileaders.com/6-characteristics-digital-leadership/

OpenAI. (2026). Codia. กลยุทธ์การพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน https://codia.ai/noteslide/e1d91e3c-bb31-497c-9f2e-4f015781f401

Organization for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD Digital Education Outlook 2023: Towards an effective digital education ecosystem*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/c74f03de-en

Sullivan, L. (2017). 8 Skills Every Digital Leader Needs. https://www.cmswire.com/digital-workplace/8-skills-every-digital-leader-needs/

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การจัดการตัวชี้วัดการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับสมรรถนะองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

Strategic Performance Indicator Management for Enhancing Organizational Performance: A Case Study of Prince of Songkla University, Phuket Campus

ณาราภัทร ใจตรง*, ณิชารีย์ ตรีธารมธุรส , อนิสา ขนาดผล , ทศพล สนิทเปรม
Naraphat Jaithrong*, Nicharee Treetharnmathurot , Anisa Kanadphol , Thotsaphol Sanitprem

งานนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผน สำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
80 หมู่ 1 ถนนวิชิตสงคราม ตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต 83120 ประเทศไทย
Policy Strategy and Planning Division, Phuket Campus Office
Prince of Songkla University, Phuket Campus
80 Moo 1 Vichitsongkram Road, Kathu, Phuket 83120, Thailand

***รับบทความ**: 14 มกราคม 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 10 กรกฎาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 17 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต โดยใช้กรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) 2) เพื่อสังเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานผ่านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกโดยใช้การสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS (TOWS Matrix) และ 3) เพื่อพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา ที่สามารถประยุกต์ใช้ในการยกระดับสมรรถนะองค์กร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารที่มีบทบาทในการกำหนดและกำกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน จำนวน 16 คน โดยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงประเด็น ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS ผลการวิจัย พบว่า การจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: naraphat.j@phuket.psu.ac.th

สำคัญ คือ 1) การจัดวางเชิงกลยุทธ์ 2) การกำกับดูแลข้อมูล 3) ภาวะผู้นำและการกำกับดูแล 4) การเรียนรู้ขององค์กร และ 5) ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก จากผลการวิเคราะห์สามารถสังเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาระบบการจัดการตัวชี้วัดได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก เชิงพัฒนา เชิงป้องกัน และเชิงปรับปรุง การพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา โดยบูรณาการระหว่างการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การวิเคราะห์เชิงประเด็น และการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดกรอบแนวคิดที่เชื่อมโยงการวิเคราะห์บริบทองค์กร การกำหนดกลยุทธ์ และการบริหารตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ไว้ในระบบเดียว จึงสามารถใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบระบบบริหารผลการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาและองค์กรภาครัฐที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

คำสำคัญ

การจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน; การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม; การสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์; สมรรถนะองค์กร; สถาบันอุดมศึกษา

***Received**: January 14, 2026* ***Revised**: July 10, 2026* ***Accepted**: August 17, 2026*

Abstract

This research investigated the strategic management of performance indicators to enhance organizational excellence, focusing on Prince of Songkla University, Phuket Campus. The study's objectives were threefold: 1) to analyze internal and external factors influencing performance indicator management via SWOT analysis; 2) to synthesize strategic development initiatives using the TOWS Matrix; and 3) to formulate a strategic performance indicator management framework tailored for higher education institutions. Employing a qualitative research design, data were elicited through semi- structured in- depth interviews with 16 purposively selected executives responsible for strategic oversight. The analytical process integrated Thematic Analysis with environmental scanning and strategic synthesis to ensure methodological rigor. The findings elucidated five pivotal dimensions underpinning effective indicator management: (1) Strategic Alignment, (2) Data Governance, (3) Leadership and Oversight, (4) Organizational Learning, and (5) External Stakeholder Accountability. Based on these insights, four strategic archetypes— proactive, developmental, preventive, and corrective— were synthesized to optimize the management system. Furthermore, the study culminated in the " Strategic Performance Indicator Management Framework," which

harmonizes contextual analysis, strategy formulation, and indicator administration into a unified system. This framework provides a robust model for higher education institutions and public sector entities to bridge the gap between strategic planning and performance execution, ultimately fostering sustainable high-performance outcomes.

Keywords

Performance Indicator Management; SWOT Analysis; TOWS Matrix; Organizational Performance; Higher Education Institutions

บทนำ (Introduction)

ในยุคที่สถาบันอุดมศึกษาต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล การแข่งขันในระดับนานาชาติ การประกันคุณภาพการศึกษา และความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การบริหารจัดการองค์กรโดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้รับการยอมรับว่าเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพและสมรรถนะขององค์กร ระบบการวัดและการจัดการผลการดำเนินงาน (Performance Measurement and Management: PMM) จึงมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์องค์กรสู่การปฏิบัติผ่านตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators: KPIs) สนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหารและการยกระดับสมรรถนะองค์กร (Mtau & Rahul, 2024, 66-82) ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและการเติบโตของสถาบันอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่อง (Guthrie et al., 2024, 1-25)

สำหรับสถาบันอุดมศึกษา ระบบการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานมีบทบาทสำคัญมากกว่าการติดตามผลภายในองค์กร โดยเป็นกลไกที่เชื่อมโยงกับการจัดสรรทรัพยากรผ่านการวางแผนงบประมาณให้สอดคล้องกับเป้าหมาย (Sari et al., 2023) อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันผ่านการใช้เทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูลในยุคดิจิทัล (Khan, 2024, 94-101) ส่งผลต่อการประกันคุณภาพและการจัดอันดับมหาวิทยาลัยในระดับสากล อย่างไรก็ตาม หลายการศึกษาพบปัญหาร่วมกันด้านการจัดการข้อมูล เช่น การกระจัดกระจายของข้อมูลและการขาดมาตรฐานข้อมูล (เนารุ่ง วิชาราช, 2562, 38-46) รวมถึงความท้าทายในการเชื่อมโยงระบบสารสนเทศเพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ และคณะ, 2563, 25-44) ซึ่งนำไปสู่ปัญหาการใช้ตัวชี้วัดเพื่อการรายงานผลมากกว่าการใช้เป็นเครื่องมือบริหารเชิงกลยุทธ์

แม้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาจะชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์กรในการขับเคลื่อนศักยภาพขององค์การ (รัตติกาล โสวะภาส และคณะ, 2563, 229-239) รวมถึงมีการนำเครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ (Weihrich, 1982; Helms & Nixon, 2010) แต่การศึกษาส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยหรือการกำหนดกลยุทธ์ใน

ภาพรวม โดยยังขาดการบูรณาการผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกเข้ากับการพัฒนาระบบการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ยังพบว่ามีการศึกษาจำนวนน้อยที่มุ่งพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูล ยุทธศาสตร์ ภาวะผู้นำ และการเรียนรู้ขององค์กรเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสถาบันอุดมศึกษา

บริบทของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากหลายสถาบันอุดมศึกษา เนื่องจากเป็นวิทยาเขตที่ดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยแม่ แต่ต้องบริหารจัดการให้สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่และพันธกิจของวิทยาเขต ส่งผลให้การกำหนดและการบริหารตัวชี้วัดต้องตอบสนองทั้งเป้าหมายระดับมหาวิทยาลัยและความต้องการของพื้นที่ ขณะเดียวกันยังเผชิญข้อจำกัดด้านการกระจายของข้อมูล ความซ้ำซ้อนของตัวชี้วัด และความแตกต่างของมาตรฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ซึ่งเป็นปัญหาที่พบในหลายสถาบันอุดมศึกษา แต่มีความซับซ้อนมากขึ้นจากลักษณะการบริหารแบบหลายวิทยาเขต จึงจำเป็นต้องมีแนวทางการจัดการตัวชี้วัดที่สามารถเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ ข้อมูล และการบริหารจัดการเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่ยังมุ่งศึกษาเพียงการจัดการตัวชี้วัดในภาพรวม หรือเน้นประสิทธิผลของ KPI เชิงปริมาณ มากกว่าการอธิบายเชิงลึกว่าปัจจัยภายในและภายนอกในบริบทของมหาวิทยาลัยหลายวิทยาเขตส่งผลต่อการจัดการตัวชี้วัดอย่างไร โดยเฉพาะประเด็นด้านการกำกับดูแลข้อมูล ความสอดคล้องเชิงยุทธศาสตร์ ภาวะผู้นำ การเรียนรู้ขององค์กร และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังไม่ได้รับการบูรณาการอย่างเป็นระบบในบริบทของวิทยาเขตภูเก็ต

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) และการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS (TOWS Matrix) เพื่อพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต และสถาบันอุดมศึกษาที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต โดยใช้กรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)
2. เพื่อสังเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน ผ่านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกโดยการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS (TOWS Matrix)
3. เพื่อพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา ที่สามารถประยุกต์ใช้ในการยกระดับสมรรถนะองค์กร

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1.การจัดการผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ของสถาบันอุดมศึกษา (Strategic Performance Management in Higher Education)

การแข่งขันระหว่างมหาวิทยาลัย การประกันคุณภาพ การจัดอันดับมหาวิทยาลัย และการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (DiMaggio & Powell, 1983; Scott, 2014) ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาต้องปรับระบบการบริหารให้สามารถใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ประกอบการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้บริบทดังกล่าว แนวคิด PMM ได้รับการพัฒนาให้ครอบคลุมมากกว่าการติดตามผลการดำเนินงาน แต่เป็นระบบที่เชื่อมโยงการกำหนดยุทธศาสตร์ การติดตามผล และการปรับปรุงองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมีตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน เป็นกลไกสำคัญในการสะท้อนผลสัมฤทธิ์ (Guthrie et al., 2024; Mtau & Rahul, 2024) อย่างไรก็ตาม แม้องค์กรจำนวนมากจะมีระบบตัวชี้วัดที่ชัดเจน แต่การนำตัวชี้วัดไปใช้ยังคงมุ่งเน้นการรายงานผลและการประเมินผลการดำเนินงาน มากกว่าการใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการบริหารเชิงกลยุทธ์ ส่งผลให้ตัวชี้วัดไม่สามารถสะท้อนศักยภาพขององค์กรหรือสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (Guthrie et al., 2024, 1-25)

2. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และการกำหนดทิศทางการพัฒนาระบบตัวชี้วัด

การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกอย่างเป็นระบบ โดยการใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อประเมินสถานะขององค์กร และนำผลการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงผ่านการสังเคราะห์กลยุทธ์ด้วย TOWS เพื่อกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เชิงพัฒนา เชิงป้องกัน และเชิงปรับปรุง (Weihrich, 1982; Helms & Nixon, 2010) ในบริบทของสถาบันอุดมศึกษานั้น การประยุกต์ใช้เครื่องมือดังกล่าวส่วนใหญ่มักจำกัดอยู่ที่การจัดทำแผนยุทธศาสตร์หรือการประเมินศักยภาพในภาพรวม (Dyson, 2004, 631-640) อย่างไรก็ตาม ยังพบช่องว่างสำคัญในการนำผลการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์มาบูรณาการเข้ากับการออกแบบระบบการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานโดยตรง ส่งผลให้การวางแผนยุทธศาสตร์และการบริหารจัดการตัวชี้วัดยังคงดำเนินงานในลักษณะแยกส่วนกัน ซึ่งขัดต่อหลักการบริหารจัดการสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นการบูรณาการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Guthrie et al., 2024; Mtau & Rahul, 2024)

3. ศักยภาพองค์กร ธรรมาภิบาลข้อมูล และแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมภายนอก

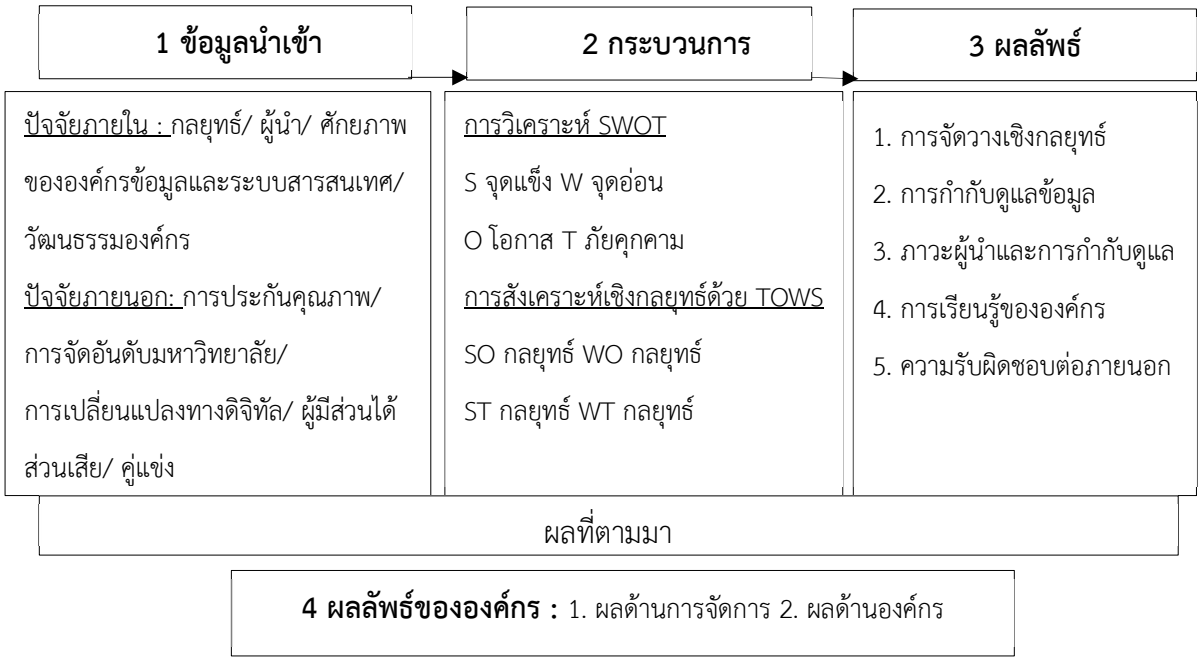
ความสำเร็จของระบบการจัดการตัวชี้วัดไม่ได้ขึ้นอยู่กับการออกแบบตัวชี้วัดเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับศักยภาพขององค์กรในหลายมิติ ทั้งด้านโครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และความพร้อมของบุคลากรในการขับเคลื่อนองค์การสู่ความเป็นเลิศ (วาสนา เลิศมะเลา และ เทพศักดิ์ บุณยรัตพันธุ์, 2561; รัตติกาล โสวะภาส และคณะ, 2563) ในมิติของข้อมูล แนวคิดธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) ระบุว่าคุณภาพและมาตรฐานข้อมูลภายใต้โครงสร้างการกำกับดูแลที่เหมาะสม เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ระบบการวัดผลมีความน่าเชื่อถือและสนับสนุนการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ได้ (Khatri & Brown, 2010; Khan, 2024) ขณะเดียวกัน ทฤษฎีเชิงสถาบัน (Institutional Theory) อธิบายว่าสถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องปรับระบบ

การดำเนินงานให้สอดคล้องกับแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การประกันคุณภาพและการจัดอันดับมหาวิทยาลัย (DiMaggio & Powell, 1983, 147-160) นอกจากนี้ การบริหารจัดการตัวชี้วัดที่มีประสิทธิภาพยังจำเป็นต้องอาศัยการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายในและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการบูรณาการข้อมูลและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Guthrie et al., 2024, 1-25) เมื่อสังเคราะห์ร่วมกัน จะเห็นได้ว่าการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเป็นระบบที่ต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างยุทธศาสตร์องค์กร ระบบข้อมูล ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร และแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมภายนอก มากกว่าการพัฒนาตัวชี้วัดในมิติใดมิติหนึ่งเพียงลำพัง

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า งานวิจัยที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการวัดผลและตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการกำหนดยุทธศาสตร์องค์กร แต่ยังมีข้อจำกัดสำคัญ 3 ประการคือ 1) การให้ความสำคัญกับการวัดผลมากกว่าการจัดการตัวชี้วัดในฐานะกลไกการบริหารเชิงกลยุทธ์ 2) ขาดการบูรณาการปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ข้อมูล และภาวะผู้นำ เพื่อพัฒนาระบบที่สอดคล้องกับบริบทของสถาบันอุดมศึกษา และ 3) ส่วนใหญ่มักใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ส่งผลให้ยังขาดการวิจัยเชิงคุณภาพที่สามารถสังเคราะห์ปัจจัยเชิงบูรณาการเพื่อนำไปสู่การพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งบูรณาการการวิเคราะห์เชิงประเด็น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เพื่อพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษาที่สามารถประยุกต์ใช้กับสถาบันอุดมศึกษาได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายมิติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์องค์ความรู้จากการทบทวนวรรณกรรมและกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก การสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ และการพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. ขอบเขตการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ รายงานผลการดำเนินงาน และเอกสารด้านการประกันคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งมิติด้านนโยบายและการบริหารจัดการ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงประเด็นตามแนวทางของ Braun and Clarke (2006, 77-101) ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Weihrich, 1982; Helms & Nixon, 2010)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรของการวิจัย คือ ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับวิทยาเขต ระดับคณะ และระดับส่วนงาน จาก 5 หน่วยงาน ได้แก่ 1) คณะการบริการและการท่องเที่ยว 2) คณะเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม 3) คณะวิเทศศึกษา 4) วิทยาลัยการคอมพิวเตอร์ และ 5) สำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต โดยผู้บริหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการกำหนด กำกับ ติดตาม และใช้ประโยชน์จากตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน มีจำนวนทั้งสิ้น 16 ตำแหน่ง ตามโครงสร้างการบริหารของมหาวิทยาลัย ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 16 คน คัดเลือกด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามแนวคิดของ Patton (2015) จากผู้ดำรงตำแหน่งผู้บริหารที่มีบทบาทโดยตรงในการกำหนด ติดตาม และใช้ข้อมูลตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน ได้แก่ รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี คณบดี รองคณบดี ผู้ช่วยคณบดี และผู้อำนวยการสำนักงานวิทยาเขต เนื่องจากประชากรที่

เข้าเกณฑ์มีจำนวนจำกัดและมีบทบาทเฉพาะด้าน การศึกษาครั้งนี้จึงเลือกศึกษาผู้บริหารครบทุกตำแหน่ง เพื่อให้ครอบคลุมมุมมองด้านนโยบายและการบริหารตัวชี้วัดในทุกระดับของวิทยาเขต การกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลจึงมิได้อ้างอิงเพียงความสะดวกในการเก็บข้อมูล แต่อ้างอิงจากขอบเขตของบทบาทหน้าที่ตามโครงสร้างองค์กรจริง ประกอบกับการยืนยันความเพียงพอของข้อมูลด้วยเกณฑ์ความอิ่มตัว (Data Saturation) คือ เมื่อดำเนินการสัมภาษณ์ พบว่า ข้อมูลที่ได้รับมีลักษณะซ้ำกันในประเด็นสำคัญ โดยไม่พบประเด็นใหม่ที่มีนัยสำคัญเพิ่มเติมจากข้อมูลเดิม จึงพิจารณาว่าบรรลุภาวะอิ่มตัวของข้อมูลและยุติการเก็บข้อมูลเมื่อครบผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 16 คน ตามขอบเขตประชากร โดยเกณฑ์การคัดเข้า ได้แก่ 1) เป็นผู้ดำรงตำแหน่งผู้บริหารตามโครงสร้างของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต และ 2) มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการกำหนด ติดตาม หรือใช้ข้อมูลตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน ส่วนเกณฑ์การคัดออก ได้แก่ ผู้บริหารที่ไม่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการบริหารตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยนี้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Guide) ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดการบริหารผลการดำเนินงาน PMM แนวคิดการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ และกรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ข้อคำถามมีลักษณะปลายเปิด จำนวน 13 ข้อ คำถามเป็นลักษณะปลายเปิด ประกอบ 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประเด็นคำถาม 2 ข้อ ส่วนที่ 2 จุดแข็งในการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กร ประเด็นคำถาม 4 ข้อ ตัวอย่างคำถาม “องค์กรของท่านมีจุดแข็งด้านใดในการจัดการตัวชี้วัดในปัจจุบัน” ส่วนที่ 3 จุดอ่อนในการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กร ประเด็นคำถาม 2 ข้อ ตัวอย่างคำถาม “องค์กรของท่านมีข้อจำกัดหรือปัญหาใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการจัดการตัวชี้วัดให้มีประสิทธิภาพ” ส่วนที่ 4 โอกาสในการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กร ประเด็นคำถาม 2 ข้อ ตัวอย่างคำถาม “ปัจจัยภายนอกใดบ้างก่อให้เกิดการพัฒนาการจัดการตัวชี้วัด” ส่วนที่ 5 อุปสรรค/ความท้าทายในการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กร ประเด็นคำถาม 2 ข้อ ตัวอย่างคำถาม “องค์กรของท่านเผชิญอุปสรรคหรือความท้าทายใดบ้างในการจัดการตัวชี้วัดในภาพรวม” ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ประเด็นคำถาม 1 ข้อ ตัวอย่างคำถาม “บทเรียนสำคัญใดบ้างในองค์กร ที่ท่านคิดว่าส่งผลให้การจัดการตัวชี้วัดประสบความสำเร็จ” รวมทั้งหมด 13 ข้อ ทั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ตามแนวทางของ บุญชม ศรีสะอาด (2560) ซึ่งกำหนดให้ค่าดัชนีตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปถือว่ายอมรับได้ ทั้งนี้ผลการประเมินเครื่องมือมีค่า IOC เฉลี่ยเท่ากับ 0.93 แสดงว่าเครื่องมือมีความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับที่เหมาะสม และผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต รหัส PSU-HREC-2025-048-1-2

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม–พฤศจิกายน 2568 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง ใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 40–60 นาทีต่อคน ก่อนการสัมภาษณ์ มีการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย สิทธิในการปฏิเสธหรือยุติการให้ข้อมูล และการรักษาความลับ โดยการสัมภาษณ์

ดำเนินการโดยผู้ช่วยวิจัยซึ่งเป็นบุคลากรสายอำนวยการ มีประสบการณ์ด้านการวิจัยและผ่านการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ทำหน้าที่ประสานงาน นัดหมาย และบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์ จากนั้นผู้วิจัยถอดความข้อมูลแบบคำต่อคำ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ นอกจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยยังวิเคราะห์เอกสาร เพื่อใช้ประกอบการตีความข้อมูลและตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการตามแนวทางการวิเคราะห์เชิงประเด็นของ Braun and Clarke (2006, 77-101) ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) การทำความคุ้นเคยกับข้อมูล ผู้วิจัยถอดความข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ อ่านข้อมูลซ้ำหลายรอบ และเปรียบเทียบกับบันทึกภาคสนามเพื่อทำความเข้าใจบริบทของข้อมูล 2) การกำหนดรหัสข้อมูล ใช้แนวทางระหว่างการให้รหัสเชิงนิรนัย โดยกำหนดกรอบรหัสตั้งต้นจากกรอบแนวคิดการวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้รหัสเชิงอุปนัยที่เกิดขึ้นใหม่จากข้อมูลภาคสนามโดยตรง เพื่อให้รหัสที่ได้สะท้อนทั้งกรอบทฤษฎีตั้งต้นและประเด็นสำคัญที่ปรากฏจริงในข้อมูล 3) การพัฒนาประเด็นหลัก รหัสข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันเชิงความหมายถูกจัดกลุ่มเป็นประเด็นย่อย และสังเคราะห์เป็นประเด็นหลัก โดยผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรหัสข้อมูล ประเด็นย่อย และประเด็นหลักซ้ำอีกครั้งกับข้อมูลต้นฉบับเพื่อยืนยันว่าประเด็นที่สังเคราะห์ได้มีหลักฐานเชิงประจักษ์รองรับอย่างครบถ้วน 4) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และ สังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ประเด็นหลักที่ได้จากการวิเคราะห์ถูกจำแนกตามกรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) ก่อนนำมาสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS เพื่อกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก (SO) เชิงพัฒนา (WO) เชิงป้องกัน (ST) และเชิงปรับปรุง (WT) และใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา ผลการวิเคราะห์นำเสนอในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา ตารางสรุปประเด็นหลัก และแผนภาพแสดงกรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์

6. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้แนวทางการสร้างความน่าเชื่อถือของงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Trustworthiness) ตามเกณฑ์ของ Lincoln and Guba (1985) ร่วมกับแนวทางการวิเคราะห์เชิงประเด็นของ Nowell et al. (2017, 1-13) โดยพิจารณา 4 ด้าน คือ 1) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยการตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับกับผู้ให้ข้อมูล และการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าระหว่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์เอกสาร และบันทึกภาคสนาม 2) ความสามารถในการทำซ้ำได้ (Dependability) ตรวจสอบความชัดเจนของกระบวนการตั้งแต่ การเก็บข้อมูล การถอดความ การกำหนดรหัส การพัฒนาประเด็น และการสังเคราะห์ผลการวิจัย เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ 3) การยืนยันผล (Confirmability) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อมูลดิบ รหัสข้อมูล ประเด็นย่อย และประเด็นหลัก รวมทั้งอ้างอิงข้อความจากผู้ให้ข้อมูลประกอบการตีความ (Direct Quotes) เพื่อยืนยันว่าผลการวิจัยสะท้อนข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 4) การถ่ายทอดผลการวิจัย (Transferability) อธิบายบริบทการวิจัย ลักษณะผู้ให้ข้อมูล ขั้นตอนการวิจัย และกระบวนการวิเคราะห์

ผลการวิจัย (Results)

การวิจัยครั้งนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารที่มีบทบาทโดยตรงในการกำหนด กำกับ และขับเคลื่อนตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต จำนวน 16 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารวิทยาเขต 6 คน ผู้บริหารคณะการบริการและการท่องเที่ยว 2 คน ผู้บริหารคณะเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม 2 คน ผู้บริหารคณะวิเทศศึกษา 2 คน และผู้บริหารวิทยาลัยการคอมพิวเตอร์ 4 คน ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสารโดยใช้การวิเคราะห์เชิงประเด็นร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

วัตถุประสงค์ที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต โดยใช้กรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ประเด็นหลักจากข้อมูลเชิงคุณภาพ

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเด็นย่อย (Sub-theme)	รหัสข้อมูล (Code)	รหัสข้อมูลย่อย (Sub-Code)
1. การจัดวางเชิงกลยุทธ์ Strategic Alignment	ความสอดคล้องของตัวชี้วัด	Key Performance Indicators Relevance	(P1) ตัวชี้วัดบางรายการไม่สะท้อนบริบทของวิทยาเขต
	ความซับซ้อนของตัวชี้วัด	Key Performance Indicators Complexity	(P2) มีตัวชี้วัดจำนวนมากและบางส่วนซ้ำซ้อน
	การเชื่อมโยงยุทธศาสตร์	Strategy Deployment	(P3) การถ่ายทอดตัวชี้วัด จากมหาวิทยาลัยสู่หน่วยงานมีความชัดเจน
2. การกำกับดูแลข้อมูล Data Governance	การบูรณาการข้อมูล	Data Fragmentation	(P4) ข้อมูลตัวชี้วัด กระจายอยู่หลายระบบ
	คุณภาพข้อมูล	Data Standardization	(P5) ข้อมูลจากแต่ละหน่วยงานไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
	ประสิทธิภาพการจัดการข้อมูล	Data Collection Process	(P6) การรวบรวมข้อมูลใช้เวลานาน
3. ภาวะผู้นำและการกำกับดูแล Leadership and Governance	การกำกับติดตาม	Executive Monitoring	(P7) ผู้บริหารติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
	กลไกกำกับดูแล	KPI Review	(P8) การประชุมทบทวนตัวชี้วัดช่วยให้เห็นปัญหาได้เร็วขึ้น

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ประเด็นหลักจากข้อมูลเชิงคุณภาพ (ต่อ)

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเด็นย่อย (Sub-theme)	รหัสข้อมูล (Code)	รหัสข้อมูลย่อย (Sub-Code)
	ภาวะผู้นำ	Leadership Support	(P9) การสนับสนุนจากผู้บริหารมีผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด
4. การเรียนรู้ขององค์กร Organizational Learning	การใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนา	Continuous Improvement	(P10) มีการนำผลตัวชี้วัดมาปรับปรุงแผนงานประจำปี
	การเรียนรู้จากข้อมูล	Compliance-Oriented Key Performance Indicators	(P11) ตัวชี้วัดถูกใช้เพื่อรายงานผลมากกว่าพัฒนางาน
	การเรียนรู้ร่วมกัน	Knowledge Sharing	(P12) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน
5. ความรับผิดชอบต่อภายนอก External Accountability	แรงกดดันภายนอก	Quality Assurance Requirements	(P13) ข้อกำหนดด้านประกันคุณภาพส่งผลต่อการกำหนด ตัวชี้วัด
	ความคาดหวังจากภายนอก	Ranking Pressure	(P14) การจัดอันดับมหาวิทยาลัยมีผลต่อการเลือกตัวชี้วัด
	ความรับผิดชอบต่อสังคม	Stakeholder Expectations	(P15) ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เชิงประเด็น พบว่า การจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต สามารถสังเคราะห์ได้เป็น 5 ประเด็นหลัก และ 15 ประเด็นย่อย สะท้อนทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกขององค์กร ดังนี้

1. การจัดวางเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alignment) พบว่า แม้การถ่ายทอดตัวชี้วัดจากระดับมหาวิทยาลัยสู่ระดับหน่วยงานมีความชัดเจน แต่ตัวชี้วัดบางรายการยังไม่สอดคล้องกับบริบทของวิทยาเขต และมีความซ้ำซ้อน เช่น P1 ระบุว่า "ตัวชี้วัดบางรายการไม่สะท้อนบริบทของวิทยาเขต" และ P2 ระบุว่า "มีตัวชี้วัดจำนวนมากและบางส่วนซ้ำซ้อน" สะท้อนถึงความจำเป็นในการทบทวนและปรับปรุงตัวชี้วัดให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กร

2. การกำกับดูแลข้อมูล (Data Governance) พบว่า ข้อมูลตัวชี้วัดยังคงกระจายอยู่หลายระบบและขาดมาตรฐานเดียวกัน ส่งผลให้การรวบรวมข้อมูลใช้เวลานาน เช่น P4 ระบุว่า "ข้อมูลตัวชี้วัด กระจายอยู่หลายระบบ" และ P6 ระบุว่า "การรวบรวมข้อมูลใช้เวลานาน" สะท้อนข้อจำกัดของระบบข้อมูลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารตัวชี้วัด

3. ภาวะผู้นำและการกำกับดูแล (Leadership and Governance) พบว่า ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของการบริหารตัวชี้วัด ทั้งในด้านการติดตามผลและการสนับสนุนการดำเนินงาน เช่น P7 ระบุ

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ว่า "ผู้บริหารติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ" และ P9 ระบุว่า "การสนับสนุนจากผู้บริหารมีผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด"

4. การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning) พบว่า หน่วยงานมีการนำผลการดำเนินงานมาปรับปรุงแผนงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน การใช้ตัวชี้วัดยังมุ่งเน้นการรายงานผลมากกว่าการใช้เพื่อการพัฒนา เช่น P10 ระบุว่า "มีการนำผลตัวชี้วัดมาปรับปรุงแผนงานประจำปี" P11 ระบุว่า "ตัวชี้วัดถูกใช้เพื่อรายงานผลมากกว่าพัฒนางาน"

5. ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (External Accountability) พบว่า ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อการกำหนดตัวชี้วัดและการบริหารผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย เช่น P13 ระบุว่า "ข้อกำหนดด้านประกันคุณภาพส่งผลต่อการกำหนดตัวชี้วัด" และ P15 ระบุว่า "ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง"

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แสดงให้เห็นว่า การจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยได้รับอิทธิพลจากทั้งปัจจัยภายใน ได้แก่ การจัดวางเชิงกลยุทธ์ การกำกับดูแลข้อมูล ภาวะผู้นำ และการเรียนรู้ขององค์กร และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ข้อกำหนดด้านการประกันคุณภาพ การจัดอันดับมหาวิทยาลัย และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยสรุปผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน

ประเด็นหลัก	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
1. การจัดวางเชิงกลยุทธ์ Strategic Alignment	การเชื่อมโยงตัวชี้วัดกับยุทธศาสตร์องค์กรอย่างเป็นระบบ	ตัวชี้วัดบางส่วนยังไม่สอดคล้องกับบริบทของหน่วยงาน	แนวโน้มการปรับปรุงตัวชี้วัดให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และพันธกิจ	ความซับซ้อนและความซ้ำซ้อนของตัวชี้วัดที่เพิ่มขึ้น
2. การกำกับดูแลข้อมูล Data Governance	มีระบบสารสนเทศที่สนับสนุนการดำเนินงานและการติดตามผล	ข้อมูลยังคงกระจัดกระจายอยู่ในหลายระบบและขาดการบูรณาการ	ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบวิเคราะห์ข้อมูล	ความถูกต้อง ความสอดคล้อง และความน่าเชื่อถือของข้อมูล
3. ภาวะผู้นำและการกำกับดูแลLeadership and Governance	ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการกำกับติดตามตัวชี้วัด	การติดตามผลการดำเนินงานยังไม่สม่ำเสมอในบางหน่วยงาน	การพัฒนากลไกกำกับติดตามเชิงระบบและเชิงดิจิทัล	การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารและนโยบายที่อาจส่งผลต่อความต่อเนื่อง

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน **(ต่อ)**

ประเด็นหลัก	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
4. การเรียนรู้ขององค์กร Organizational Learning	มีการทบทวนผลการดำเนินงานเป็นระยะ	การใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนางานยังไม่กระจายทั่วทั้งองค์กร	การส่งเสริมวัฒนธรรมการใช้ข้อมูลเพื่อการเรียนรู้และการปรับปรุงงาน	การมุ่งเน้นการรายงานผลมากกว่าการเรียนรู้เชิงพัฒนา
5. ความรับผิดชอบต่อภายนอก External Accountability	องค์กรมีการตอบสนองต่อมาตรฐานและข้อกำหนดภายนอก	ภาระการรายงานข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	แรงผลักจากการประกันคุณภาพ การจัดอันดับมหาวิทยาลัย และ ESG	ความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เพิ่มสูงขึ้น

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานมีทั้งปัจจัยสนับสนุนและข้อจำกัดภายในองค์กร ควบคู่กับโอกาสและความท้าทายจากสภาพแวดล้อมภายนอก ส่งผลต่อประสิทธิภาพของระบบตัวชี้วัดในการสนับสนุนการตัดสินใจและการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมาสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน และสร้างกรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 2 การสังเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน ผ่านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกโดยการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ครอบคลุมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาสังเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต โดยมุ่งเน้นการใช้จุดแข็งเพื่อสร้างโอกาส การพัฒนาจุดอ่อนโดยอาศัยโอกาสจากสภาพแวดล้อมภายนอก การใช้จุดแข็งเพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคาม และการลดข้อจำกัดภายในควบคู่กับการรับมือความท้าทายภายนอก ผลการวิเคราะห์สามารถสังเคราะห์เป็นกลยุทธ์หลักดังแสดงในตารางที่ 4

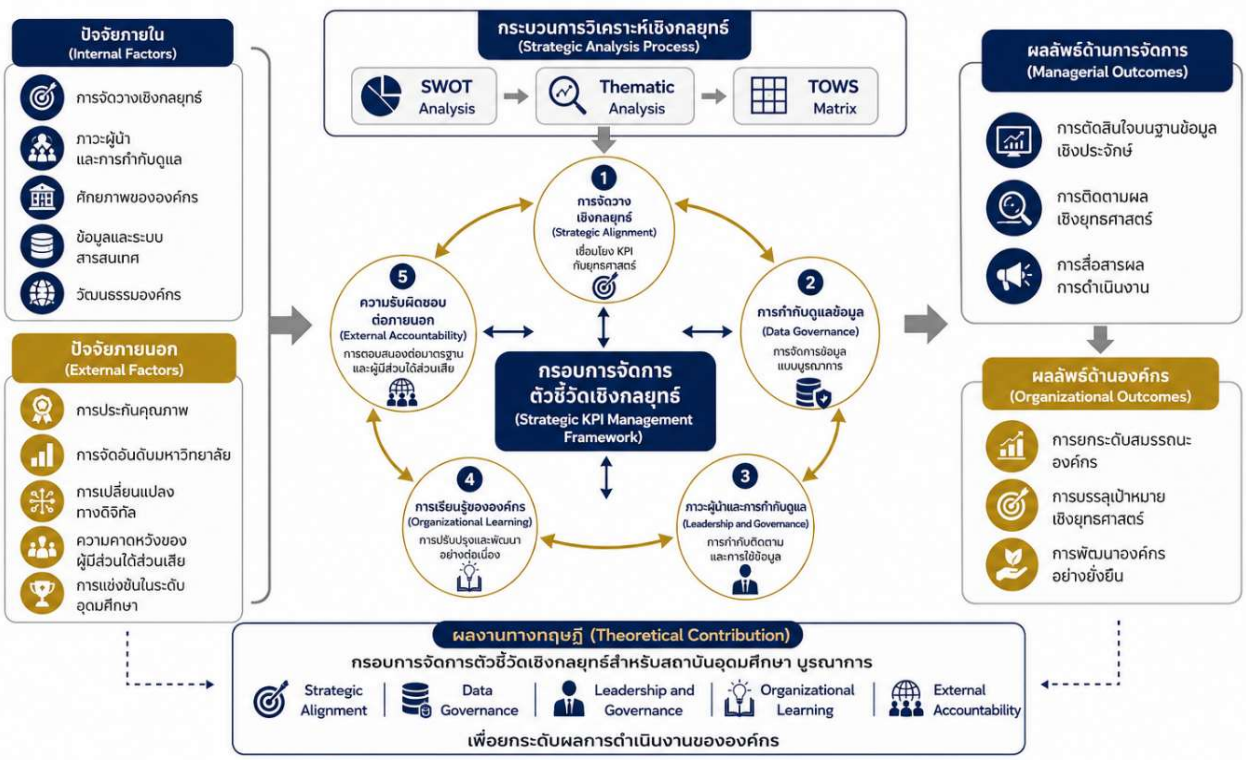
ตารางที่ 4 สรุปผลการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS ของการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน

ประเภทกลยุทธ์	แนวทางเชิงกลยุทธ์
1. SO Strategy (ใช้จุดแข็งเพื่อสร้างโอกาส)	พัฒนาระบบการจัดการตัวชี้วัดที่เชื่อมโยงยุทธศาสตร์องค์กรเข้ากับระบบข้อมูลดิจิทัลอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหาร ยกระดับประสิทธิภาพการบริหารผลการดำเนินงาน และตอบสนองต่อข้อกำหนดด้านการประกันคุณภาพ การจัดอันดับมหาวิทยาลัย และแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ESG)
2. WO Strategy (ใช้โอกาสเพื่อพัฒนาจุดอ่อน)	ยกระดับการกำกับดูแลข้อมูลและบูรณาการฐานข้อมูลกลาง โดยอาศัยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อแก้ไขปัญหาความซ้ำซ้อน ความกระจัดกระจาย และความไม่สอดคล้องของข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
3. ST Strategy (ใช้จุดแข็งเพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคาม)	เสริมสร้างบทบาทของผู้บริหารในการกำกับติดตามตัวชี้วัด และใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ในการบริหารจัดการ เพื่อรองรับการแข่งขันด้านคุณภาพ การจัดอันดับมหาวิทยาลัย และความคาดหวังที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. WT Strategy (ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม)	พัฒนาวัฒนธรรมการใช้ข้อมูล การเรียนรู้ขององค์กร และกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เพื่อลดภาระการรายงานข้อมูล เพิ่มความคล่องตัวในการบริหารตัวชี้วัด และเสริมสร้างความยั่งยืนของระบบการจัดการผลการดำเนินงาน

การสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก สามารถกำหนดแนวทางเชิงกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานได้ 4 กลุ่ม คือ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงปรับปรุง (WT) ดังนี้ 1) กลยุทธ์เชิงรุก ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งขององค์กรเพื่อสร้างโอกาส โดยพัฒนาระบบการจัดการตัวชี้วัดที่เชื่อมโยงยุทธศาสตร์องค์กรเข้ากับระบบข้อมูลดิจิทัลอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหาร ยกระดับประสิทธิภาพการบริหารผลการดำเนินงาน และตอบสนองต่อข้อกำหนดด้านการประกันคุณภาพ การจัดอันดับมหาวิทยาลัย และแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ESG) 2) กลยุทธ์เชิงพัฒนา ใช้โอกาสภายนอกในการพัฒนาจุดอ่อนขององค์กร โดยยกระดับการกำกับดูแลข้อมูลและบูรณาการฐานข้อมูลกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลจากทุกหน่วยงาน พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อแก้ไขปัญหาความซ้ำซ้อน ความกระจัดกระจาย และความไม่สอดคล้องของข้อมูลระหว่างหน่วยงาน 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน ใช้จุดแข็งขององค์กรเพื่อลดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอก โดยเสริมสร้างบทบาทของผู้บริหารในการกำกับติดตามตัวชี้วัด และใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ในการบริหารจัดการ เพื่อรองรับการแข่งขันด้านคุณภาพ การจัดอันดับมหาวิทยาลัย และความคาดหวังที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) กลยุทธ์เชิงปรับปรุง ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงความเสี่ยง โดยพัฒนาวัฒนธรรมการใช้ข้อมูล ส่งเสริมการเรียนรู้ขององค์กร และสร้างความร่วมมือ

ระหว่างหน่วยงาน เพื่อยกระดับคุณภาพการรายงานข้อมูล ลดภาระการจัดทำรายงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารตัวชี้วัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 3 การพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา ที่สามารถประยุกต์ใช้ในการยกระดับสมรรถนะองค์กร จากผลการวิเคราะห์เชิงประเด็นและการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS นำสู่การบูรณาการผลการศึกษาเพื่อพัฒนา “กรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา” (Strategic KPI Management Framework for Higher Education) มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานให้เชื่อมโยงกับการตัดสินใจเชิงบริหาร การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ และการยกระดับสมรรถนะองค์กรอย่างเป็นระบบ ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2: กรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา

สร้างขึ้นโดยใช้ ChatGPT (OpenAI, 2026) จากคำสั่งของผู้เขียน โดยประยุกต์จากแนวคิด PMM (Guthrie et al., 2024), SWOT–TOWS (Weihrich, 1982; Helms & Nixon, 2010), Data Governance (Khatri & Brown, 2010) และ Institutional Theory (DiMaggio & Powell, 1983)

ผลการวิจัย พบว่า สามารถพัฒนากรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา โดยบูรณาการผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การวิเคราะห์เชิงประเด็น และการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เพื่อกำหนด

กรอบการบริหารตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับบริบทของสถาบันอุดมศึกษา กรอบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดวางตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ 2) การกำกับดูแลข้อมูล 3) ภาวะผู้นำและการกำกับดูแล 4) การเรียนรู้ขององค์กร และ 5) ความรับผิดชอบต่อภายนอก โดยองค์ประกอบทั้ง 5 มีความเชื่อมโยงกันในลักษณะของระบบการบริหารแบบบูรณาการ เริ่มตั้งแต่การเชื่อมโยงตัวชี้วัดกับยุทธศาสตร์องค์กร การพัฒนาระบบข้อมูลและธรรมาภิบาลข้อมูล การกำกับติดตามโดยผู้บริหาร การใช้ข้อมูลเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาองค์กร ตลอดจนการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก นอกจากนี้กรอบดังกล่าวได้รับการออกแบบให้เชื่อมโยงกับปัจจัยภายใน ได้แก่ การจัดวางตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ การมุ่งเน้นคุณภาพ ศักยภาพองค์กร ระบบข้อมูลและสารสนเทศ และวัฒนธรรมองค์กร รวมทั้งปัจจัยภายนอก ได้แก่ การประกันคุณภาพ การจัดอันดับมหาวิทยาลัย การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการแข่งขันของสถาบันอุดมศึกษา ทำให้กรอบที่พัฒนาขึ้นสามารถสะท้อนบริบทการบริหารของสถาบันอุดมศึกษาได้อย่างครอบคลุม

ผลการวิจัยยังพบว่า สามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ 2 ระดับ ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านการจัดการ (Managerial Outcomes) ได้แก่ การตัดสินใจบนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ การติดตามผลการดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์ และการสื่อสารผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ และ ผลลัพธ์ระดับองค์กร (Organizational Outcomes) ได้แก่ การยกระดับสมรรถนะองค์กร การบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ และการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

1. ผลการวิจัยพบว่า การจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ได้รับอิทธิพลจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก สังเคราะห์เป็น 5 องค์ประกอบหลัก คือ การจัดวางเชิงกลยุทธ์ การกำกับดูแลข้อมูล ภาวะผู้นำและการกำกับดูแล การเรียนรู้ขององค์กร และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก สะท้อนว่าการบริหารตัวชี้วัดเป็นระบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงยุทธศาสตร์ ข้อมูล บุคลากร และบริบทภายนอกเข้าด้วยกัน สอดคล้องกับแนวคิด PMM ที่มองว่าตัวชี้วัดควรเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์องค์กรและใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจมากกว่าการรายงานผลเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Gomes (2020) ที่ชี้ว่า PMM เป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และทบทวนตัวชี้วัดให้เหมาะกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ผลการศึกษายังพบว่า ตัวชี้วัดบางส่วนยังไม่สอดคล้องกับบริบทของวิทยาเขตและมีความซ้ำซ้อน สะท้อนว่าการถ่ายทอดตัวชี้วัดจากระดับมหาวิทยาลัยควรเปิดโอกาสให้มีการปรับใช้ตามบริบทของแต่ละหน่วยงาน ขณะที่ Harris et al. (2019, 2281-2292) กลับเสนอว่า การใช้ตัวชี้วัดมาตรฐานเดียวกัน (Standardized Metrics) มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการทำ Benchmarking เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะระหว่างหน่วยงานหรือสถาบันที่มีความแตกต่างกัน การปรับตัวชี้วัดให้จำเพาะเจาะจงเกินไปอาจนำไปสู่ปัญหาการขาดมาตรฐานการเปรียบเทียบ (Lack of Comparability) และความล้มเหลวในการจัดวางเป้าหมายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งระบบ (Systemic

Strategic Alignment) สอดคล้องกับ Sarrico (2022, 11-28) ที่ระบุว่าแม้การวัดผลมาตรฐานจะสร้างภาระงาน (Burden) แต่ยังคงเป็นกลไกสำคัญในการรักษาความรับผิดชอบ (Accountability) ต่อสาธารณะและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาพรวม ผลการวิจัยสนับสนุนแนวคิด Data Governance ของ Walsh et al. (2025, 471-488) ที่มองว่าการกำกับดูแลข้อมูลเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการบริหารเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้ การที่ข้อมูลตัวชี้วัดยังแยกส่วนและขาดมาตรฐาน สะท้อนว่าข้อจำกัดของการจัดการตัวชี้วัดมิได้เกิดจากเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากโครงสร้างการกำกับดูแลข้อมูลขององค์กรด้วย ผลการวิจัยสะท้อนว่า การกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานได้รับอิทธิพลจากแรงกดดันเชิงสถาบัน ได้แก่ ข้อกำหนดด้านการประกันคุณภาพ การจัดอันดับมหาวิทยาลัย และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสอดคล้องกับ Institutional Theory ของ DiMaggio and Powell (1983, 147-160) ที่อธิบายว่า องค์กรปรับระบบการดำเนินงานเพื่อสร้างความชอบธรรมและตอบสนองต่อแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมภายนอก นอกจากนี้งานของ Grossi et al. (2020, 818-844) ชี้ว่าการใช้การวัดผลในมหาวิทยาลัยมักอยู่ภายใต้แรงกดดันเชิงสถาบันที่แข่งขันกันหลายด้าน ส่งผลให้องค์กรต้องปรับระบบตัวชี้วัดให้ตอบสนองต่อข้อกำหนดภายนอกควบคู่ไปกับการบรรลุเป้าหมายภายในของตนเอง ดังนั้นการพัฒนาตัวชี้วัดที่มีประสิทธิผลควรบูรณาการทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อให้ตัวชี้วัดทำหน้าที่เป็นทั้งกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กรและเครื่องมือในการตอบสนองต่อข้อกำหนดและความคาดหวังของสภาพแวดล้อมเชิงสถาบันอย่างสมดุล

2. การสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสามารถจัดทำกลยุทธ์หลักได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ SO, WO, ST และ WT สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาการจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานควรดำเนินการในลักษณะเชิงกลยุทธ์ โดยบูรณาการจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามขององค์กรมากกว่าการแก้ไขปัญหาเฉพาะด้าน ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ Weihrich (1982, 54-66) และ Helms and Nixon (2010, 215-251) ที่เสนอว่าการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจะเกิดประโยชน์สูงสุดเมื่อเชื่อมโยงสู่การกำหนดกลยุทธ์ผ่านการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์เพื่อแปลงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมให้เป็นแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม สอดคล้องกับ พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์ และ ถาวร สมบูรณ์สุวรรณ (2568, 157-168) ที่พบว่าการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS (TOWS Matrix) ช่วยให้การวิเคราะห์มีโครงสร้างเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจนกว่าการใช้ SWOT แบบ "Checklist" ที่ขาดการสังเคราะห์กลยุทธ์เชิงลึก (Hill & Westbrook, 1997, 46-52) โดยความสำเร็จในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติจริงขึ้นอยู่กับบทบาทผู้นำในการจัดสรรทรัพยากรและระบบสนับสนุนที่เป็นทางการ ทั้งนี้ Datta (2020) ยังชี้เพิ่มเติมว่ากลยุทธ์ทั้ง 4 กลุ่มจากการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ยังต้องอาศัยการจัดลำดับความสำคัญเชิงปริมาณก่อนนำไปปฏิบัติจริง จากการศึกษานี้ พบข้อค้นพบสำคัญว่า กลยุทธ์ที่สังเคราะห์ได้มิได้มุ่งเน้นเพียงการปรับปรุงตัวชี้วัดในเชิงเทคนิคเท่านั้น แต่ครอบคลุมไปถึงการพัฒนาระบบข้อมูลดิจิทัล ธรรมาภิบาลข้อมูล บทบาทของผู้บริหาร และวัฒนธรรมการใช้ข้อมูล ซึ่งสะท้อนว่าการจัดการตัวชี้วัดที่มีประสิทธิผลต้องเป็นการพัฒนาเชิงระบบที่บูรณาการมิติต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นองค์รวม

3. กรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษาที่พัฒนาขึ้นในการศึกษานี้ สอดคล้องกับแนวคิด PMM ของ Guthrie et al. (2024, 1-25) ที่เสนอว่าระบบตัวชี้วัดควรเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และการตัดสินใจขององค์กรมากกว่าการใช้เพื่อรายงานผลเพียงอย่างเดียว และสอดคล้องกับแนวคิดของ Khatri and Brown (2010, 148-152) ที่เน้นว่าคุณภาพข้อมูลและธรรมาภิบาลข้อมูลเป็นรากฐานสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์ ส่วนองค์ประกอบด้านภาวะผู้นำและการเรียนรู้ขององค์กรที่ปรากฏในกรอบสะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จของระบบตัวชี้วัดมิได้ขึ้นอยู่กับการออกแบบตัวชี้วัดเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยผู้บริหารในการผลักดันการนำผลไปใช้ปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง (รัตติกาล โสวะภาส และคณะ, 2563, 229-239) นอกจากนี้ การบูรณาการมิติความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกเข้าไว้ในกรอบเดียวกันยังสะท้อนแนวคิด Institutional Theory ของ DiMaggio and Powell (1983, 147-160) ที่อธิบายว่าองค์กรต้องปรับระบบการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมภายนอก โดยในบริบทของกรอบที่พัฒนาขึ้นนี้ แรงกดดันดังกล่าวมิได้ถูกพิจารณาแยกจากปัจจัยภายในดังเช่นงานวิจัยที่ผ่านมา แต่ถูกผนวกเข้าเป็นองค์ประกอบหนึ่งของระบบการจัดการตัวชี้วัดโดยตรง

โดยการศึกษานี้ได้บูรณาการองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การจัดวางเชิงกลยุทธ์ การกำกับดูแลข้อมูล ภาวะผู้นำและการกำกับดูแล การเรียนรู้ขององค์กร และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกเข้าไว้ในกรอบเดียวผ่านการวิเคราะห์เชิงประเด็นร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นแนวทางเชิงคุณภาพในบริบทของสถาบันอุดมศึกษา ดังนั้น กรอบที่พัฒนาขึ้นจึงสามารถใช้เป็นต้นแบบในการเชื่อมโยงการวิเคราะห์บริบทองค์กร การกำหนดกลยุทธ์ และการบริหารตัวชี้วัดไว้ในระบบเดียวและประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการยกระดับสมรรถนะองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกันได้อย่างเป็นระบบ

สรุป (Conclusion)

ผลการวิจัย พบว่า การจัดการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในและภายนอก 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การจัดวางเชิงกลยุทธ์ การกำกับดูแลข้อมูล ภาวะผู้นำและการกำกับดูแล การเรียนรู้ขององค์กร และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ซึ่งเป็นพื้นฐานในการสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS จนได้กลยุทธ์การพัฒนา 4 กลุ่ม ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เชิงพัฒนา (WO) เชิงป้องกัน (ST) และเชิงปรับปรุง (WT) ซึ่งช่วยแปลงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมไปสู่แนวทางการบริหารที่นำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ครอบคลุมทั้งการพัฒนาระบบข้อมูลดิจิทัล การเสริมสร้างธรรมาภิบาลข้อมูล การพัฒนาภาวะผู้นำ และการส่งเสริมวัฒนธรรมการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว การวิจัยนี้ได้พัฒนา "กรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา" ที่บูรณาการยุทธศาสตร์ ข้อมูล ภาวะผู้นำ การเรียนรู้ขององค์กร และปัจจัยภายนอกไว้ในระบบเดียว ซึ่งตอบสนองช่องว่างองค์ความรู้ที่งานวิจัยก่อนหน้าส่วนใหญ่ยังพิจารณาองค์ประกอบเหล่านี้แยก

ส่วนกัน กรอบที่พัฒนาขึ้นจึงมิใช่เพียงเครื่องมือปรับปรุงตัวชี้วัดในเชิงเทคนิค แต่เป็นแนวทางเชิงระบบที่เชื่อมโยงการวิเคราะห์บริบทองค์กร การกำหนดกลยุทธ์ และการบริหารตัวชี้วัดเข้าไว้ด้วยกัน

องค์ความรู้และกรอบแนวคิดที่ได้จากการวิจัยนี้ สามารถใช้เป็นต้นแบบในการยกระดับการบริหารตัวชี้วัด การตัดสินใจบนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ และการพัฒนาสมรรถนะองค์กร สำหรับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต และสถาบันอุดมศึกษาหรือหน่วยงานภาครัฐอื่นที่มีบริบทการบริหารใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะสถาบันที่มีลักษณะการบริหารแบบหลายวิทยาเขตหรือหลายหน่วยงานย่อยที่ต้องบูรณาการยุทธศาสตร์ส่วนกลางเข้ากับบริบทเชิงพื้นที่

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) กำหนดนโยบายกรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ ที่เชื่อมโยงตัวชี้วัดกับยุทธศาสตร์และบริบทของหน่วยงาน

2) พัฒนานโยบาย การกำกับดูแลข้อมูล และระบบฐานข้อมูลกลาง เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจบนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์

3) ประยุกต์ใช้กรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษาที่พัฒนาขึ้น เป็นกรอบในการพัฒนาระบบบริหารตัวชี้วัดของมหาวิทยาลัย

2. ข้อเสนอแนะเชิงการนำไปปฏิบัติ

1) พัฒนาระบบฐานข้อมูล ตัวชี้วัด แบบบูรณาการและกำหนดมาตรฐานข้อมูลร่วมกันทั้งองค์กร

2) ทบทวนและปรับปรุง ตัวชี้วัด ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และบริบทของแต่ละหน่วยงาน พร้อมลดตัวชี้วัดที่ซ้ำซ้อน

3) ส่งเสริมการใช้ข้อมูลในการติดตามผล การตัดสินใจ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อยกระดับการบริหารเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง

3. ข้อจำกัดงานวิจัย

1) งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี (single case study) ผลการวิจัยและกรอบการจัดการตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นจึงสะท้อนบริบทเฉพาะของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่มีโครงสร้างการบริหาร ขนาดองค์กร หรือระบบธรรมาภิบาลข้อมูลที่แตกต่างกัน จึงควรพิจารณาความสอดคล้องของบริบทก่อนนำไปปรับใช้

2) ผลการวิจัยสะท้อนมุมมองเชิงนโยบายและการบริหารเป็นหลัก แต่ยังไม่ครอบคลุมมุมมองของผู้ปฏิบัติงานระดับปฏิบัติการ (เช่น เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบข้อมูลตัวชี้วัดโดยตรง) นักศึกษา หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ซึ่งอาจมีมุมมองต่อระบบการจัดการตัวชี้วัดที่แตกต่างจากกลุ่มผู้บริหาร

3) ช่วงเวลาของการเก็บข้อมูล สะท้อนสถานการณ์และมุมมองของผู้บริหารในช่วงเวลานั้น ๆ หากมีการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย โครงสร้างการบริหาร หรือบริบทแวดล้อมภายนอกในอนาคต ปัจจัยและกลยุทธ์ที่สังเคราะห์ได้อาจต้องมีการทบทวนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

เอกสารอ้างอิง (References)

เนารุ่ง วิชาราช. (2562). การศึกษาความสัมพันธ์ของแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ และการจัดการข้อมูล ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจ. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, *6*(2), 38-46. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/itm-journal/article/view/198805/157466

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 10). สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.

พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์ และ ถาวร สมบูรณ์สุวรรณ. (2568). ส่งเสริมการประยุกต์ใช้เครื่องมือ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ในธุรกิจ SMEs เพื่อยกระดับประสิทธิผลในการบริหารจัดการได้อย่างไร?. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน, 31*(3), 157–168. https://he01.tci-thaijo.org/index.php/CUTJ/article/view/279775/188794

รัตติกาล โสวะภาส, อโณทัย ดวงดารา, รพรชัย อุทยารักษ์, ทานตะวัน บุญเล็ก และ อนันต์ ธรรมชาลัย. (2563). การพัฒนาองค์การให้มีศักยภาพการทำงานสูง ในศตวรรษที่ 21. *วารสารวไลยอลงกรณ์ ปริทัศน์, 10*(2), 229-239. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/var/article/view/242292/165595

วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ, เวทยา ใฝ่ใจดี และ ปรียากมล เอื้องอ้าย. (2563). การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กร กรณีศึกษา ธุรกิจอาหารและ*เครื่องดื่ม. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, 14*(20), 25–44. https://doi.org/10.14456/kab.2020.2

วาสนา เลิศมะเลา และ เทพศักดิ์ บุณยรัตพันธุ์. (2561). การพัฒนาองค์การสู่ความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, *9*(2), 209-248. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/polscicmujournal/article/view/112710/118382

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Datta, K. (2020). Application of SWOT-TOWS matrix and analytical hierarchy process (AHP) in the formulation of geoconservation and geotourism development strategies for Mama Bhagne Pahar: An important geomorphosite in West Bengal, India. *Geoheritage, 12*, 45. https://doi.org/10.1007/s12371-020-00467-2

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, *48*(2), 147–160. https://doi.org/10.2307/2095101

Dyson, R. G. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European Journal of Operational Research*, *152*(3), 631–640. https://doi.org/10.1016/S0377-2217(03)00062-6

Gomes, C. F. (2020). Organizational performance management: Trends, challenges, and solutions. *In Emerging topics in management studies* (pp. 167–188). Coimbra University Press. https://doi.org/10.14195/978-989-26-1990-3 https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/94063

Grossi, G., Dobija, D., & Strzelczyk, W. (2020). The Impact of Competing Institutional Pressures and Logics on the Use of Performance Measurement in Hybrid Universities. *Public Performance & Management Review*, *43*(4), 818–844. https://doi.org/10.1080/15309576.2019.1684328 https://scispace.com/papers/the-impact-of-competing-institutional-pressures-and-logics-4isy9sgci6

Guthrie, J., Manes-Rossi, F., Orelli, RL., & Sforza, V. (2024). Performance management and measurement impacts on universities: (re)viewing the past, present and future. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, *36*(6), 1-25. https://doi.org/10.1108/JPBAFM-10-2023-0176

Harris, W. E., Langan, A. M., Barrett, N., Jack, K., Wibberley, C., & Hamshire, C. (2019). A case for using both direct and indirect benchmarking to compare university performance metrics. *Studies in Higher Education, 44*(11), 2281–2292. https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1490893

Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis – where are we now?: A review of academic research from the last decade. *Journal of Strategy and Management*, *3*(3), 215–251. https://doi.org/10.1108/17554251011064837

Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT analysis: It's time for a product recall. *Long Range Planning, 30*(1), 46–52. https://doi.org/10.1016/S0024-6301(96)00095-7

Khan, M. S. U. (2024). Performance Measurement in the Digital Era: Review Literature at the Intersection of Management Accounting, Big Data Analytics and Emerging

Technologies' Impact on Performance Evaluation. *International Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI), 11*(8), 94-101. https://doi.org/10.51244/IJRSI.2024.1108009

Khatri, V., & Brown, C. V., (2010). Designing data governance. *Communications of the ACM*, *53*(1), 148–152. https://doi.org/10.1145/1629175.1629210

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

Mtau, T. T., & Rahul, N. A. (2024). Optimizing Business Performance through KPI Alignment: A Comprehensive Analysis of Key Performance Indicators and Strategic Objectives. *American Journal of Industrial and Business Management, 14*(1), 66–82. https://doi.org/10.4236/ajibm.2024.141003

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods, 16*(1), 1–13. https://doi.org/10.1177/1609406917733847

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). Sage Publications.

Sari, T. D., Susilawati, N., Wahyudi, T., & Hayati, M. N. (2023). Mapping the Budget Plan Towards the Key Performance Indicators. *Proceedings of the International Joint Conference on Arts and Humanities.* (pp. 1237-1244). Universitas Negeri Surabaya Indonesia. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-008-4_132

Sarrico, C. S. (2022). Quality management, performance measurement and indicators in higher education institutions: between burden, inspiration and innovation. *Quality in Higher Education, 28*(1), 11–28. https://doi.org/10.1080/13538322.2021.1951445

Scott, W. R. (2014). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities* (4th ed.). Sage Publications. https://www.scribd.com/document/402367919/Institutions-and-Organizations-Ideas-Interests-and-Identities-pdf

Walsh, M. J., McAvoy, J., & Sammon, D. (2025). The Data Governance Journey in Practice: Insights from Case Study Research. *Information Systems Management, 42*(3), 471- 488. https://doi.org/10.1080/10580530.2025.2477459 https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/10580530.2025.2477459?needAccess=true

Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix—A tool for situational analysis. *Long Range Planning*, *15*(2), 54–66. https://doi.org/10.1016/0024-6301(82)90120-0

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

รูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ เพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ด้านคหกรรมศาสตร์

A Teacher development Model Using the Design Thinking Process to Develop the Ability to create Innovative Learning Management in Home Economics

นทัต อัศภาภรณ์*

Natad Assapaporn*

ภาควิชาพื้นฐานและพัฒนาการศึกษา สาขาหลักสูตรและการสอน
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
Department of Educational Foundation and development,
program of Curriculum and Instruction, Chiang Mai University
239 Huay Kaew Rd., Muang District, Chiangmai Thailand, 50200. Thailand

***รับบทความ**: 29 มกราคม 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 11 มิถุนายน 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 17 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการจำเป็นของครูในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ 2) เพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพรูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ เพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้คหกรรมศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูผู้สอนรายวิชาคหกรรมศาสตร์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 18 คน ซึ่งมีประสบการณ์สอนไม่น้อยกว่า 2 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามความต้องการจำเป็นและแบบประเมินรูปแบบการพัฒนาครู วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ผลการวิจัยพบว่า ครูผู้สอนมีความต้องการจำเป็นในกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งส่งเสริมการคิดวิเคราะห์และการสร้างนวัตกรรม โดยมีความต้องการจำเป็นด้านวิธีการสอนและด้านสื่อเทคโนโลยีในระดับ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: natad.a@cmu.ac.th

ปานกลางถึงสูง รูปแบบการพัฒนาครูที่พัฒนาขึ้นผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่าน พบว่ามีความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี ความเป็นไปได้และความสอดคล้อง อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.50 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเข้าใจผู้เรียน การกำหนดปัญหา การสร้างแนวคิด การพัฒนาต้นแบบ และการทดสอบต้นแบบ ผลการประเมินรูปแบบพบว่า มีความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี ความเป็นไปได้ และความสอดคล้องอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบสามารถพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้

คำสำคัญ

ความต้องการจำเป็นของครู, รูปแบบการพัฒนาครู, กระบวนการคิดเชิงออกแบบ,นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้

***Received**: January 29, 2026* ***Revised**: July 11, 2026* ***Accepted**: August 17, 2026*

Abstract

This research aimed to investigate teachers' needs in creating innovative learning management and to develop a teacher development model based on the Design Thinking process. The sample comsisted were 18 home economics teachers in secondary schools in Chiang Mai Province with at least two years of teaching experience. Research instruments included a needs assessment questionnaire and a teacher development model evaluation form. Data were analyzed using mean, percentage, and the Modified Priority Needs Index (PNImodified). The findings revealed that teachers had needs in learning management processes that promote analytical thinking and innovation creation, with needs in instructional methods and educational technology at moderate to high levels. The developed teacher development model, validated by seven experts, demonstrated theoretical rationality, feasibility, and consistency at the highest level (mean > 3.50), meeting the specified criteria. The model consisted of five stages: Understanding Learners (Empathy), Defining Problems (Define), Generating Ideas (Ideate), Developing Prototypes (Prototype), and Testing Prototypes (Test). The evaluation results indicated that the model demonstrated high to highest levels of theoretical rationality, feasibility, and consistency. The findings suggest that the teacher

development model using the Design Thinking process can enhance teachers' capacity to create innovative learning management in home economics.

Keywords

teacher needs assessment, teacher development model, design thinking process, learning management innovation

บทนำ (Introduction)

ในยุคศตวรรษที่ 21 ท่ามกลางการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและความผันผวนอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อวิถีชีวิตและการทำงานในสังคมปัจจุบัน การศึกษามีบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนมีสมรรถนะที่จำเป็นในการปรับตัวและสร้างสรรค์สิ่งใหม่แต่สภาพปัจจุบันการเรียนรู้ยังไม่บรรลุเป้าหมายที่พึงประสงค์ วิธีการสอนที่ยังไม่ส่งเสริมกระบวนการให้นักเรียนได้พัฒนาในด้านการคิดวิเคราะห์ การแสดงความคิดเห็น ครูไม่สามารถสอนให้บรรลุเป้าหมายของหลักสูตรนักเรียนไม่ตั้งใจเรียนอย่างจริงจัง สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 มาตรา 22 ที่กำหนดให้การศึกษาต้องยึดหลักว่า ผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้และถือว่าผู้เรียนสำคัญที่สุด (กระทรวงศึกษาธิการ, 2542, 17) อีกทั้งหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กำหนดให้การจัดการเรียนรู้ในกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ เป็นกลุ่มสาระที่ช่วยพัฒนาให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง นำความรู้เกี่ยวกับการดำรงชีวิตการอาชีพมาใช้ประโยชน์ในการทำงานอย่างมีความคิดสร้างสรรค์สามารถแข่งขันในสังคมไทยและสากล เห็นแนวทางในการประกอบอาชีพ รักการทำงานและมีเจตคติที่ดีต่อการทำงาน ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างพอเพียงและมีความสุข มีการกำหนดรายวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับคหกรรมศาสตร์อย่างหลากหลายและเกิดประโยชน์ต่อผู้เรียนในการเรียนรู้เพื่อการดำรงชีวิต (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) และจำเป็นต้องมีการจัดกระบวนการเรียนรู้โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของนักเรียนโดยให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้มากที่สุดและมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรือแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายจนสามารถสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเองและนำความรู้ไปประยุกต์ในการดำรงชีวิต

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติยังคงขาดรูปแบบการสอนที่ยังกระตุ้นให้ผู้เรียนเผชิญและแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบยังมีการนำไปใช้ไม่แพร่หลายเพียงพอ ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบหรือ Design Thinking ซึ่งถูกนำมาพิจารณาในบทบาทของนวัตกรรมทางกระบวนการคิด ที่มีต้นกำเนิดมาจากแนวคิดของนักออกแบบ แต่สามารถประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาซับซ้อนในทุกบริบท โดย Lupton (2014) กล่าวว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบประกอบด้วย ขั้นตอนที่สำคัญคือ 1) Empathy เป็น

การทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด 2) Define การสังเคราะห์ข้อมูล เป็นการตั้งคำถามปลายเปิดที่ผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ไม่จำกัดกรอบของการแก้ปัญหา 3) Ideate การระดมความคิดใหม่ๆให้เกิดขึ้น โดยเน้นการหาแนวคิดและแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้มากที่สุด 4) Prototype การสร้างแบบจำลองสร้างต้นแบบขึ้นมา เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทดสอบและตอบคำถามหรือกระตุ้นให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ และ5) Test หรือการทดสอบ โดยนำแบบจำลองที่สร้างขึ้นมาทดสอบกับผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อสังเกตประสิทธิภาพการใช้งาน นำข้อเสนอแนะต่างๆ มาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

การนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบมาบูรณาการเข้ากับการจัดการเรียนรู้ จึงไม่เป็นเพียงแต่เป็นการพัฒนาทักษะวิชาชีพตามหลักสูตรแต่ยังเป็นการลดช่องว่างของการจัดการศึกษา สู่การสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองผ่านการลงมือทำ การพัฒนาวิชาชีพ (Professional Development) สำหรับครูและบุคลากรทางการศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาการศึกษาในปัจจุบัน เป้าหมายทางการศึกษาตลอดจนหลักสูตรกระบวนการจัดการเรียนรู้หรือการพัฒนาการผู้เรียน การพัฒนาวิชาชีพสำหรับครูและบุคลากรทางการศึกษา (Glickman and others, 1995, อ้างถึงใน วัชรา เล่าเรียนดี, 2554) จึงมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาวิชาชีพที่ส่งผลถึงคุณภาพการศึกษาและสมรรถภาพของบุคลากรมากยิ่งขึ้น และส่วนหนึ่งของผลการวิจัยได้มีการสรุปไว้ว่าครูส่วนใหญ่ได้รับความรู้และประสบการณ์จากโปรแกรมการพัฒนาวิชาชีพน้อยมากและจากการศึกษาเจตคติและความเชื่อของครูที่มีสมรรถภาพ (Karst, 1987; Glickman and others, 2004, อ้างถึงใน วัชรา เล่าเรียนดี, 2554) พบว่า ความเจริญก้าวหน้าของครูเหล่านี้มาจากการศึกษาที่นอกเหนือจากโครงการฝึกอบรมและการพัฒนาวิชาชีพที่จัดเป็นประจำ

จากการนิเทศการเรียนการสอนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2562 เป็นต้นมา พบว่า ครูผู้สอนรายวิชาคหกรรมศาสตร์ร้อยละ 70 ยังใช้การสอนแบบบรรยายเป็นหลัก ผู้เรียนไม่ได้รับการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์นวัตกรรม ยังขาดกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ เนื้อหาที่เรียนไม่สอดคล้องกับ ความต้องการของนักเรียน ทำให้ครูผู้สอนยังไม่เห็นถึงการจัดการเรียนการสอนตามสาระและมาตรฐานการเรียนรู้ที่ได้กำหนดไว้ทำให้ขาดการบรรลุตามมาตรฐานและความมุ่งหวังของหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้วิจัยจึงนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบมาใช้ในการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ สำหรับครูสาระวิชา คหกรรมศาสตร์ โดยศึกษาจากสภาพปัญหาความต้องการจำเป็นของครูผู้สอน วิเคราะห์ปัญหาหรือความต้องการจำเป็น ทำการเรียงลำดับความสำคัญ เพื่อหาความต้องการจำเป็นที่มีความสำคัญที่สุดสำหรับเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา (สุวิมล ว่องวาณิช, 2558) เพื่อให้ทราบความแตกต่างของสภาพที่ควรจะเป็นกับสภาพปัจจุบัน ที่บ่งบอกถึงสภาพปัญหาที่มีอยู่ และควรได้รับการแก้ไขหรือพัฒนานำมาออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อตอบสนองต่อสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในชั้นเรียนซึ่งจะช่วยเสริมสร้างผู้เรียนให้สามารถพัฒนาศักยภาพตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ จากนั้นวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหาชั้นเรียน โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบสร้างนวัตกรรมที่เหมาะสมกับสภาพปัญหาและผู้เรียน ซึ่งจะช่วยส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ พัฒนาทักษะการแสวงหาความรู้ ทักษะกระบวน

การทำงาน ทักษะการทำงานกลุ่มและทักษะการแก้ปัญหาการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลการศึกษาของ Brown (2008, 84-85) ชี้ให้ว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบช่วยให้ผู้ปฏิบัติสามารถสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ปัญหาได้จริง อีกทั้งผลการศึกษาของมะยุรีย์ พิทยาเสนีย์และพิชญาภา ยวงสร้อย (2564, 190-199) พบว่าครูที่ผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบสามารถพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนรู้รูปแบบดิจิทัลที่เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับความต้องการของสังคมในปัจจุบันส่งผลให้ประสิทธิภาพโดยรวมของการจัดการเรียนรู้ในกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพที่สูงขึ้นและนำความต้องการของครูวางแผนอย่างเป็นระบบ

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการจำเป็นของครูในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ด้านคหกรรมศาสตร์

2. เพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพรูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) สำหรับพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ ด้านคหกรรมศาสตร์

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

การคิดเชิงออกแบบ

การคิดเชิงออกแบบ เป็นการใช้ความคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) และความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ช่วยในการผลิตผลงานออกแบบโดยผลงานออกแบบมีความคิดสร้างสรรค์ตามหลักการอันมีผลกระทบต่อผู้คนในสังคม จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยด้านการเรียนการสอนพบว่าการคิดเชิงออกแบบสัมพันธ์กันกับการสร้างทักษะทางการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) และความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น งานวิจัยของ Seidel and Fixson (2013, 19-33) และมานิตย์ อาษานอก (2561, 6-12) ที่พบว่า รูปแบบการสอนคิดเชิงออกแบบช่วยในการสร้างแนวคิด เพื่อนำไปต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ได้ งานวิจัยของ Choueiri and Mhanna (2013, 925-929) และกรวิชญ์ โสภา (2566, 76-87) สะท้อนให้เห็นว่า การคิดเชิงออกแบบ ส่งเสริมทักษะการคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหา แนวความคิดดังกล่าวให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการ กระบวนการออกแบบที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการออกแบบที่ดี โดยสรุปกระบวนการของการคิดอย่างสร้างสรรค์ประกอบไปด้วยขั้นตอนที่สำคัญคือ (Lupton,2014)

1) Empathy เป็นการทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมากเมื่อจะสร้างสรรค์ หรือแก้ไขสิ่งใดก็ตามจะต้องเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมาย เพราะจะเป็นก้าวแรกที่นำไปสู่การพัฒนาความสำเร็จในทุกด้าน

2) Define การสังเคราะห์ข้อมูล การตั้งคำถามปลายเปิดที่ผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ไม่จำกัดกรอบของการแก้ปัญหา ซึ่งภายหลังจากที่ได้เรียนรู้และทำเข้าใจต่อกลุ่มบุคคลเป้าหมายแล้ว ก็ต้องวิเคราะห์ปัญหา กำหนดให้ชัดเจนว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นคืออะไร เลือกและสรุปแนวทางความเป็นไปได้

3) Ideate การระดมความคิดใหม่ๆ อย่างไม่มีขีดจำกัด หรือการสร้างความคิดต่างๆ ให้เกิดขึ้นโดยเน้นการหาแนวคิดและแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้มากที่สุด หลากหลายที่สุด โดยความคิดและแนวทางต่างๆ ที่คิดขึ้นมานั้นก็เพื่อตอบโจทย์ปัญหาที่เกิดขึ้นในขั้นที่ 2

4) Prototype การสร้างแบบจำลอง หรือการสร้างต้นแบบขึ้นมา เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทดสอบและตอบคำถามหรือกระตุ้นให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งจะได้เข้าใจสิ่งที่อยากรู้มากยิ่งขึ้น ช่วยในการลองหาข้อผิดพลาดและเรียนรู้เกี่ยวกับความคิดได้เร็ว

5) Test หรือการทดสอบ โดยเรานำแบบจำลองที่สร้างขึ้นมาทดสอบกับผู้ใช้ หรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อสังเกตประสิทธิภาพการใช้งาน โดยนำผลตอบรับ ข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดจนคำแนะนำมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

ประโยชน์ของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ พบว่าเป็นกระบวนการหนึ่งมุ่งเน้นให้สามารถเข้าใจปัญหาแก่ผู้เรียนอย่างเป็นระบบ แล้วจึงหาแนวทางความเป็นไปได้เพื่อสามารถนำมาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งมีประโยชน์หลายประการ สรุปได้ดังนี้ (คณะวิทยาการเรียนรู้และศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และ Learn hub Education, 2560, 1-6) คือ 1) การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน จะช่วยให้ทราบถึงความรู้สึก นึกคิด ความต้องการและการตัดสินใจของผู้เรียนได้ ทำให้แปลความหมายของสิ่งที่ต้องการได้อย่างลึกซึ้ง 2) การกำหนดกรอบปัญหาซึ่งเป็นหัวใจหลักในกระบวนการออกแบบ จะช่วยมองเห็นโจทย์ปัญหาที่สำคัญในการแก้ไขได้อย่างชัดเจน 3) การระดมความคิด เป็นการเชื่อมระหว่างการตีกรอบปัญหาไปสู่การสร้างสรรค์หนทางในการแก้ไขปัญหา โดยใช้มุมมองจากหลายๆคนร่วมกัน เน้นความคิดที่หลากหลายนำไปสู่การสร้างตัวแบบที่เข้าถึงสภาพปัญหาได้ชัดเจนขึ้น และ 4) ช่วยฝึกฝนให้เป็นผู้ที่รู้จักยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและเปิดรับมุมมองใหม่ๆอยู่เสมอ

กล่าวโดยสรุป กระบวนการเชิงออกแบบ เป็นขั้นตอนที่อาศัยการทำความเข้าใจในปัญหาต่างๆ อย่างลึกซึ้ง โดยมุ่งศึกษาสภาพปัญหาจากการผู้เรียนเป็นสำคัญ และนำเอาความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากคนหลายๆ คน ที่จัดการเรียนรู้แก่ผู้เรียน มาสร้างเป็นสิ่งใหม่ หรือแนวทางการแก้ไข และนำเอาแนวทางต่างๆ มาทดสอบและพัฒนาเป็นนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับผู้ใช้และสถานการณ์นั้น

การพัฒนาวิชาชีพ

การพัฒนาวิชาชีพ (Professional Development) สำหรับครูและบุคลากรทางการศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาการศึกษาในปัจจุบัน อันเนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าด้านวิชาการและเทคโนโลยีต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงทางด้านการนโยบาย เป้าหมายทางการศึกษาตลอดจนหลักสูตรกระบวนการจัดการเรียนรู้หรือการพัฒนาการผู้เรียน การพัฒนาวิชาชีพสำหรับครูและบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งเดิมเรียกว่า

การพัฒนาบุคลากร หรือ Staff Development (Glickman and others, 1995, อ้างถึงใน วัชรา เล่าเรียนดี, 2554) ซึ่งการพัฒนาบุคลากรในที่นี้หมายถึงการพัฒนาในวิชาชีพทางการศึกษานั่นเอง การพัฒนาบุคลากรหรือการพัฒนาวิชาชีพจัดเป็นงานหนึ่งของงานการนิทศแบบพัฒนาการ (Developmental Supervision) 5 งาน ของ Glickman and others คือ การช่วยเหลือครูโดยตรง การพัฒนาหลักสูตร การพัฒนากลุ่ม การพัฒนาวิชาชีพ หรือการพัฒนาบุคลากร และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ หรือการวิจัยในชั้นเรียนผู้นิเทศหรือผู้ทำหน้าที่นิเทศเป็นบุคลากรกลุ่มหนึ่งที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและงานการพัฒนาวิชาชีพของครูและบุคลากรทางการศึกษาตามบทบาทภาระหน้าที่ ควรจะตระหนักว่า การพัฒนาวิชาชีพมีความจำเป็น มีคุณค่ามีประโยชน์และต้องทำอย่างต่อเนื่อง สำหรับการพัฒนาวิชาชีพของบุคลากรทางการศึกษา เพื่อผลลัพธ์สูงสุดที่ต้องการคือ การปรับปรุงการเรียนการ

นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้

จากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ด้านคหกรรมศาสตร์ พบว่า นวัตกรรมที่ครูคหกรรมศาสตร์ต้องการพัฒนาแบ่งออกเป็น 2 ด้านหลัก ได้แก่ นวัตกรรมวิธีการสอน และนวัตกรรมด้านสื่อเทคโนโลยี (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, 2551;มะยุรีย์ พิทยาเสนีย์และพิชญาภา ยวงสร้อย, 2564) ในบริบททางการศึกษา การนำนวัตกรรมมาใช้ในวงการศึกษาเรียกว่า “นวัตกรรมการศึกษา” (Educational Innovation) หมายถึง นวัตกรรมที่จะช่วยให้การศึกษาและการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ผู้เรียนสามารถเกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิผลสูงกว่าเดิม เกิดแรงจูงใจในการเรียนด้วย นวัตกรรมเหล่านั้นและประหยัดเวลาในการเรียนได้อีกด้วย ปัจจุบันมีการใช้นวัตกรรมการศึกษามากมายหลายอย่างซึ่งมีทั้งนวัตกรรมที่ใช้กันแพร่หลายแล้วและประเภทที่กำลังเผยแพร่ เช่น บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน การใช้แผ่นวีดิทัศน์เชิงโต้ตอบ สื่อหลายมิติ เป็นต้น

การพัฒนานวัตกรรมการศึกษา (Educational Innovation) จึงหมายถึงการกระทำใหม่ การสร้างใหม่ หรือการพัฒนาดัดแปลงจากสิ่งใด ๆ แล้วทำให้การศึกษาหรือการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพดีขึ้นกว่าเดิม ทำให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงในการเรียนรู้ เกิดการเรียนรู้อย่างรวดเร็ว มีแรงจูงใจในการเรียนทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่ผู้เรียน จากการศึกษาเอกสาร สรุปได้ว่า ประเภทนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ นวัตกรรมด้านการจัดการเรียนการสอน และนวัตกรรมด้านการศึกษา ซึ่งนวัตกรรมด้านการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ สื่อการเรียนรู้และเทคนิควิธีการเรียนรู้ ส่วนนวัตกรรมด้านการศึกษา ได้แก่ สื่อการสอน วิธีการจัดการเรียนการสอน หลักสูตร การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และการบริหารจัดการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Seidel and Fixson (2013, 19-33) ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการสอนการคิดเชิงออกแบบที่ใช้กับกลุ่มผู้เรียนในสหสาขาวิชา โดยมีจุดประสงค์คือ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนต่างสาขาวิชาชีพที่มีประสบการณ์ในการออกแบบน้อยสามารถสร้างผลงานออกแบบที่สร้างสรรค์ได้ แต่เมื่อใช้เป็นเวลานาน และซ้ำๆกันจะไม่สร้าง

ความคิดใหม่ๆ เกิดขึ้นและผลจากการทำงานเป็นทีมงาน ช่วยสร้างการคิดที่มีประสิทธิภาพที่ดี แต่การระดมความคิดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคนในกลุ่มและผู้เรียนที่มีประสบการณ์ออกแบบน้อยจะประสบความสำเร็จในการออกแบบได้ เมื่อผู้เรียนได้รับคำแนะนำที่ดี ในการที่จะช่วยให้ผู้เรียนหาวิธีผสมผสานความคิดเข้าด้วยกัน อีกทั้งพบว่า มีคะแนนการคิดเชิงออกแบบเฉลี่ยเท่ากับ 17.2 จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86

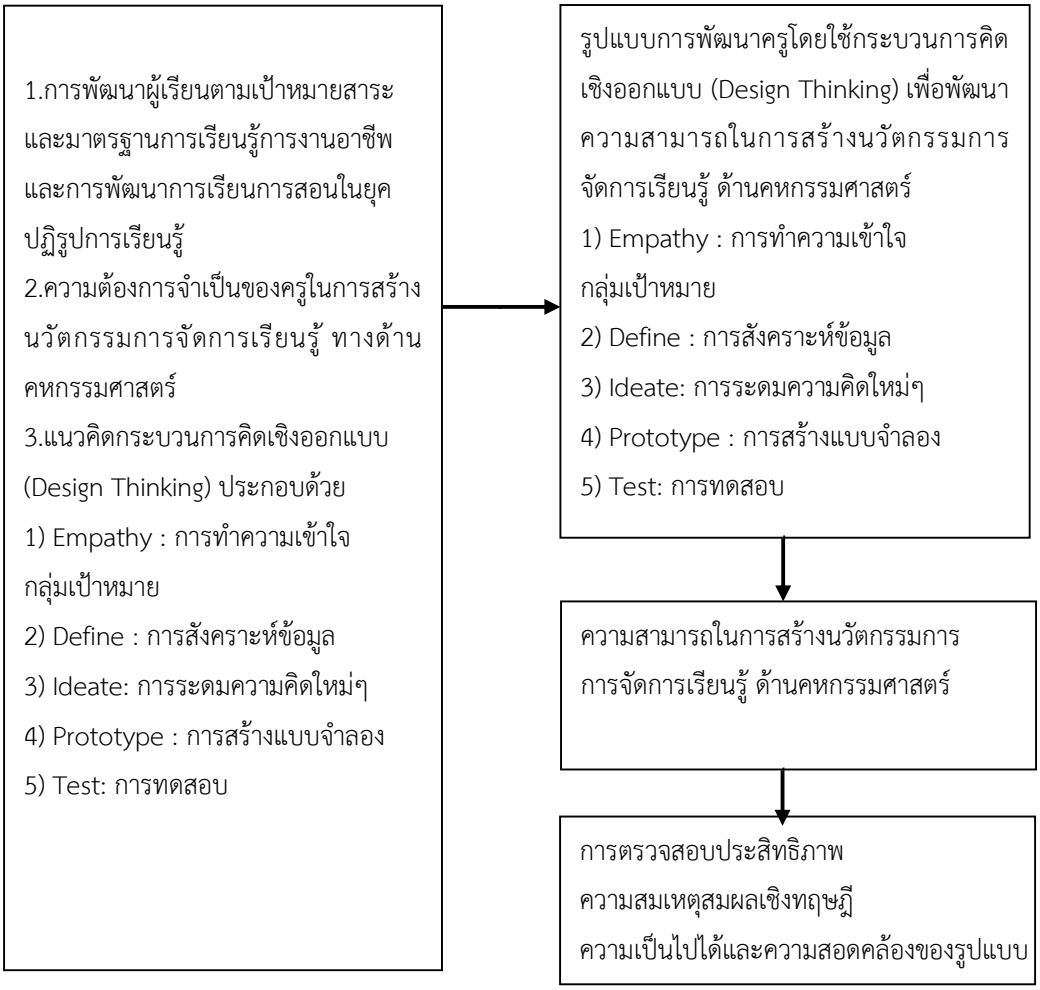
ปวริศร ภูมิสูง (2564) ได้เพื่อพัฒนาการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 70 โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวทางสตีมศึกษา วิชาฟิสิกส์เพิ่มเติม เรื่อง งานและพลังงาน กลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/5 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม (ฝ่ายมัธยม) จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวทางสติมศึกษา แบบทดสอบการคิดเชิงออกแบบ และแบบสังเกตพฤติกรรมการคิดเชิงออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละและค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้วงจรปฏิบัติการที่ 1 นักเรียนมีคะแนนการคิดเชิงออกแบบเฉลี่ยเท่ากับ 13.4 คิดเป็นร้อยละ 67 มีนักเรียนผ่านเกณฑ์จำนวน 5 คน ในวงจรปฏิบัติการที่ 2 ทำการปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมจากวงจรปฏิบัติการที่ 1 โดยจัดกิจกรรมที่เน้นตีความหมาย วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสู่การสรุปประเด็นปัญหา และฝึกทักษะกระบวนการอกแบบและวางแผน การสร้างชิ้นงานให้มีความแปลกใหม่ พบว่านักเรียนมีคะแนนการคิดเชิงออกแบบ เฉลี่ยเท่ากับ 17.2 จนเห็น 20 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86 มีนักเรียนผ่านเกณฑ์จำนวน 10 คน

มะยุรีย์ พิทยาเสนีย์ และพิชญาภา ยวงสร้อย (2564, 190-199) กล่าวถึงนำเสนอกระบวนการพัฒนานักศึกษาครูให้มีความเป็นนวัตกรที่สามารถพัฒนานวัตกรรมในรูปแบบดิจิทัลหรือรูปแบบออนไลน์เพื่อใช้แก้ไขปัญหาการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสมในสภาพแวดล้อมวิถีใหม่ด้วยการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน ได้แก่1) การทำความเข้าใจปัญหาของผู้ใช้ คือ การศึกษาปัญหาของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างละเอียดและลึกซึ้ง 2) การตีความปัญหาและกำหนดความต้องการ คือ การสรุปประเด็นปัญหาให้ได้ว่าปัญหาที่แท้จริงคือออะไรและกลุ่มเป้าหมาย 3) การระดมสมองคือ การระดมความคิดของกลุ่มอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้ได้ข้อสรุปนำไปสู่การสร้างต้นแบบนวัตกรรม 4) การสร้างต้นแบบ คือ การนำข้อสรุปที่ได้จากกลุ่มมาสร้างเป็นชิ้นงาน และ 5) การทดสอบ คือ การนำต้นแบบที่สร้างขึ้นไปใช้ทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสะท้อนกลับและนำสู่การปรับปรุงจนกว่าจะได้ต้นแบบที่สมบูรณ์ที่สุด ซึ่งกระบวนการคิดเชิงออกแบบนี้เป็นสำคัญของระบบการจัดการศึกษาสามารถประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนและถ่ายทอดสู่ผู้เรียนได้อย่างลงตัว ตลอดจนนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันและนวัตกรรมสำหรับการประกอบอาชีพ

กรวิชญ์ โสภา (2566, 76-87) ได้พัฒนาชุดกิจกรรมกระบวนการคิดเชิงออกแบบและพัฒนาความสามารถด้านการออกแบบเชิงวิศวกรรม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และผลการพัฒนาความสามารถด้านการออกแบบเชิงวิศวกรรมด้วยการใช้ชุดกิจกรรมกระบวนการคิดเชิงออกแบบ

(design thinking) เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการออกแบบเชิงวิศวกรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ทุกด้านในเกณฑ์ดี ค่าเฉลี่ย 2.64

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นครูผู้สอนรายวิชาคหกรรมศาสตร์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ครูผู้สอนรายวิชาคหกรรมศาสตร์ระดับชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีประสบการณ์สอนไม่น้อยกว่า 2 ปี เนื่องจากทำการสอนในรายวิชาคหกรรมศาสตร์ครบทุกหน่วยการเรียนรู้ จำแนกตามขนาดโรงเรียน ประกอบด้วย โรงเรียนขนาดกลาง 4 โรง

ขนาดใหญ่ 5 โรง และขนาดใหญ่พิเศษ 2 โรง ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) จำนวน 18 คนโดยใช้ขนาดโรงเรียนเป็นหน่วยสุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามความต้องการจำเป็นด้านการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ สาระการเรียนรู้ด้านคหกรรมศาสตร์ ด้านนวัตกรรมวิธีการสอน จำนวน 29 ข้อ และด้านนวัตกรรมด้านสื่อและเทคโนโลยี จำนวน 17 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบตอบสนองคู่ (Dual–Response Format)

2. แบบประเมินรูปแบบการพัฒนาครู ด้านความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี ความเป็นไปได้ จำนวน 16 ข้อและความสอดคล้องของรูปแบบการพัฒนาครู จำนวน 6 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ติดต่อประสานไปยังโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาความต้องการจำเป็นของครูเพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น โดยจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลจากการประเมินความต้องการจำเป็น ตามความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน ตุลาคม - ธันวาคม 2563 นำมาจัดทำร่างรูปแบบการพัฒนาครูต่อไป

2. นำร่างรูปแบบการพัฒนาครู และแบบตรวจสอบประสิทธิภาพรูปแบบการพัฒนาครูเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการประเมิน

4. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1. วิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความสอดคล้องประเด็นข้อคำถามแบบสอบถามความต้องการจำเป็นด้านการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ โดยทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 7 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ด้านการบริหารสถานศึกษา ด้านการจัดการเรียนรู้คหกรรมศาสตร์ และด้านนิเทศการศึกษา

2. วิเคราะห์ความต้องการจำเป็น โดยจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลจากการประเมินความต้องการจำเป็น ตามความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยการเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูล Modified Priority Need Index: PNI Modified ซึ่งปรับปรุงโดยนงลักษณ์ วิรัชชัยและสุวิมล ว่องวาณิช (สุวิมล ว่องวาณิช 2558, 279) จัดลำดับความต้องการจำเป็นโดยพิจารณาจากค่าดัชนี PNImodified ถ้าค่าดัชนี PNImodified มีค่ามากที่สุดแสดงว่า ครูมีความต้องการจำเป็นมากที่สุดและกำหนดให้เป็นลำดับที่ 1 ถ้าค่า PNImodified มีค่าน้อยลงมาแสดงว่าครูมีความต้องการจำเป็นในประเด็นนั้นเป็นลำดับที่ 2, 3, 4, ..., k ข้อตามลำดับ

3. ตรวจสอบคุณภาพ ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) วิเคราะห์สถิติเบื้องต้น จากแบบสอบถามสำหรับการประเมินความเหมาะสม

ของรูปแบบการพัฒนาครู โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ตรวจสอบความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎีความเป็นไปได้และความสอดคล้องของรูปแบบแบบมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับ โดยเกณฑ์ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป ซึ่งพบว่าผู้เชี่ยวชาญประเมินแบบตรวจสอบประสิทธิภาพด้านความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี ความเป็นได้และความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของร่างรูปแบบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ทุกรายการ

ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้เกณ์การแปลความการตรวจสอบคุณภาพความเหมาะสมของรูปแบบโดยมีเกณฑ์การแปลความระดับคุณภาพ ดังนี้ (มาเรียม นิลพันธุ์, 2558)

ค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1.50	ระดับคุณภาพ น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพ 1.51-2.50	ระดับคุณภาพ น้อย
ค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพ 2.51-3.50	ระดับคุณภาพ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพ 3.51-4.50	ระดับคุณภาพ มาก
ค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพ 4.51-5.00	ระดับคุณภาพ มากที่สุด

ผลการวิจัย (Results)

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานความต้องการจำเป็นของครูในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ สาระการเรียนรู้ ด้านคหกรรมศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1 คือ

1. จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการจำเป็นร่วมกับการสัมภาษณ์เมื่อครั้งนิเทศการสอน อีกทั้งศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ พบว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบ สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ สำหรับครูสาระวิชาคหกรรมศาสตร์ในวิชาการงานอาชีพการคิดเชิงออกแบบ เป็นวิธีการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ประกอบกับหลักตรรกะและให้ความสำคัญต่อกระบวนการทำงาน สะท้อนผลของวิธีคิด ผลงานที่เกิดจากวิธีการคิดเชิงออกแบบพบว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบสามารถพัฒนาความสามารถของครูในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ด้านคหกรรมศาสตร์ ช่วยให้ครูระบุปัญหาในชั้นเรียน สร้างแนวคิดใหม่ (Brown,2008; มะยุรีย์ พิทยาเสนีย์ และพิชญาภา ยวงสร้อย, 2564)

การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามสภาพจริงจากการการสัมภาษณ์ ครูวิชาการและหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ พบว่า ผู้เรียนในชั้นเรียนมีทักษะด้านการคิดที่แตกต่างกัน แต่ผู้เรียนส่วนใหญ่ยังเน้นการจำเนื้อหาเข้าใจเฉพาะสาระในบทเรียน และปฏิบัติได้ตามแบบหรือลอกเลียนแบบตามตัวอย่าง ยังไม่สามารถไปถึงระดับการคิดขั้นสูง และแก้ไขปัญหาเพื่อนำไปสู่การวางแผนการสร้างสรรค์และพัฒนางาน ซึ่งครู

และผู้บริหารมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าทักษะการคิดวิเคราะห์มีความสำคัญต่อการเรียน หรือการฝึกปฏิบัติการทางวิชาชีพของผู้เรียน ดังผลจากการสนทนากลุ่มกับครูที่กล่าวว่า

“ผู้เรียนยังใช้แค่ความจำและความเข้าใจเป็นส่วนใหญ่ในการทำงาน”

(การสัมภาษณ์ครู)

“ความคาดหวังให้ผู้เรียนนอกจากให้จำและเข้าใจแล้ว ต้องเพิ่มทักษะการวิเคราะห์เพิ่มขึ้นโดยสร้างจากคำถาม แบบฝึกหัด หลังจากเรียนแล้วในแต่ละหน่วย”

(การสัมภาษณ์ครู)

“ในฐานะผู้สอนต้องมีความคาดหวังให้ผู้เรียนสามารถคิดวิเคราะห์ได้อย่างหลากหลายจะได้ ทำให้ผู้เรียนสามารถมีความรู้ ความคิด เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้”

(การสัมภาษณ์ครู)

1. ผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นของครูในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ สาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยีทางด้านคหกรรมศาสตร์ ที่มีค่า $PNI_{modified}$ สูงสุด10 อันดับแรก

ตารางที่ 1 ความต้องการจำเป็นของครูในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ทางด้านคหกรรมศาสตร์ ด้านวิธีการสอน

ข้อที่	ข้อความ	I	D	$PNI_{modified}$
1	การนำสภาพปัญหาในชั้นเรียนมากำหนดแนวทางการจัดการเรียนรู้	3.56	4.67	0.31
2	ท่านสามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะด้านอาชีพแก่นักเรียนได้	3.83	4.89	0.28
3	ท่านศึกษาค้นคว้าวิธีการสอนใหม่ๆเพื่อมาปรับใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้อยู่เสมอ	3.67	4.67	0.27
4	บางครั้งการสอนของท่านก็ใช้กระบวนการเรียนรู้ที่ประยุกต์ขึ้นเอง	3.78	4.78	0.26
5	ท่านเข้าใจความแตกต่างของการจัดการเรียนรู้แต่ละรูปแบบได้	3.67	4.56	0.24
6	ท่านสามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะการจัดการ	4.00	4.89	0.22
7	กิจกรรมบทบาทสมมุติ ช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ได้	3.78	4.56	0.21
8	ท่านเขียนแผนการจัดการเรียนรู้ ได้ตรงตามเป้าหมายของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	4.17	5.00	0.20
9	ท่านเข้าใจจุดมุ่งหมายของการจัดการเรียนรู้ที่ใช้วิธีการต่างๆ	4.00	4.78	0.19
10	ท่านเขียนแผนการจัดการเรียนรู้เพื่อนำมาใช้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม	4.22	5.00	0.18

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการจำเป็นในสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ ด้านวิธีการสอน มีค่า PNImodified ตั้งแต่ 0.18 – 0.31 โดยรายการที่มีค่า PNImodified มากที่สุด 3 อันดับแรกและครูมีความต้องการพัฒนามากที่สุดได้แก่ การนำสภาพปัญหาในชั้นเรียนมากำหนดแนวทางการจัดการเรียนรู้

รองลงมาเป็น ท่านสามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะด้านอาชีพแก่นักเรียนได้และท่านศึกษาค้นคว้าวิธีการสอนใหม่ๆเพื่อมาปรับใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้อยู่เสมอ

ตารางที่ 2 ความต้องการจำเป็นของครูในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ทางด้านคหกรรมศาสตร์ ด้านสื่อและเทคโนโลยี ที่มีค่า $PNI_{modified}$ สูงสุด10 อันดับแรก

ที่	ข้อความ	I	D	$PNI_{modified}$
1	ท่านสามารถเลือกใช้สื่อการสอนที่จำเป็นที่ช่วยพัฒนาความรู้แก่นักเรียน	3.67	4.89	0.33
2	ท่านใช้สื่อวัสดุอุปกรณ์การสอนที่เพียงพอแก่การนำไปใช้ในการเรียนการสอน	3.78	5.00	0.32
3	ท่านจัดทำเอกสารประกอบการเรียนให้กับนักเรียนได้ค้นคว้าเพิ่มเติม	3.89	5.00	0.29
4	ท่านสามารถแนะนำหนังสืออ่านเพิ่มเติมให้แก่ผู้เรียนได้	3.67	4.67	0.27
5	ท่านใช้สื่อการเรียนที่ช่วยกระตุ้นความสนใจ นักเรียนเกิดการเรียนรู้	4.00	5.00	0.25
6	หนังสือเรียนมีความจำเป็นสำหรับใช้ในการศึกษาค้นคว้าของนักเรียน	3.22	4.00	0.24
7	ท่านสามารถจัดทำสื่อการสอนเพื่อใช้กับตนเองได้	4.00	4.89	0.22
8	ท่านเลือกใช้สื่อการสอนที่สามารถพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติในวิชาคหกรรมศาสตร์ได้	4.22	5.00	0.18
9	สื่อการสอนของท่าน ทำให้นักเรียนเข้าใจในต่อเนื้อหาการเรียนง่ายขึ้น	4.11	4.78	0.16
10	ท่านสามารถเลือกใช้สื่อการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับวิธีการสอนได้	4.22	4.78	0.13

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการจำเป็นในสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ ด้านสื่อและเทคโนโลยี มีค่า PNImodified ตั้งแต่ 0.13– 0.33 โดยรายการที่มีค่า PNImodified มากที่สุด 3 อันดับแรก และครูมีความต้องการพัฒนามากที่สุด อันดับที่ 1 คือท่านสามารถเลือกใช้สื่อการสอนที่จำเป็นที่ช่วยพัฒนาความรู้แก่นักเรียน รองลงมาเป็น ท่านใช้สื่อวัสดุอุปกรณ์การสอนที่เพียงพอแก่การนำไปใช้ในการเรียนการสอน และอันดับที่ 3 ท่านจัดทำเอกสารประกอบการเรียนให้กับนักเรียนได้ค้นคว้าเพิ่มเติม

ตอนที่ 2 ผลการสร้างและตรวจสอบคุณภาพรูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ ด้านคหกรรมศาสตร์ เป็นดังนี้

1. รูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ ทางด้านคหกรรมศาสตร์

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการศึกษาความต้องการจำเป็น พบว่าหลักการของการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มีหลักการคือ การใช้ความคิด อย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) ผลการศึกษาความต้องการจำเป็น สามารถนำมาสร้างเป็นรูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) สรุปได้ดังนี้

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

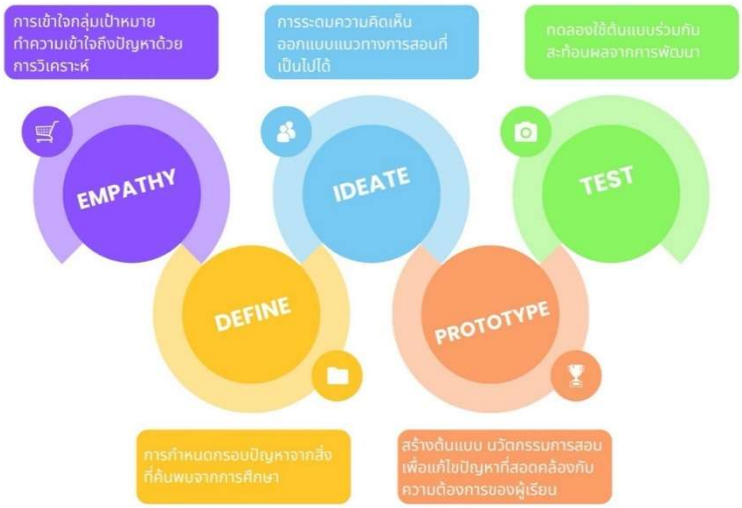
ตารางที่ 3 สรุปขั้นตอนการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการพัฒนาครูคหกรรมศาสตร์โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ

ขั้นตอนที่	วัตถุประสงค์	หลักการ	กิจกรรม
ขั้นตอนที่ 1 การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathy)	เพื่อพัฒนาครูให้เข้าใจกระบวนการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของผู้เรียน	การทำความเข้าใจลึกซึ้งถึงปัญหา	ครูร่วมกันทำความเข้าใจปัญหาของผู้เรียนสะท้อนผลด้วยการสังเกตการณ์ พูดคุย วิเคราะห์พิจารณาสาเหตุด้านการสอนและสื่อ ฝึกกระบวนการวิเคราะห์จากสภาพปัญหาจากชั้นเรียนของตนเอง
ขั้นตอนที่ 2 การตั้งกรอบปัญหา (Define)	เพื่อกำหนดกรอบปัญหาด้วย การตั้งคำถามปลายเปิดที่ผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การหารูปแบบความสัมพันธ์ที่จะนำไปสู่การสรุปโจทย์ความต้องการของผู้เรียน	การตั้งกรอบปัญหาด้วยการทำความเข้าใจกับผู้เรียนศึกษาบริบทของปัญหาอย่างละเอียด	ครูสังเคราะห์สิ่งที่ได้ค้นพบจากการเข้าใจสภาพปัญหา ความต้องการจำเป็นนวัตกรรมด้านวิธีการสอน นวัตกรรมด้านสื่อและเทคโนโลยี กำหนดกรอบความเข้าใจและความต้องการของผู้เรียน
ขั้นตอนที่ 3 การระดมความคิด (Ideate)	เพื่อระดมความคิดของครูในการแก้ไขปัญหาสำหรับใช้พัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้	มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ความคิดที่จะตอบโจทย์ปัญหาอย่างหลากหลาย เปิดกว้างสำหรับความเป็นไปได้ทางเลือก โดยไม่จำกัดขอบเขตความคิด นำเสนอความคิดในกระบวนการขั้นนี้ไปสู่ขั้นตอนของการสร้างตัวแบบเพื่อให้สามารถนำไปใช้ในขั้นต่อไป	ครูร่วมระดมสมองเพื่อหาคำตอบแก้ไขปัญหา โดยแต่ละกลุ่มเลือกหัวเรื่องที่สำคัญที่สุด 2-3 เพื่อให้ทุกคนได้แสดงออกทางความคิดและต่อยอดความคิดคนอื่น การจัดกลุ่มแนวคำตอบที่คล้ายคลึงกัน เพื่อให้ง่ายต่อการรวบรวมและคัดเลือกเป็นแนวคิดนำไปสู่การพัฒนาในกระบวนการต่อไป
ขั้นตอนที่ 4 การสร้างต้นแบบ (Prototype)	เพื่อให้ครูได้ดำเนินการฝึกสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ สำหรับแก้ไขปัญหาที่สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน	การแปลงความคิดออกมาให้อยู่ในรูปธรรม ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบทางกายภาพที่ชัดเจน เช่น การสื่อสารผ่านกระดาษโน้ต การสาธิต การออกแบบการจัดการเรียนรู้ การพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับผู้เรียน เป็นต้น	ครูลงมือสร้างต้นแบบ (Conceptual Prototype) อย่างง่ายและรวดเร็วขึ้นมาก่อน เพื่อที่จะสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้เรียน ในการสร้างต้นแบบนวัตกรรม คำนึงถึงผู้เรียนเป็นสำคัญ และกำหนดเกณฑ์และสิ่งที่ต้องการทดสอบ

ตารางที่ 3 สรุปขั้นตอนการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการพัฒนาครูคหกรรมศาสตร์โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (ต่อ)

ขั้นตอนที่	วัตถุประสงค์	หลักการ	กิจกรรม
			จากการใช้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นและวัดผลตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้
ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบต้นแบบ (Test)	เพื่อทดสอบต้นแบบนวัตกรรม โดยเพื่อนครูและผู้ดูแลให้คำปรึกษาแนะนำ(Mentor) ซึ่งข้อมูลที่ได้นี้จะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนานวัตกรรมวิธีการจัดการเรียนรู้ต่อไป	การทดสอบด้วยการสร้างโอกาสในการปรับปรุงพัฒนาความคิดที่สร้างขึ้นให้ดียิ่งขึ้น นำตัวแบบนวัตกรรมที่สร้างขึ้นมาทดลองกับผู้เรียนที่ต้องการแก้ไขปัญหา	การทดลองใช้ต้นแบบการพัฒนาผู้เรียนสะท้อนผลการทดลองใช้ เพื่อนครูร่วมกันประเมินผลการใช้ต้นแบบการพัฒนาต้นแบบความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติทั้งในด้านผลที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน และสมรรถภาพการสอนการจัดการเรียนรู้ที่เกิดจาการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนรู้

จากขั้นตอนการดังกล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สรุปขั้นตอนการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ

2. การตรวจสอบรูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ คหกรรมศาสตร์

การตรวจสอบความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี ความเป็นไปได้ และความสอดคล้องของรูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่านซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงการรูปแบบการพัฒนาครูด้านความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี และความเป็นไปได้

ที่	ประเด็นการตรวจสอบ	ความสมเหตุสมผล			ความเป็นไปได้		
		$\overline{X}$	S.D.	ระดับ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1	หลักการคิดเชิงออกแบบ	4.20	0.83	มาก	4.40	0.89	มาก
2	วัตถุประสงค์ของการคิดเชิงออกแบบ	4.40	0.54	มาก	4.60	0.54	มากที่สุด
3	**ขั้นที่ 1** การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathy)	4.20	0.44	มาก	3.80	0.83	มาก
4	**ขั้นที่ 2** การตั้งกรอบปัญหา (Define)	4.20	0.83	มาก	4.20	0.83	มาก
5	**ขั้นที่ 3** การระดมความคิด (Ideate)	4.80	0.44	มากที่สุด	4.40	0.54	มาก
6	**ขั้นที่ 4** การสร้างต้นแบบ (Prototype)	4.60	0.54	มากที่สุด	4.40	0.54	มาก
7	การสะท้อนผลการสอนในชั้นเรียน	4.80	0.44	มากที่สุด	4.40	0.54	มาก
8	การวิเคราะห์ข้อมูล	4.60	0.89	มากที่สุด	4.20	0.83	มาก
9	การไตร่ตรองสะท้อนคิดและให้ข้อมูลย้อนกลับ	4.60	0.89	มากที่สุด	4.20	0.83	มาก
10	**ขั้นที่ 5** การทดสอบ (Test)	4.60	0.54	มากที่สุด	4.80	0.44	มากที่สุด
11	การกำกับ ติดตาม ดูแล	4.40	0.54	มาก	4.20	0.83	มาก
12	การจัดปัจจัยสนับสนุน	4.60	0.54	มากที่สุด	4.20	0.83	มาก

จากตาราง ผลการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่านในการตรวจสอบรูปแบบการพัฒนาครูด้านความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี พบว่า มีค่าเฉลี่ยด้านความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎีอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.20 - 4.80) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.44 –0.89 และเมื่อตรวจสอบประสิทธิภาพด้านความเป็นไปได้ของรูปแบบ พบว่า มีค่าความสอดคล้องเชิงโครงสร้างด้านความเป็นไปได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ($\overline{X}$= 3.80 - 4.80) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.44 – 0.89 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 5 แสดงการตรวจสอบรูปแบบการพัฒนาครูด้านความสอดคล้อง

ที่	ประเด็นการตรวจสอบ	ความสอดคล้อง		
		$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1	รูปแบบการพัฒนาครูสอดคล้องกับข้อมูลพื้นฐานและความต้องการจำเป็นของครูผู้สอน	4.20	0.83	มาก
2	แต่ละองค์ประกอบของการกิจกรรมมีความสอดคล้องกัน	4.00	0.83	มาก
3	การดำเนินการตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบแต่ละขั้นตอนมีความสอดคล้องต่อเนื่องสัมพันธ์กัน	4.20	0.83	มาก
4	การดำเนินการตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.00	0.70	มาก
5	เครื่องมือที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนมีความสอดคล้องกับการดำเนินการ	4.00	0.83	มาก
6	วิธีวัดและประเมินผลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาครู	4.20	0.89	มาก

จากตาราง ผลการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่านในการตรวจสอบรูปแบบการพัฒนาครูด้านความสอดคล้องของรูปแบบ พบว่า มีค่าเฉลี่ยด้านความสอดคล้องของรูปแบบ อยู่ในระดับมากถึงมาก ($\overline{X}$= 4.00 - 4.20) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.70 – 0.89 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

1. ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานความต้องการจำเป็นของครูในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้สาระการเรียนรู้ การงานอาชีพทางด้านคหกรรมศาสตร์ จากผลการวิจัยพบว่า

จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการพัฒนาครูคหกรรมศาสตร์ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน ช่วยให้ครูสามารถสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ได้อย่างเป็นระบบ จากผลการศึกษาพบว่าครูมีความต้องการจำเป็นสูงในด้านวิธีการสอน การพัฒนาครูกระบวนการคิดเชิงออกแบบ โดยในขั้นตอนที่ 1 (Empathy) ครูได้เรียนรู้การวิเคราะห์ปัญหาของผู้เรียนในชั้นเรียนคหกรรมศาสตร์ ขั้นที่ 2 (Define) ช่วยให้ครูสามารถกำหนดโจทย์ปัญหาที่ชัดเจน ขั้นที่ 3 (Ideate) เปิดโอกาสให้ครูระดมสมองเพื่อสร้างสรรค์วิธีการสอนและสื่อใหม่ ขั้นที่ 4 (Prototype) ครูได้ลงมือพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมคหกรรมศาสตร์และขั้นที่ 5 (Test) ครูได้ทำการทดสอบและปรับปรุงนวัตกรรม การนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบมาใช้ในสาระคหกรรมศาสตร์ช่วยเปลี่ยนบทบาทผู้เรียนจากผู้ทำตามเป็นผู้สร้างสรรค์ สอดคล้องกับ (Buchanan, 1992; Brown, 2008) ที่กล่าวว่า การคิดเชิงออกแบบช่วยให้เกิดการมองปัญหาในมุมมองใหม่และสร้างทางเลือกนวัตกรรม นอกจากนี้จากผลการดัชนีความต้องการจำเป็น (PNImodified) ในด้านวิธีการสอนและสื่อเทคโนโลยีที่สูง แสดงให้เห็นว่าครูต้องการพัฒนาด้านวิธีการสอนและการใช้สื่อเทคโนโลยีมาออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากว่าผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานด้านการสอนคหกรรมศาสตร์กับครู ตลอดจนศึกษาสภาพปัญหาด้านการจัดการเรียนรู้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสะท้อนผลการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถสังเคราะห์แนวทางเพื่อกำหนดกรอบความคิดในการวิจัย การสังเคราะห์รายการคำถามเพื่อนำไปใช้ในการสอบถามความต้องการจำเป็นในการพัฒนานวัตกรรมของครูผู้สอนคหกรรมศาสตร์ มีการพัฒนาเครื่องมือการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ การทดลองใช้รายการคำถามก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง ตามกระบวนการสร้างและพัฒนาเครื่องมืออย่างเป็นขั้นตอน จึงทำให้เมื่อนำรายการคำถามไปสร้างเป็นแบบสอบถามความต้องการจำเป็น สามารถสะท้อนผลความต้องการจำเป็นได้อย่างดี จากนั้นนำความต้องการจำเป็นมาเรียงเป็นลำดับ (Sort) จากความสำคัญมากไปน้อย (สุวิมล ว่องวาณิช, 2558) สอดคล้องกับงานวิจัยมะยุรีย์ พิทยาเสนีย์ และพิชญาภา ยวงสร้อย (2564, 190-199) กล่าวถึงนำเสนอกระบวนการพัฒนานักศึกษาครูให้มีความเป็นนวัตกรที่สามารถพัฒนานวัตกรรมในรูปแบบดิจิทัลหรือรูปแบบออนไลน์เพื่อใช้แก้ไขปัญหาการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสมในสภาพแวดล้อมวิถีใหม่ด้วยการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน พบว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบนี้เป็นสำคัญของระบบการจัดการศึกษา สามารถประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมแก้ไข

ปัญหาการเรียนการสอนและถ่ายทอดสู่ผู้เรียนได้อย่างลงตัว ตลอดจนนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันและนวัตกรรมสำหรับการประกอบอาชีพ

2. ผลการสร้างและตรวจสอบรูปแบบการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ สาระการเรียนรู้ การงานอาชีพทางด้านคหกรรมศาสตร์ สามารถพัฒนารูปแบบการพัฒนาครู ตามกระบวนการคิด เชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน

มีผลการตรวจสอบประสิทธิภาพรูปแบบการพัฒนาครู ด้านความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี พบว่า มีความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และเมื่อตรวจสอบประสิทธิภาพด้านความเป็นไปได้ของรูปแบบ มีความเป็นไปได้ของรูปแบบเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และการตรวจสอบประสิทธิภาพด้านความสอดคล้องของรูปแบบ เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องมาจากว่า ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกระบวนการคิดเชิงออกแบบ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาครู ตลอดจนการนำผลการประเมินความต้องการจำเป็นของครูคหกรรมศาสตร์สังเคราะห์ร่วมกันในการพัฒนารูปแบบการพัฒนาครูในครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลได้ในประเด็นดังต่อไป

จากผลการวิจัย กระบวนการคิดเชิงออกแบบ สอดคล้องกับรูปแบบการสอนที่เน้นการพัฒนาทักษะกระบวนการ (Process Skill) เป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับวิธีดำเนินการต่างๆ ซึ่งอาจเป็น กระบวนการทางสติปัญญา เช่น กระบวนการสืบสอบแสวงหาความรู้ หรือกระบวนการคิดต่างๆ เช่น การคิดวิเคราะห์ การอุปนัย การนิรนัย การใช้เหตุผลการสืบสอบ การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ เป็นต้น หรืออาจเป็นกระบวนการทางสังคม เช่นกระบวนการทำงานร่วมกัน วิธีการสอนแบบแก้ปัญหา (Problem Solving Model) กล่าวคือ การสอนแก้ปัญหา เป็นหลักในการวิธีการสอนในการออกแบบ (Buchanan, 1992; Cross, 1999) วิธีสอนแบบนี้ เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง เน้นทักษะ การแสวงหาความรู้ การค้นพบ การสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และลงมือปฏิบัติตามกระบวนการออกแบบ อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์วิธีสอนแบบโครงงาน (Project Method) เป็นหลักสำคัญในการคิดเชิงออกแบบ (Brown, 2008, 84-95) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้า ปฏิบัติตามหัวข้องานที่ผู้เรียนสนใจ ฝึกกระบวนการออกแบบอย่างมีขั้นตอน แก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ จนการดำเนินงานสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ส่งผลให้ผู้เรียนมีทักษะทางการคิด และทักษะในการทำงานออกแบบที่หลากหลาย เป็นประสบการณ์ตรงที่มีคุณค่า

แม้ว่า Choueiri and Mhanna (2013, 925-929) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษากระบวนการออกแบบสัมพันธ์กับทักษะการคิดของนักออกแบบในชีวิตประจำวันซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ แสดงให้เห็นทักษะในการแก้ปัญหา ทักษะการสร้างสรรค์ ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และทักษะด้านความร่วมมือ ที่นำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 8 ขั้นตอน โดยมุ่งเน้นไปยังทักษะที่สำคัญ 2 ประเภท คือ ทักษะความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนใช้ทักษะ 2 ประเภท สลับกันไปมาในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการเรียนการสอน และทักษะเหล่านี้จะช่วยแก้ปัญหากับสถานการณ์ที่ซับซ้อน นำไปสู่การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 แต่งานวิจัยครั้ง

นี้ได้ปรับตามขั้นตอน 5 ขั้นตามกรอบแนวคิดของ Lupton (2014) ซึ่งเหมาะสมกับบริบทการพัฒนาครูด้านคหกรรมศาสตร์มากกว่า เนื่องจากกรอบ 5 ขั้นตอนมีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติในบริบทโรงเรียน

บทสรุป (Conclusion)

จากการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นของครู พบว่าครูคหกรรมศาสตร์ส่วนใหญ่ยังขาดกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ โดยเป็นการเน้นการจัดการเรียนรู้ในระดับความจำและความเข้าใจเป็นหลัก ส่งผลให้นักเรียนขาดทักษะการคิดวิเคราะห์และกิจกรรมที่ส่งเสริมกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ จากผลการวิเคราะห์ดัชนีความต้องการจำเป็น สะท้อนให้เห็นว่าครูมีความต้องการพัฒนาด้านวิธีการสอนและการสร้างนวัตกรรมเป็นลำดับสูงสุด โดยเฉพาะความสามารถในการนำสภาพปัญหาในชั้นเรียนมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดแนวทางการจัดการเรียนรู้ ด้านวิธีการสอน มีค่า PNImodified ตั้งแต่ 0.18 – 0.31 ควบคู่ไปกับการออกแบบกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะวิชาชีพ ในขณะที่ด้านสื่อและเทคโนโลยี ซึ่งครูมีความต้องการจำเป็นในการเลือกใช้และจัดทำสื่อที่ช่วยกระตุ้นความสนใจและพัฒนาความรู้แก่ผู้เรียนในระดับที่สูงเช่นเดียวกัน ด้านสื่อและเทคโนโลยี มีค่า PNImodified ตั้งแต่ 0.13– 0.33

ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการจำเป็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำแนวทางการ การคิดเชิงออกแบบมาออกแบบพัฒนาเป็นรูปแบบการพัฒนาครู โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathy) การตั้งกรอบปัญหา (Define) การระดมความคิด (Ideate) การสร้างต้นแบบ (Prototype) และการทดสอบต้นแบบ (Test) จากผลการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญยืนยันได้ว่า รูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีความโดดเด่นในด้านความสมเหตุสมผล โดยเฉพาะในขั้นตอนการระดมความคิดและการสร้างต้นแบบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสูด ($\overline{X}$=4.80) อีกทั้งรูปแบบยังมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติจริงในระดับมากถึงมากที่สุด ($\overline{X}$=3.80-4.80) และมีความสอดคล้องเชิงโครงสร้างที่ครอบคลุมทั้งวัตถุประสงค์และเครื่องมือที่ใช้ ($\overline{X}$= 4.00 - 4.20) สรุปได้ว่ารูปแบบการพัฒนาครูนี้เป็นรูปแบบที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน สามารถนำไปใช้พัฒนาสมรรถนะครูในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ที่ตอบโจทย์ปัญหาของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบเป็นขั้นตอนการค้นหาคำตอบเพื่อนำใช้แก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระบบ ครูคหกรรมศาสตร์ควรเริ่มใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบจากขั้นตอน Empathy โดยเน้นการสังเกตและพูดคุยกับนักเรียนอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้ได้โจทย์ปัญหาที่แท้จริง

2. การเตรียมความพร้อมของครู (Preparing) และการกำหนดประเด็นปัญหาที่สะท้อนจากชั้นเรียนมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการใช้รูปแบบ ดังนั้นในกระบวนการทำความเข้าใจปัญหาในขั้นแรกจึงควรพยายามกระตุ้นให้ครูได้มีโอกาสสะท้อนปัญหาได้อย่างหลากหลายไม่จำกัด

3. หากครูในกลุ่มสาระการเรียนรู้ หรือในสถานศึกษาเดียวกัน มีการสร้างชุมชนทางวิชาชีพเกิดขึ้น (PLC) จะช่วยแลกเปลี่ยนมุมมองสะท้อนผลของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของครู ไม่จำเป็นเฉพาะครูคหกรรมศาสตร์ ดังนั้น สถานศึกษาควรสร้างความต่อเนื่องในกระบวนการการพัฒนาครู สถานศึกษาควรนำรูปแบบนี้ไปบูรณาการกับกระบวนการ PLC เพื่อให้ครูได้ร่วมกันระดมสมอง ซึ่งจะช่วยให้เกิดนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้คหกรรมศาสตร์ที่สมบูรณ์ขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยที่นำรูปแบบการพัฒนาครูนี้ไปใช้จริงและศึกษาผลที่เกิดขึ้นกับครูด้านความสามารถในการสร้างนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้คหกรรมศาสตร์ และผลที่เกิดกับผู้เรียนด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

2. การคิดเชิงออกแบบ เป็นการพัฒนากรอบความคิดของครูได้อย่างเป็นระบบ ดังนั้น ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาสมรรถภาพของครูในการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการคิดขั้นสูงที่ส่งผลถึงความสามารถในการคิดขั้นสูงของผู้เรียนในรูปแบบอื่นเช่น การคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) หรือการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking)

เอกสารอ้างอิง (References)

กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

กรวิชญ์ โสภา. (2566). การพัฒนาชุดกิจกรรมกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการออกแบบเชิงวิศวกรรม. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.* 34(1), 76-87. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edubuu/article/view/260272/175772

คณะวิทยาการเรียนรู้และศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ Learn Education. (2560). *เอกสารประกอบการอบรมทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ Design Thinking.* กรุงเทพมหานคร.

ปวริศร ภูมิสูง. (2564). *การพัฒนาการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวทางสตีมศึกษา.* [วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

มานิตย์ อาษานอก. (2561). การบูรณาการการคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนรู้. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,* 1(1), 6-12. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/etcedumsujournal/article/view/242283/164454

มะยุรีย์ พิทยาเสนีย์ และพิชญาภา ยวงสร้อย. (2564). การคิดเชิงออกแบบ: ครูนวัตกรวิถีใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*. 10 (2), 190-199. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JLPRU/article/view/246560/173758

วัชรา เล่าเรียนดี. (2554). *รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการคิด.* (พิมพ์ครั้งที่ 7). นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

สุวิมล ว่องวาณิช. (2558). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Brown, T. (2008). Design Thinking. *Havard Business Review(2),* 84-95.

Buchanan, R. (1992). Wicked Problems in Design Thinking. *Design issues*, *8*(2).5-21. https://www.jstor.org/stable/1511637?origin=JSTOR-pdf.

Choueiri, L. S., & Mhanna. S. (2013). The Design Process as a Life Skill. *Procedia-Social and Behavioral Science,* 93. 925-929. https://www.researchgate.net/publication/270848758_The_Design_Process_as_a_Life_Skill

Cross, N. (1999) Natural Intelligence in Design. *Design Studies, 20*(1),25-39. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0142694X9800026X.

Lupton, E. (2014). *Graphic design thinking*: beyond brainstorming. New York: Princeton Architectural Press.

Seidel, Victor P. and Fixson, Sebastian K., Adopting Design Thinking in Novice Multidisciplinary Teams: The Application and Limits of Design Methods and Reflexive Practices (May 8, 2012). *Journal of Product Innovation Management*, 30(S1),19-33., Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2053316

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

แนวทางการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Guidelines for Development of the Master of Arts Program in Thai, Faculty of Humanities, Chiang Mai University

สิริมา เชียงเชาว์ไว*, ศุภวัจน์ แต่รุ่งเรือง , ภคภต เทียมทัน

Sirima Chiengchaovai*, Supawat Taerungruang , Pakapot Thiamthan

ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200
Department of Thai, Faculty of Humanities, Chiang Mai University
239 Huay Kaew Road, Suthep, Muang, Chiang Mai 50200, Thailand

***รับบทความ**: 12 กุมภาพันธ์ 2569* ***ปรับปรุงบทความ**: 15 กรกฎาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**:17 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากประชากรเป้าหมาย จำนวน 69 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ และวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็น ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่ 1 คณะกรรมการบริหารหลักสูตร มีความเห็นดังนี้ 1) ด้านการบริหารการจัดการเรียนการสอน ควรสนับสนุนให้อาจารย์ทุกคนมีคุณสมบัติเป็นผู้สอนและเป็นที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ 2) ด้านการบริหารจัดการนักศึกษา ควรปรับกระบวนการรับนักศึกษาและติดตามการทำปริญญานิพนธ์อย่างเข้มข้นมากขึ้น 3) ด้านการบริหารจัดการงบประมาณ ควรเพิ่มงบประมาณพัฒนาทางวิชาการ และ 4) ด้านการวางแผนการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร ควรรักษาความเป็นวิชาการและปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ กลุ่มที่ 2 อาจารย์ผู้สอน นักศึกษาปัจจุบัน และศิษย์เก่า พบว่า ด้านที่พึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านอาจารย์ที่ปรึกษา รองลงมาคือ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านหลักสูตร และด้านการอำนวยความสะดวกในการเรียน ตามลำดับ ส่วนกลุ่มสุดท้าย นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: sirima.c@cmu.ac.th

ภาษาไทย จากมหาวิทยาลัยอื่น ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เปิดสอนหลักสูตรนี้ รวมทั้งไม่มั่นใจในความรู้ความสามารถของตนว่าจะผ่านการคัดเลือกได้ จึงไม่ได้สมัครเข้าศึกษา ผลจากการวิจัยนี้ นำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรด้านการเร่งผลักดันให้อาจารย์ผลิตผลงานที่มีคุณภาพและเผยแพร่สู่สาธารณชนอย่างกว้างขวางมากขึ้น รวมถึงเพิ่มการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์หลักสูตร เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ต่าง ๆ ให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ

แนวทางการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Received: *February 12, 2026* ***Revised***: *July 15, 2026* ***Accepted***: *August 17, 2026*

Abstract

This research aimed to investigate guidelines for the development of the Master of Arts Program in Thai Language at Chiang Mai University by using both quantitative and qualitative research methods. The sample comprised 69 participants, and data were collected through an online questionnaire. The data were analyzed using percentage statistics and content analysis by thematic issues. The results showed that the first sample group, the program administrative committee, had the following suggestions: (1) with regard to teaching and learning management, all instructors should be supported in meeting the qualifications required to serve as instructors and thesis advisors; (2) in terms of student management, the student admission process should be revised, and thesis supervision should be monitored more intensively; (3) as regards budget management, increased funding should be allocated for academic development; (4) in relation to curriculum planning and revision, academic rigor should be maintained, and systematic, continuous curriculum improvement should be undertaken. The second sample group, consisting of instructors, current students, and alumni, indicate that their highest level of satisfaction was with academic advisors, followed by course instructors, the curriculum itself, and learning facilities, respectively. From the final sample group, i.e. students enrolled in Master of Arts programs in Thai Language at other universities, most were unaware that Chiang Mai University offered this program. Additionally, they lacked confidence in their own qualifications to meet the admission criteria, and therefore they did

not apply. These research findings can inform curriculum development initiatives, particularly in accelerating instructors' production of high-quality scholarly work and promoting broader public dissemination. This also includes enhancing communication and program publicity to reach target groups more effectively across various regions.

Keywords

Guidelines for curriculum development, Master of Arts Program in Thai Language, stakeholder satisfaction

บทนำ (Introduction)

ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จัดตั้งขึ้นพร้อมกับการสถาปนามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2507 นับเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกในส่วนภูมิภาคที่จัดตั้งขึ้นตามนโยบายของภาครัฐและตามเจตนารมณ์ของประชาชนในเขตภาคเหนือของประเทศไทย เพื่อให้เป็นศูนย์กลางทางวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2567) ในช่วง 2 ทศวรรษแรก ภาควิชาภาษาไทยเปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2529 เปิดสอนระดับบัณฑิตศึกษาครั้งแรก คือ "หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวรรณกรรมล้านนา พ.ศ. 2528" ต่อมาในปี พ.ศ. 2549 เปิด "หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2548" เพื่อขยายโอกาสให้แก่ครูและอาจารย์ในท้องถิ่นภาคเหนือที่ต้องการเพิ่มพูนความรู้และปรับวิทยฐานะ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 จนปัจจุบัน นับเป็นเวลา 20 ปีที่หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาการเรียนการสอนให้เข้มข้น มีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน ผู้ใช้บัณฑิต และสังคมไทย แต่ในภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของสังคมไทยและสังคมโลก เช่น ภาวะโรคระบาดโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อสังคมทุกด้าน ความฝืดเคืองของเศรษฐกิจซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อภาวะการมีงานทำของบัณฑิต รวมทั้งแนวทางการอุดมศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบันที่แตกต่างไปจากเดิมไปสู่การจัดการศึกษาแบบยืดหยุ่นที่เน้นสมรรถนะ (competency-based education) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (lifelong learning) และการปรับหลักสูตรให้ตอบโจทย์ความต้องการของภาคเอกชนและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งผู้เรียนมีทัศนคติต่อปริญญาบัตรเปลี่ยนไปทั้งในด้านระยะเวลาในการศึกษาที่ยาวนาน ความพึงพอใจในรายได้ที่ได้รับหลังจากสำเร็จการศึกษา ทางเลือกที่เพิ่มขึ้นในการแสวงหาความรู้จากแหล่งอื่นนอกห้องเรียน เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) (เอนก เหล่าธรรมทัศน์, 2569) กอปรกับการปรับตัวของมหาวิทยาลัยในเขตภาคเหนือ คือ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง และมหาวิทยาลัยพะเยาที่เปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเช่นกัน ทำให้ผู้สนใจศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีจำนวนลดลง จากภาวการณ์ดังกล่าวทำให้

หลักสูตรฯ จำเป็นต้องทบทวนผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนและการดำเนินงานของหลักสูตรฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยจัดทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เรื่องนี้ขึ้นเพื่อให้ทราบแนวทางการพัฒนาหลักสูตรในด้านการบริหารจัดการการเรียนการสอนจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน นักศึกษาปัจจุบัน และศิษย์เก่า และนักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย จากมหาวิทยาลัยอื่น ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้งยังช่วยเป็นแนวทางการศึกษาและเติมเต็มช่องว่างในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาต่าง ๆ ในมุมมองของนักศึกษาหลักสูตรเดียวกันจากมหาวิทยาลัยอื่นที่มีต่อหลักสูตรของตน ซึ่งยังไม่พบว่ามีงานวิจัยใดมุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างนี้ในประเด็นดังกล่าว

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตร

โครว์ และโครว์ (Crow & Crow, 1962 อ้างถึงใน เยาวลักษณ์ อยู่เจริญสุข และคณะ, 2557, 5) กล่าวว่า หลักสูตรเป็นมวลประสบการณ์ที่ผู้เรียนได้รับทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนเพื่อให้ผู้เรียนมีพัฒนาการ ทั้งในด้านร่างกาย สังคม ปัญญา และจิตใจ

ไวลส์ (Wiles, 2009, 2) และไวล์ และบอนดี้ (Wiles and Bondi, 2011, 1) กล่าวว่า สำหรับบุคคลทั่วไปแล้ว หลักสูตรจะหมายถึงสิ่งที่เป็นเอกสารในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น เอกสารหลักสูตร หนังสือ ตำรา คู่มือการสอน แต่ในมุมมองของนักวิชาการด้านหลักสูตรจะหมายถึง ประสบการณ์ต่างๆ ที่จัดให้แก่ผู้เรียนและผลการเรียนรู้

ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์ (2557, 3) กล่าวว่า หลักสูตรเป็นมวลประสบการณ์ทั้งหลายซึ่งเป็นแผนสำหรับจัดประสบการณ์เรียนรู้ กระบวนการเรียนการสอน รวมทั้งปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ของแต่ละคนระหว่างผู้เรียนกับครู และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้เรียนไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางตามที่สังคมคาดหมาย

มารุต พัฒผล (2567ก, 1) กล่าวว่า หลักสูตร หมายถึงประสบการณ์ทางการศึกษาทั้งหมดที่สถานศึกษาวางแผนและจัดให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ และ

หลักสูตรเป็นหลักหรือหัวใจของการจัดการศึกษา เป็นกรอบการกำหนดนโยบายทางการศึกษาและมีอิทธิพลต่อความมั่นคงของสังคมและประเทศชาติ

จากนิยามข้างต้นสรุปได้ว่า หลักสูตร หมายถึง ประสบการณ์ทางการศึกษาทุกด้านที่เตรียมไว้ให้แก่ผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนเกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามจุดมุ่งหมายตามที่หลักสูตรกำหนดไว้

การศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรมีความสำคัญและจำเป็นต่อการศึกษาของประเทศ เพราะผลการศึกษาที่ได้รับจะช่วยกำหนดจุดมุ่งหมาย คัดเลือกเนื้อหาสาระการเรียนรู้ และจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้เหมาะสมตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และสอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนาประเทศชาติ การพัฒนาหลักสูตรโดยสังเคราะห์จากแนวคิดของนักการศึกษาที่มีชื่อเสียงทั้งไทยและต่างประเทศ เช่น ไทเลอร์ (Tyler, 1949) ทาบะ (Taba, 1962) โอลิวา (Oliva, 2009) วงศ์ใหญ่ (Wongyai, 2011) (อ้างถึงในมารุต พัฒผล, 2567ข, 20) พบว่ารูปแบบการพัฒนาหลักสูตรมีจุดเน้นร่วมกันคือ ระบบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกัน 3 ระบบ ได้แก่ ระบบการออกแบบหลักสูตร ระบบการนำหลักสูตรไปปฏิบัติ และระบบการประเมินหลักสูตร สำหรับขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรคือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน 2) การออกแบบหลักสูตร 3) การนำหลักสูตรไปปฏิบัติ และ 4) การประเมินหลักสูตร ตรวจสอบประสิทธิภาพของการใช้หลักสูตร รวมทั้งประสิทธิผลของหลักสูตร โดยมีการวางแผน การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ที่ปรึกษา การอำนวยความสะดวก ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินคุณค่า (value judgments) ของหลักสูตรในมิติต่าง ๆ รวมทั้งการปรับปรุงหลักสูตรบนพื้นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ (empirical data) (มารุต พัฒผล, 2567ก, 19) และนำผลที่ได้จากการประเมินหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย พ.ศ. 2566 นี้ไปเป็นกลไกประการสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย พ.ศ. 2571 ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร

ผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยหลักสูตรมหาบัณฑิตในประเทศไทย พบงานวิจัยทั้งสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ สายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เช่น งานวิจัยของ บุรินทร์ สังข์เงิน (2560) เรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาคุณภาพหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา CUPT QA เพื่อศึกษาปัญหาคุณภาพของหลักสูตรและหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา CUPT QA เกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ งานวิจัยของรัตนศิริ เข็มราช และคณะ (2558) เรื่อง การประเมินหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษในฐานะเป็นภาษาโลก เพื่อประเมินหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา งานวิจัยของ พระเพชรสีลา ดาลาวงค์ (2561) เรื่อง ศึกษาแนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาศาสตร์สำหรับนิสิตระดับปริญญาโท คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นด้านความพึงพอใจ เช่น งานวิจัยของ กฤษรัตน์ ศรีสว่าง และคณะ

(2567) เรื่อง ความพึงพอใจและความผูกพันของนักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2565 ที่มีต่อคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ งานวิจัยที่กล่าวมานี้ช่วยแสดงให้เห็นว่าคณะกรรมการบริหารหลักสูตรมหาบัณฑิตจากหลากหลายสาขาวิชาต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญในการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรทั้งทางด้านการวิเคราะห์ปัญหา แนวทางการพัฒนาคุณภาพ และความพึงพอใจของนักศึกษารวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ของหลักสูตร

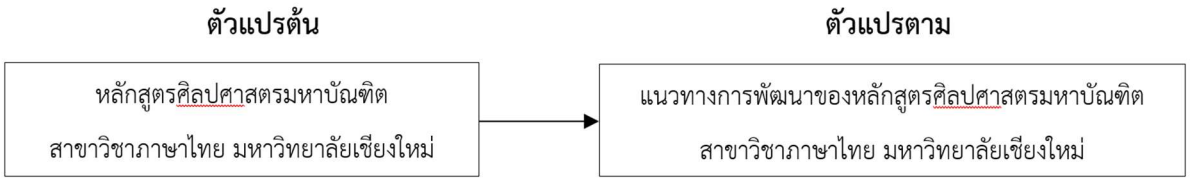
ส่วนการวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตรสาขาวิชาภาษาไทยโดยตรงยังมีน้อยมากและขาดช่วงในการศึกษา และส่วนมากจะเป็นการศึกษาวิจัยหลักสูตรในระดับปริญญาตรี เช่น งานวิจัยเรื่อง หลักสูตรสาขาวิชาภาษาไทย ความเป็นไปในปัจจุบันและอนาคต ของ เยาวลักษณ์ อยู่เจริญสุข และคณะ (2557) ที่ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษา อาจารย์ และนายจ้างที่มีต่อหลักสูตร พบว่านักศึกษาและอาจารย์ต่างก็เห็นความสำคัญในการเตรียมพร้อมด้านการประกอบอาชีพ ส่วนผู้ใช้บัณฑิตคาดหวังให้บัณฑิตมีความรู้ความสามารถในการประกอบวิชาชีพและการใช้เทคโนโลยี รวมทั้งศึกษาเปรียบหลักสูตรภาษาไทยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ฉบับต่าง ๆ และเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาอื่น งานเรื่อง การประเมินหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ของ ชลธิชา หอมฟุ้ง และคณะ (2559) ที่ประเมินหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิตโดยใช้รูปแบบซิป (CIPP model) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารคณะ ผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู นักศึกษาปัจจุบัน ครูพี่เลี้ยงหรือผู้ใช้นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู พบว่าด้านสภาวะแวดล้อมมีความเหมาะสม ด้านปัจจัยนำเข้าและด้านกระบวนการเหมาะสมในระดับมากถึงมากที่สุด ส่วนด้านผลผลิตพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทั้งคุณลักษณะของนักศึกษาปัจจุบันและนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู และพบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น เช่น การพัฒนาหลักสูตรการอบรมภาษาไทยระยะสั้นสำหรับนักศึกษาชาวจีนของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ของ เชษฐ์ ศิริสวัสดิ์ และคณะ (2562) ที่พัฒนา ทดลองใช้ และประเมินหลักสูตรการอบรมภาษาไทยระยะสั้นสำหรับนักศึกษาชาวจีน ผลการศึกษาพบว่า หลักสูตรมีความสอดคล้องกับบริบทของนักศึกษาชาวจีนในระดับมากและผ่านเกณฑ์ในการประเมินหลักสูตรทุกประการ

ส่วนการวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตรสาขาวิชาภาษาไทยในระดับปริญญาโท พบ 1 เรื่องคือ งานวิจัยของกิตติปัทม์ แสงงาม (2566) ซึ่งศึกษา การประเมินหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยและภาษาไทยประยุกต์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เพื่อปรับปรุงหลักสูตรดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาปัจจุบัน 8 คนและศิษย์เก่า 4 คน พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการและด้านผลผลิตเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกด้าน แต่ควรเพิ่มเนื้อหาด้านการสอนภาษาไทยเพื่อชาวต่างชาติ การสอนภาษาไทยในศตรวรรษที่ 21 นวัตกรรม และภาษาไทยถิ่นใต้ อาจารย์ควรเพิ่มผลงานวิจัยและประสบการณ์ด้านการสอนภาษาไทยเพื่อชาวต่างชาติ เพิ่มหนังสือตำราด้านภาษาศาสตร์ภาษาไทย เพิ่มการสื่อสารในการบริหารจัดการหลักสูตรและแผนการจัดกิจกรรมสนับสนุนการเรียนรู้และหาวิธีการสอนใหม่ ๆ ควรนำคุณลักษณะที่โดดเด่นของมหาบัณฑิตไปกำหนดเป็นคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่า ยังไม่พบว่ามีงานวิจัยเรื่องใดใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็น “นักศึกษาในหลักสูตรเดียวกันจากต่างสถาบัน” ซึ่งกลุ่มดังกล่าวนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างและเป็นประเด็นการศึกษาหนึ่งที่ท้าทายในการวิเคราะห์ด้าน “เหตุผลในการเลือกสถาบันการศึกษา” ของงานวิจัยฉบับนี้

กรอบแนวความคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัยนี้มีตัวแปรต้น ได้แก่ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ แนวทางการพัฒนาของหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีดำเนินการ 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษาหลักสูตร โดยได้ดำเนินการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต แล้วจึงกำหนดตัวแปรในการศึกษา

ขั้นที่ 2 การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มประชากรเป้าหมาย เก็บแบบเจาะจง (purposive sampling) สามารถจำแนกได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประชากรเป้าหมายภายใน ได้แก่ กรรมการบริหารหลักสูตร (3 คน) อาจารย์ (9 คน) นักศึกษาปัจจุบัน (23 คน) และศิษย์เก่าของหลักสูตร (6 คน) รวมจำนวน 41 คน ตามความสมัครใจและความยินยอมของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนกลุ่มประชากรเป้าหมายภายนอก ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย จากมหาวิทยาลัยอื่นในเขตภาคเหนือที่เปิดสอนในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ได้แก่ มหาวิทยาลัยนเรศวร (10 คน) มหาวิทยาลัยพะเยา (5 คน) และมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (13 คน) รวมจำนวน 28 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 69 คน ตามความสมัครใจและความยินยอมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ขั้นที่ 3 การจัดทำเครื่องมือการวิจัย จัดทำเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form จำนวน 3 ชุดตามกลุ่มประชากรเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม กำหนดข้อคำถามในแต่ละชุดให้แตกต่างกันตามลักษณะความเกี่ยวข้องกับหลักสูตร กล่าวคือ แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับกลุ่มคณะกรรมการบริหารหลักสูตร เป็นคำถามปลายเปิด (open-ended question) ทั้งฉบับ จำนวน 11 ข้อ ครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่

ด้านการบริหารจัดการการเรียนการสอน ด้านการบริหารจัดการนักศึกษา ด้านการบริหารจัดการงบประมาณ และด้านการวางแผนการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับกลุ่มอาจารย์ผู้สอน นักศึกษาปัจจุบัน และศิษย์เก่า ใช้แบบสอบถามฉบับเดียวกันกับผู้ตอบทุกกลุ่มย่อย ประกอบด้วย 2 ส่วน รวม 19 ข้อ ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) จำนวน 16 ข้อ ครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ และด้านการอำนวยความสะดวกในการเรียน และส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดจำนวน 3 ข้อ ครอบคลุม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเหตุผลในการเลือกศึกษาในหลักสูตร ด้านความต้องการเพิ่มเติมจากหลักสูตร และด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเข้าศึกษาในหลักสูตร และแบบสอบถามชุดที่ 3 สำหรับนักศึกษาหลักสูตรเดียวกันจากมหาวิทยาลัยอื่น เป็นคำถามปลายเปิดทั้งฉบับ จำนวน 7 ข้อ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์และตำแหน่งรองศาสตราจารย์ด้านภาษาไทยและด้านศึกษาศาสตร์ จำนวน 3 คน แล้วปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ จากนั้นจึงนำไปทดลองใช้ (try-out) กับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรเป้าหมายในการวิจัย จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจที่มีต่อข้อคำถามก่อนนำแบบสอบถามออนไลน์ฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยส่งแบบสอบถามทางแอปพลิเคชันไลน์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนกันยายน 2567 ถึงเดือนตุลาคม 2567 มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งหมด จำนวน 69 คน ผู้วิจัยจึงตรวจสอบพบว่ามีแบบสอบถามที่มีคำตอบสมบูรณ์ครบถ้วน จำนวน 69 ชุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติร้อยละและค่าเฉลี่ย จากนั้นจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ในแบบการบรรยายและตาราง ทั้งนี้ ส่วนที่เป็นคำถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) ผู้วิจัยแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ Best (1977) โดยคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน หารด้วยจำนวนระดับ 5 ระดับ ได้ความกว้างชั้นละ 0.80 คะแนน ดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง พึงพอใจในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง พึงพอใจในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง พึงพอใจในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง พึงพอใจในระดับน้อย และคะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด ส่วนข้อมูลในส่วนข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์และจัดกลุ่มข้อมูลต่าง ๆ ตามประเด็นเนื้อหา

ผลการวิจัย (Results)

ผลการศึกษาสามารถจำแนกได้เป็น 3 ส่วนตามกลุ่มประชากรเป้าหมาย ดังต่อไปนี้

1. แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร (กลุ่มที่ 1)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ 1 มีจำนวนทั้งหมด 3 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ได้ผลการศึกษาดังนี้

1.1 ด้านการบริหารการจัดการเรียนการสอน มี 4 ด้านย่อย ดังนี้ ด้านรูปแบบการจัดการเรียนการสอน การเรียนการสอนแบบออนไซต์ (on-site) มีประสิทธิภาพมากกว่าออนไลน์ (online) แต่อาจสอนแบบผสม (hybrid) ได้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักศึกษาที่อาจจะยังไม่สามารถเข้ามาเรียนในที่ตั้งได้ ด้านผู้สอน ควรสนับสนุนให้อาจารย์ทุกคนมีคุณสมบัติสอนในระดับบัณฑิตศึกษาได้ และจัดให้สอนในหัวข้อที่เชี่ยวชาญหรือสนใจ ซึ่งจะช่วยให้หลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัย ผู้สอนควรมีภาระงานสอนที่เหมาะสมเอื้อต่อการดูแลนักศึกษาและการผลิตผลงานทางวิชาการของตนเองให้มีคุณภาพ ด้านอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ มี 4 ประเด็น ได้แก่ ก) ส่งเสริมให้อาจารย์ทุกคนมีคุณสมบัติในการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาฯ ข) พิจารณาค่าตอบแทนและชั่วโมงภาระงานในการคุมปริญญานิพนธ์อย่างเหมาะสม ค) จัดสรรเวลางานที่เหมาะสมเพียงพอให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาฯ และ ง) สร้างความเข้าใจและความน่าเชื่อถือของอาจารย์ปรึกษาฯ โดยสอนกระบวนวิชาในหลักสูตรก่อน เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงความเชี่ยวชาญและความสนใจของอาจารย์ ด้านระบบการติดตามความก้าวหน้าของการทำปริญญานิพนธ์และการตีพิมพ์ผลงาน ควรเป็นหน้าที่ของอาจารย์ทั้งหมดในภาควิชา และควรสร้างระบบติดตามความก้าวหน้าอย่างเป็นทางการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คณะมนุษยศาสตร์ยังขาดสิ่งสนับสนุนบางประการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเรียนรู้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา เช่น ห้องเรียน พื้นที่ในการทำงานหรือปรึกษางานกับอาจารย์

1.2 ด้านการบริหารจัดการนักศึกษา มี 3 ด้านย่อยคือ ด้านการรับนักศึกษา มี 3 ประเด็น ได้แก่ ก) ควรปรับการรับให้เข้มงวดขึ้นโดยเฉพาะด้านทัศนคติและความกระตือรือร้นต่อการศึกษา ข) ควรจัดเตรียมวิชาพื้นฐานก่อนเริ่มเรียนในหลักสูตร และ ค) ควรมีการสอบวัดระดับภาษาไทยของนักศึกษาชาวต่างประเทศก่อนเข้าศึกษา ด้านการคงอยู่ของนักศึกษา มี 2 ประเด็น ได้แก่ ก) ควรกำหนดเกณฑ์การยื่นคะแนนภาษาอังกฤษในระดับที่นักศึกษาสามารถพัฒนาได้ภายใน 1-2 ปี และ ข) ควรมีระบบการติดตามความก้าวหน้าในการเรียนและการทำปริญญานิพนธ์ และด้านการสำเร็จการศึกษา ควรตรวจสอบคุณภาพของปริญญานิพนธ์ให้เข้มงวดขึ้น และควบคุมระยะเวลาการสำเร็จการศึกษาให้อยู่ที่ 3-4 ปี เพื่อป้องกันการสะสมคงค้าง

1.3 ด้านการบริหารจัดการงบประมาณ มี 2 ด้านย่อยดังนี้ ด้านการกระจายงบประมาณ ควรเพิ่มงบประมาณการพัฒนาทางวิชาการของอาจารย์และนักศึกษา เช่น การจัดซื้อซอฟต์แวร์เพื่อทำวิจัย จะช่วยให้ทำงานได้สะดวกและมีคุณภาพยิ่งขึ้น และด้านความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณ ควรมุ่งลงทุนเสริมสร้างทัศนคติในการเป็นนักวิชาการ เช่น จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานระดับประเทศ เช่น สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

1.4 ด้านการวางแผนการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร พบว่ามีความเห็น 2 ประเด็น ดังนี้ ก) ให้คงความเป็นวิชาการเช่นนี้มากกว่าที่จะปรับเปลี่ยนให้เน้นการทำกำไรในแง่การตลาด การคงไว้ซึ่งจุดแข็งทางวิชาการจึงมีความสำคัญต่อความเป็นเลิศทางวิชาการของภาควิชาและมหาวิทยาลัย และ ข) ควรมีการหารือภายในหลักสูตรอย่างต่อเนื่องและวางแผนการปรับปรุงเป็นระยะ

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

2. แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของอาจารย์ผู้สอน นักศึกษา และศิษย์เก่าของหลักสูตร (กลุ่มที่ 2)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ 2 ได้แก่ อาจารย์ผู้สอน 9 คน (23.69%) นักศึกษาชั้นปีที่หนึ่ง 7 คน (18.42%) นักศึกษาชั้นปีที่สอง 6 คน (15.79%) นักศึกษาชั้นปีที่สาม 8 คน (21.05%) นักศึกษาชั้นปีสูงกว่าปีที่สาม 2 คน (5.26%) และศิษย์เก่า 6 คน (15.79%) รวมทั้งสิ้น 38 คน จะได้รับคำถามประเมินระดับคะแนน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ และด้านการอำนวยความสะดวกในการเรียน โดยแต่ละด้านจะมีข้อคำถามย่อยในจำนวนแตกต่างกันไป และจะมีคำถามแสดงความคิดเห็นอีก 3 ด้าน คือ ด้านเหตุผลในการเลือกศึกษาในหลักสูตร ด้านความต้องการเพิ่มเติมจากหลักสูตร และด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเข้าศึกษาในหลักสูตร รวมคำถามทั้งสิ้น 7 ด้าน ปรากฏผลการวิจัยดังตาราง 1

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของกลุ่มอาจารย์ผู้สอน นักศึกษา และศิษย์เก่า

ด้านการประเมิน	รายการประเมิน	ผู้สอน	นักศึกษาชั้นปีที่				ศิษย์เก่า
			1	2	3	>3	
1. หลักสูตร	ความเข้าใจในหลักสูตร	3.38	4.57	4.33	4.25	4.00	4.83
	ความลุ่มลึกของเนื้อหากระบวนวิชา	3.89	4.57	4.50	3.63	4.50	4.33
	การตอบสนองต่อความต้องการเรียนรู้	3.67	4.57	4.67	3.75	3.50	4.17
	การประยุกต์ใช้ความรู้ในอาชีพ	3.89	4.57	4.17	2.88	3.50	4.17
	รวม 4.12	**3.89**	**4.57**	**4.42**	**3.63**	**3.88**	**4.38**
2. อาจารย์ผู้สอน	ความรู้ความเชี่ยวชาญ	4.00	4.43	4.67	4.50	4.00	4.50
	วิธีการสอน	3.89	4.57	4.67	4.25	4.00	3.83
	การสื่อสารเชิงบวกและมนุษยสัมพันธ์	3.89	4.71	4.33	4.13	4.00	4.00
	ความทุ่มเทใส่ใจในการสอน	4.11	4.57	5.00	4.50	4.50	4.33
	รวม 4.30	**3.97**	**4.57**	**4.67**	**4.34**	**4.13**	**4.17**
3. อาจารย์ที่ปรึกษา	ความรู้	4.00	4.71	5.00	4.88	4.50	3.83
	ความทุ่มเทใส่ใจในการให้คำปรึกษา	4.00	4.71	5.00	4.88	4.50	3.67
	จิตวิทยาการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์	3.89	4.57	5.00	4.88	4.50	3.33
	รวม 4.31	**3.96**	**3.96**	**5.00**	**4.88**	**4.50**	**3.61**
4. การอำนวยความสะดวก	สถานที่เรียน	3.44	4.57	4.83	4.25	3.50	4.17
	แหล่งสืบค้นข้อมูลและแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม	3.78	4.43	4.83	4.38	3.50	3.50
	งบประมาณสนับสนุนกิจกรรมวิชาการ	3.56	4.43	4.33	3.75	3.00	2.83
	การให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตร	4.11	4.71	4.67	4.25	4.50	4.00
	ช่องทางการติดตามข่าวสารของหลักสูตร	3.89	4.57	4.50	3.88	3.00	3.00
	รวม 4.00	**3.76**	**4.54**	**4.63**	**4.10**	**3.50**	**3.50**

2.1 ด้านหลักสูตร พบว่า กลุ่มอาจารย์ผู้สอน คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.89 พึงพอใจในระดับมาก เห็นว่าเนื้อหามีความลุ่มลึกดี แต่ควรเสริมความเข้าใจโครงสร้างของหลักสูตรแก่อาจารย์ผู้สอน นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.57 พึงพอใจในระดับมากที่สุด ในทุกหัวข้อ สะท้อนว่าหลักสูตรสามารถตอบสนองความต้องการของนักศึกษาได้ดี ชั้นปีที่ 2 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.42 พึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านความลุ่มลึกและความตอบสนองต่อความต้องการเรียนรู้ ชั้นปีที่ 3 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.63 พึงพอใจในระดับมาก และต้องการการประยุกต์ใช้ความรู้ในการประกอบอาชีพ ชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่ 3 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.88 พึงพอใจในระดับมาก แต่ควรเพิ่มเติมในด้านการตอบสนองต่อความต้องการเรียนรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้ในการประกอบอาชีพ และศิษย์เก่า คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.38 พึงพอใจในระดับมากที่สุด แต่ยังมีความต้องการการปรับปรุงด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ในอาชีพ

2.2 ด้านอาจารย์ผู้สอน พบว่า กลุ่มอาจารย์ผู้สอน คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.97 พึงพอใจในระดับมาก โดยภาพรวมดีมากทั้งความรู้ ความทุ่มเท และการสอน นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.57 พึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกด้าน ชั้นปีที่ 2 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.67 พึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในการทุ่มเทใส่ใจในการสอน ชั้นปีที่ 3 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.34 พึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านความรู้ ความทุ่มเท และการสอน ชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่ 3 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.13 พึงพอใจในระดับมาก โดยพึงพอใจความทุ่มเทของอาจารย์มากที่สุด ส่วนด้านอื่นอยู่ในระดับดี และศิษย์เก่า คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.17 พึงพอใจในระดับมาก เห็นว่าอาจารย์เชี่ยวชาญ ใส่ใจดี แต่อาจต้องปรับปรุงวิธีการสอน

2.3 ด้านอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ พบว่า กลุ่มอาจารย์ผู้สอน คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.96 สะท้อนถึงความพึงพอใจระดับมากทั้งในด้านความรู้ ความทุ่มเท และการสื่อสาร นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.96 พึงพอใจระดับมาก ทั้งในด้านความรู้ ความเอาใจใส่ และมนุษยสัมพันธ์ ชั้นปีที่ 2 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 5.00 ทุกด้าน พึงพอใจระดับมากที่สุด ชั้นปีที่ 3 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.88 ทุกด้าน พึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจในระดับสูงสุดด้านอาจารย์ที่ปรึกษาฯ ยอมรับในความรู้ ความเอาใจใส่ และทักษะการสื่อสารที่ยอดเยี่ยม ชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่ 3 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.50 ในทุกด้าน พึงพอใจในระดับมากที่สุด ทั้งในด้านความรู้ ทักษะการสื่อสาร และความเอาใจใส่ และศิษย์เก่า คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.61 พึงพอใจในระดับมาก โดยพึงพอใจในความเชี่ยวชาญและทุ่มเท แต่ยังอาจต้องปรับปรุงการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์

2.4 ด้านการอำนวยความสะดวกในการเรียน พบว่า กลุ่มอาจารย์ผู้สอน คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.76 พึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะการให้บริการของเจ้าหน้าที่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.54 พึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ชั้นปีที่ 2 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.63 พึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการอำนวยความสะดวก สถานที่เรียน และแหล่งสืบค้นข้อมูล ชั้นปีที่ 3 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.10 พึงพอใจในระดับมาก แต่อาจต้องพัฒนาการสนับสนุนด้านงบประมาณ

และช่องทางติดตามข่าวสาร ชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่ 3 คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3 พึงพอใจในระดับปานกลาง ควรปรับปรุงด้านงบประมาณและช่องทางการติดตามข่าวสาร ศิษย์เก่า คะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.50 พึงพอใจในระดับมาก และยังต้องการการปรับปรุงด้านงบประมาณและช่องทางการสื่อสาร

2.5 ด้านเหตุผลในการเลือกศึกษาในหลักสูตร พบว่า กลุ่มอาจารย์ผู้สอน อาจารย์ผู้สอนได้รับการยกเว้นไม่ต้องตอบคำถามข้อนี้ จึงไม่ปรากฏผลการวิเคราะห์ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เลือกเรียนหลักสูตรนี้ คือ ความชื่นชอบในภาษาไทย และต้องการความรู้ที่ลึกซึ้งยิ่งกว่าในปริญญาตรี อีกทั้งบรรยากาศการเรียนการสอนที่ดี ความไว้วางใจในมหาวิทยาลัย คณะ และสาขาวิชา อาจารย์มีประวัติการศึกษาและผลงานทางวิชาการที่น่าเชื่อถือ หลักสูตรที่มีกระบวนวิชาหลากหลายและแบ่งด้านความรู้ชัดเจน สามารถพัฒนาศักยภาพทางวิชาการและวิจัยได้ ชั้นปีที่ 2 ต้องการต่อยอดความรู้จากระดับปริญญาตรีเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ ภาควิชามีชื่อเสียง หลักสูตรมีกระบวนวิชาและกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้และเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ สภาพแวดล้อมเอื้อต่อการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง มั่นใจคุณภาพของอาจารย์ผู้สอนอย่างยิ่ง ชั้นปีที่ 3 มีแรงบันดาลใจเรียนเพื่อประกอบอาชีพ เช่น อาจารย์ นักวิชาการ ครูสอนภาษาไทยในต่างประเทศ สนใจเพิ่มพูนความรู้ด้านภาษาไทยอย่างลึกซึ้ง สะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจและเป้าหมายที่ชัดเจนในอนาคต ชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่ 3 ต้องการใช้วุฒิการศึกษาเพื่อเป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัย และเห็นว่าหลักสูตรออกแบบมาอย่างสอดคล้องกันตลอดทั้งแผนการศึกษา ศิษย์เก่า ต้องการพัฒนาตนเองเพื่อการทำงาน หลักสูตรสัมพันธ์กับแนวการวิจัยที่สนใจ ช่วยพัฒนาทักษะและความรู้ในการทำงาน หลักสูตรมีคุณภาพสอดคล้องกับการศึกษาในระดับปริญญาตรีของตน ต้องการเรียนรู้อย่างลุ่มลึกเพื่อให้สามารถนำความรู้ไปใช้ในการสอนในระดับสูงได้

2.6 ด้านความต้องการเพิ่มเติมจากหลักสูตร พบว่า กลุ่มอาจารย์ผู้สอน ต้องการให้บูรณาการความรู้ภาษาและวรรณกรรม ชื่นชอบกิจกรรมส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาปริญญาโทกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ควรกระตุ้นนักศึกษาระดับปริญญาตรีให้สมัครเรียนต่อในระดับปริญญาโท ให้จัดสัมมนาติดตามความก้าวหน้าการทำปริญญานิพนธ์อย่างต่อเนื่อง จัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพ และสนับสนุนให้เปิดสอนในระดับปริญญาเอก นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ต้องการให้เพิ่ม**ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย**และจัด**ทัศนศึกษา**เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ตรงและเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมมากขึ้น เสนอให้ใช้ระบบ **Mango CMU** ในทุกกระบวนวิชา ให้จัดอบรมพื้นฐานด้านการวิจัย การใช้เครื่องมือสถิติในการวิเคราะห์ ให้เพิ่ม**พื้นที่ทำงานแบบ co-working Space** อย่างไรก็ดี ยังมีผู้ตอบบางคนที่พึงพอใจและไม่ต้องการสิ่งเพิ่มเติม ชั้นปีที่ 2 ไม่มีความต้องการเพิ่มเติมจากหลักสูตร ชั้นปีที่ 3 ต้องการให้**ติดตามความคืบหน้าของปริญญานิพนธ์**ให้บ่อยมากขึ้น **กำหนดแผนการเรียน**ให้**ชัดเจนตั้งแต่ปีที่ 1** เพื่อให้นักศึกษาเตรียมความพร้อมในการเรียน ควรเพิ่ม**กระบวนวิชาด้านการวิจัย**ที่ทันสมัย**และความรู้ภาษาศาสตร์เชิงลึก** จัดการเรียนการสอนที่มีการบรรยายมากขึ้น และต้องการ**คำแนะนำเกี่ยวกับการทำงานหลังสำเร็จการศึกษา**และ**แนวทางการศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก** ชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่ 3 ต้องการให้มีการ**เปิดสอนเกี่ยวกับการเขียนกวีนิพนธ์ บันเทิง**

คดี คติชน และแนวทางจัดทำปริญญานิพนธ์อย่างมีประสิทธิภาพ และศิษย์เก่า ต้องการให้เพิ่มรากฐานเพื่อการทำงาน สนับสนุนทุนการวิจัยและการตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการมากขึ้นและเพิ่มงบประมาณการศึกษาดูงานหรือสัมมนาทางวิชาการ เพื่อเสริมสร้างความรู้และเครือข่ายในวงการวิชาการ

2.7 ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเข้าศึกษาในหลักสูตร พบว่า กลุ่มอาจารย์ผู้สอน แนะนำ เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพทางวิชาการ บางรายไม่แนะนำ เพราะเห็นว่าไม่เหมาะกับผู้ที่ยังไม่มีเป้าหมายทางวิชาการหรือต้องการเพียงวุฒิปริญญาโท นักศึกษาชาวไทยที่สนใจสายภาษา ควรพิจารณามหาวิทยาลัยอื่นที่มีชื่อเสียงก่อน นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ส่วนใหญ่มีความเห็นเชิงบวกและเต็มใจที่จะแนะนำเพราะ**คุณภาพของอาจารย์** ต่อยอดความรู้ให้นักศึกษาอย่างยืดหยุ่น เข้าใจ ใส่ใจ และสนับสนุนอย่างเต็มที่เพื่อให้สำเร็จการศึกษาตามกำหนด หลักสูตร**ตอบโจทย์**การเพิ่มพูนความรู้ภาษาไทยในหลากหลายมิติ แยกเฉพาะศาสตร์ตามผู้เรียน **บรรยากาศการเรียนดี ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่ไม่สูงเกินไป** คุ้มค่า ชั้นปีที่ 2 ส่วนใหญ่มีความเห็นเชิงบวกและพร้อมที่จะแนะนำหลักสูตรนี้ เพราะได้รับความรู้ลึกซึ้ง ฝึกฝนความอดทน มีประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ อาจารย์มีความเชี่ยวชาญในด้านภาษาศาสตร์และวรรณกรรม ให้คำแนะนำในการสร้างสรรค์ผลงานระดับสูงได้ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้กำลังใจนักศึกษา ชื่นชมในความรับผิดชอบและการดูแลเอาใจใส่นักศึกษา จึงเห็นว่าหลักสูตรนี้คุ้มค่าและเหมาะสมที่จะแนะนำผู้อื่นต่อไป ชั้นปีที่ 3 พบทั้งความเห็นเชิงบวกที่ชื่นชมความลึกซึ้งของเนื้อหาวิชาช่วยพัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะทางได้อย่างดีเยี่ยม ทำให้มองโลกได้ลึกซึ้งขึ้น เตรียมความพร้อมสำหรับการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก อาจารย์มีความเชี่ยวชาญและดูแลเอาใจใส่ช่วยให้นักศึกษามีความมั่นใจในการเรียน และมีความเห็นเชิงลบที่ไม่แนะนำ เนื่องจากท้าทายและเหนื่อยเกินไป ทำให้สำเร็จการศึกษาได้ยาก ชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่ 3 พบทั้งความเห็นเชิงบวกที่แนะนำตามความสนใจส่วนตัวและการนำความรู้ไปใช้ในวิชาชีพ และมีความเห็นเชิงลบที่เห็นว่ายังขาดอาจารย์ที่เชี่ยวชาญบางด้าน เช่น คติชนวิทยา บันเทิงคดี และศิษย์เก่า มีความเห็นเชิงบวกถึงคุณภาพและมาตรฐานของหลักสูตร การเรียนการสอนที่สนับสนุนการผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพและโอกาสพัฒนาทักษะจำเป็น สนับสนุนให้นักศึกษาสำเร็จการศึกษาในเวลาที่กำหนด และมีความเห็นเชิงลบที่กังวลเรื่องการควบคุมปริญญานิพนธ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับอาจารย์เป็นรายบุคคล

3. ความคิดเห็นที่มีต่อหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย จากมหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยพะเยา และมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (กลุ่มที่ 3)

ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้จะได้รับคำถามปลายเปิดจำนวน 7 ข้อ รายละเอียดของผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

3.1 ชั้นปีที่กำลังศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 10 คน ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่หนึ่ง 7 คน (70.00%) ชั้นปีที่สอง 2 คน (20.00%) และชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่สอง 1 คน (10.00%) มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 5 คน ได้แก่ ชั้นปีที่หนึ่ง 1 คน (20.00%) ชั้นปีที่สอง 1 คน (20.00%)

และชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่สอง 3 คน (60.00%) มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จำนวน 13 คน ได้แก่ ชั้นปีที่หนึ่ง 1 คน (7.69%) ชั้นปีที่สอง 8 คน (61.54%) และชั้นปีที่สูงกว่าชั้นปีที่สอง 4 คน (30.77%) ข้อมูลนี้สะท้อนถึงการกระจายตัวของนักศึกษาตามระดับชั้นปีที่แตกต่างกันของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.2 ภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก 6 คน (60%) พิจิตร 2 คน (20%) สุโขทัย 2 คน (20%) มหาวิทยาลัยพะเยา พะเยา 4 คน (80%) ต่างประเทศ (ไม่ระบุประเทศ) 1 คน (20%) มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน 6 คน (46.15%) ลำปาง 4 คน (30.77%) มณฑลกวางตุ้ง สาธารณรัฐประชาชนจีน 2 คน (15.39%) และอุบลราชธานี 1 คน (7.69%)

มหาวิทยาลัยนเรศวร ส่วนใหญ่มาจากจังหวัดพิษณุโลก ลำดับต่อมาคือ พิจิตรและสุโขทัย สะท้อนถึงความนิยมในการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยที่อยู่ใกล้ภูมิลำเนาเดิม ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าที่พักได้ อีกทั้งเป็นสถาบันที่มีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี มหาวิทยาลัยพะเยา ผู้ตอบส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในจังหวัดพะเยา ซึ่งแสดงถึงการสนับสนุนจากนักศึกษาในพื้นที่อย่างเด่นชัด และยังมีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างประเทศ 20.00% บ่งบอกถึงความสนใจจากนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาต่างประเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนามาจากมณฑลยูนนานและมณฑลกวางตุ้ง สาธารณรัฐประชาชนจีน มีสัดส่วนมากถึง 61.54% นอกจากนี้ ยังมีนักศึกษาจากลำปาง จำนวน 4 คน และอุบลราชธานี จำนวน 1 คน สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายทางภูมิลำเนาของนักศึกษา

3.3 สิ่งที่คาดหวังจากการศึกษาระดับปริญญาโท พบว่า มหาวิทยาลัยนเรศวร ส่วนใหญ่คาดหวังที่จะได้รับความรู้ด้านวิชาการและการทำวิจัยตลอดจนวัฒนธรรมไทยที่ลึกซึ้งมากขึ้น นำไปใช้ประกอบอาชีพและพัฒนาการทำงานในอนาคต ทั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงความต้องการในการเพิ่มพูนความรู้ความเชี่ยวชาญที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในวิชาชีพ มหาวิทยาลัยพะเยา มุ่งหวังที่จะได้รับความรู้ในระดับที่สูงขึ้นและเพิ่มพูนความสามารถด้านภาษาไทยในระดับมืออาชีพ พัฒนาวิชาชีพเพื่อเตรียมพร้อมอาชีพอาจารย์ในมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง คาดหวังการพัฒนาความรู้และทักษะทางวิชาการ โดยเฉพาะด้านการวิจัยและความเข้าใจในวัฒนธรรมไทย เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในอาชีพและการดำรงชีวิตประจำวัน

3.4 เหตุผลที่เลือกศึกษา ณ มหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มหาวิทยาลัยนเรศวร ให้เหตุผลว่าใกล้ภูมิลำเนา เดินทางสะดวก ผูกพันและไว้วางใจในคุณภาพ ชื่อเสียงและเชี่ยวชาญในด้านการทำวิจัยในสาขาต่าง ๆ มหาวิทยาลัยพะเยา เชื่อมั่นในความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของอาจารย์ ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่สอนในระดับปริญญาตรี สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยที่ใกล้บ้าน สภาพแวดล้อมและสถานที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ และเป็นที่ยอมรับว่ามีชื่อเสียง มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่รู้จัก ประทับใจในคุณภาพการสอนที่ดี หลักสูตรมีความหลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย มีนักศึกษาชาวจีนไม่หนาแน่นมากเมื่อเทียบกับสถาบันอื่นทำให้รู้สึกว่ามีบรรยากาศในการศึกษาที่เหมาะสม และมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมไทยอย่างแท้จริง บางคนเห็นว่าการที่เคยศึกษาในระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาเดิมทำให้

คุ้นเคยและมั่นใจในการเรียนต่อที่มหาวิทยาลัยนี้ นอกจากนี้ บรรยากาศของมหาวิทยาลัยดี สวยงาม มีความเป็นกันเองทั้งจากอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้น

3.5 การรับทราบว่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย พบว่า มหาวิทยาลัยนเรศวร ส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงการเปิดสอนหลักสูตรนี้ มีเพียง 1 คน (10%) เท่านั้นที่ทราบ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอีก 9 คน (90%) ไม่ทราบ แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรอาจยังมีการประชาสัมพันธ์หลักสูตรในวงจำกัด ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างได้อย่างทั่วถึง มหาวิทยาลัยพะเยา มีเพียง 1 คน (20%) เท่านั้นที่ทราบ ในขณะที่ผู้ที่ไม่ทราบมีจำนวน 4 คน หรือคิดเป็น (80%) สะท้อนถึงความจำเป็นในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในเขตภาคเหนือ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง พบว่า 7 คน (53.85%) ทราบถึงการเปิดสอนของหลักสูตรนี้ ในขณะที่อีก 6 คน (46.15%) ไม่ทราบ การที่นักศึกษาจำนวนมากในกลุ่มนี้ทราบถึงการเปิดสอนหลักสูตรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถช่วยสะท้อนให้ทราบถึงการเข้าถึงข้อมูลของหลักสูตรจากแหล่งต่าง ๆ

3.6 แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบว่ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่เปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย พบว่า มหาวิทยาลัยนเรศวร ทราบข่าวจากอาจารย์และเพื่อน มหาวิทยาลัยพะเยา ไม่ทราบข่าว มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ทราบข่าวจากเพื่อนและเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของอาจารย์ในการถ่ายทอดข้อมูลและแนะแนวการศึกษาต่อแก่นักศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรนั้นไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง

3.7 เหตุผลที่ไม่เลือกศึกษาในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยทั้งสามแห่งให้เหตุผลว่า ไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตร ไม่ทราบกำหนดการเปิดรับสมัคร และไม่มีผู้แนะนำให้เลือกศึกษา บางส่วนประเมินตนเองว่าอาจไม่เหมาะสมกับการศึกษาในหลักสูตรนี้ เพราะเห็นว่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีการเรียนการสอนที่เข้มข้น จึงกังวลว่าจะสอบไม่ผ่านการคัดเลือกหรือไม่สามารถเรียนจบได้ นอกจากนี้ ยังมีเหตุผลด้านระยะทางที่ค่อนข้างไกลจากภูมิลำเนาและค่าครองชีพในจังหวัดเชียงใหม่ที่สูงกว่าจังหวัดใกล้ภูมิลำเนาของตน อีกทั้งบางส่วนตอบว่า มหาวิทยาลัยเดิมตอบสนองต่อความต้องการได้ดีกว่า เช่น บางคนชื่นชอบอาจารย์และคุ้นชินกับสภาพแวดล้อมที่มหาวิทยาลัยเดิม

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์กลุ่มคณะกรรมการบริหารหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบปัญหาสำคัญด้านการเร่งผลิตผลงานวิชาการเพื่อให้อาจารย์ทุกคนมีคุณสมบัติที่สามารถสอนในระดับบัณฑิตศึกษาได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติปัทม์ แสงงาม (2566, 72-82) ที่ต้องการให้อาจารย์ผลิตผลงานทางวิชาการเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าทรัพยากรสำคัญในการดำรงอยู่ของหลักสูตรคือผู้สอนที่มีคุณภาพและมีผลงานทางวิชาการ นอกจากนี้ ยังมีประเด็นด้านการจัดการเรียนเสริม

วิชาทางภาษาศาสตร์ให้แก่นักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับการเสนอให้มีการเรียนเสริมทักษะภาษาอังกฤษให้นักศึกษาเช่นเดียวกับผลการศึกษาของ รัตนศิริ เข็มราช และคณะ (2558, 38-87) ซึ่งแสดงถึงการตระหนักถึงปัญหาของนักศึกษาและการวางแผนแก้ไขปัญหาอย่างตรงประเด็น ส่วนผลการวิเคราะห์กลุ่มอาจารย์ผู้สอน นักศึกษาและศิษย์เก่า พบว่า นักศึกษาจะมีความพึงพอใจแปรไปตามชั้นปีที่ศึกษา โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 2 เป็นกลุ่มที่พึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากเป็นชั้นปีที่ได้เรียนมาหลายวิชาเป็นเวลาเกือบ 2 ปี มีหัวข้อปริญญานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว จึงสามารถประเมินรายการความพึงพอใจได้ตรงกับประสบการณ์ของตน ในขณะที่นักศึกษาชั้นปีที่ 1 เป็นปีแรกที่เข้ามาศึกษา ให้คะแนนความพึงพอใจในด้านหลักสูตรมากที่สุด ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเข้ามาศึกษา ลำดับที่ 2 เป็นด้านอาจารย์ผู้สอนและด้านการอำนวยความสะดวกในการเรียนเท่ากัน ส่วนด้านอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์เป็นลำดับสุดท้ายเนื่องจากนักศึกษากำลังอยู่ในช่วงเลือกสรรหัวข้อและติดต่ออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ส่วนนักศึกษาชั้นปีที่ 3 พึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุดในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์และด้านอาจารย์ผู้สอนที่อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่นักศึกษาชั้นปีสูงกว่าปีที่ 3 พึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุดในด้านหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ แต่พึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้นในด้านการอำนวยความสะดวกในการเรียน ซึ่งเป็นคะแนนต่ำที่สุดในภาพรวมของกลุ่มที่ 2 ทั้งหมด สะท้อนว่านักศึกษากลุ่มนี้ยังต้องการการปรับปรุงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษ

กลุ่มที่น่าสนใจ คือ กลุ่มศิษย์เก่าซึ่งพึงพอใจการอำนวยความสะดวกเป็นลำดับสุดท้าย อาจเป็นเพราะปัญหาส่วนบุคคลในการสื่อสารกับอาจารย์และเรียนในยุคโควิด-19 และด้านงบประมาณสนับสนุนกิจกรรมวิชาการ อาจเป็นเพราะยังไม่ทราบถึงงบประมาณฯ ที่คณะจัดสรรให้ เช่น เงินอุดหนุนค่าตีพิมพ์ผลงานวิชาการ แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรควรประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และกลุ่มที่มีประเด็นน่าสนใจอีกกลุ่มคือ อาจารย์ผู้สอนที่พึงพอใจในหลักสูตรค่อนข้างน้อยและต้องการการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้ดีขึ้นในทุกด้าน โดยจากนี้หลักสูตรจะต้องทำความเข้าใจในกลุ่มอาจารย์ผู้สอนให้เข้าใจและร่วมปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

ส่วนมุมมองที่มาจากภายนอก คือ กลุ่มนักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย จากมหาวิทยาลัยอื่น มองหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ว่ามีชื่อเสียงและมีคุณภาพสูง แต่สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ไกลจากภูมิลำเนาและค่าครองชีพในจังหวัดเชียงใหม่ที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้บ้าน มหาวิทยาลัยเดิมตอบสนองต่อความต้องการได้ดีกว่า เช่น ชื่นชอบอาจารย์และคุ้นชินกับสภาพแวดล้อมที่มหาวิทยาลัยเดิม ซึ่งปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อที่พบในงานวิจัยนี้เป็นไปตามแนวคิดของชาร์ปแมน (Chapman, 1981) ที่ระบุว่า การเลือกสถานศึกษาขึ้นอยู่กับลักษณะของสถานศึกษา เช่น ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถาบัน ความพร้อมของอาจารย์ผู้สอน สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และสถานที่ตั้ง ในบริบทของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาในเขตจังหวัดพะเยา ลำปาง และพิษณุโลก ให้การยอมรับในปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถาบัน ความพร้อมของอาจารย์ผู้สอน สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพของ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แต่ด้วยสถานที่ตั้งคือจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้นักศึกษาเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการศึกษา ค่าครองชีพ และความห่างไกลถิ่นที่อยู่เดิม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของโกวิทย์ ประดิษฐ์ผล (2563) ที่ศึกษาปัจจัยพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมีหลายประการ เช่น กระบวนการจัดการเรียนการสอนทันสมัย มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงและหลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของตนเอง ความต้องการพัฒนาวิชาชีพของตนเองในอนาคต ความต้องการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของตนเองเพื่อเตรียมความพร้อม และความสามารถในการทำงานได้ ซึ่งนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามยอมรับในด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แต่เป็นกังวลเกี่ยวกับปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาและด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยผู้เรียนแต่ละคนจะให้น้ำหนักแต่ละปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสถาบันการเรียนต่างกัน เช่น บางคนอาจเลือกปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบันมาเป็นอันดับแรก ในขณะที่บางคนเลือกปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสถาบันมาเป็นอันดับแรก เพราะหากทำเลที่ตั้งไกลจากบ้าน จะเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายให้สูงขึ้น ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ ศรัณย์วีร์ เอมะศิริ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทด้านการเงิน ได้แก่ ค่าหน่วยกิตและค่าลงทะเบียน ค่าบำรุงการศึกษา ค่าหนังสือและอุปกรณ์ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง และอื่น ๆ ค่าอาหารในมหาวิทยาลัย ฯลฯ รวมทั้งด้านครอบครัว ได้แก่ การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการศึกษาจากครอบครัว รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ความพร้อมทางด้านการเงิน เช่น เงินออมที่มีเหลือเก็บ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยประการสำคัญในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

ทั้งหมดนี้เป็นประเด็นที่มาจากปัจจัยภายในของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก อันเนื่องมาจากความจำเป็นในด้านจิตใจของปัจเจกบุคคลที่ต่างกันและด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ซึ่งหากหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถหาวิธีการแก้ไขปัญหาและเติมเต็มความจำเป็นบางประการได้ อาจทำให้มีผู้สนใจมาสมัครเรียนมากขึ้น เช่น ในกรณีที่ผู้สนใจต้องการเรียนแต่มีปัญหาด้านทุนทรัพย์ หลักสูตรฯ อาจพิจารณาให้ทุนการศึกษาหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมการศึกษาในบางกรณี หรือในกรณีที่ผู้สนใจต้องการเรียนแต่มีปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง ไม่สะดวกในเดินทาง หลักสูตรฯ อาจพิจารณาปรับรูปแบบการเรียนการสอนจากออนไซต์เป็นออนไลน์หรือควบคู่กันทั้งออนไซต์และออนไลน์ ฯลฯ

ส่วนประเด็นอื่นที่น่าสนใจและสามารถสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรฯ คือ 1) หลักสูตรฯ จะต้องเร่งผลักดันให้อาจารย์ผลิตผลงานที่มีคุณภาพและเผยแพร่สู่สาธารณชนอย่างกว้างขวาง เพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับจากบุคคลในวงวิชาการ ซึ่งจะทำให้ความต้องการในการเรียนกับอาจารย์ผู้มีความรู้เฉพาะด้านมากขึ้น และ 2) หลักสูตรต้องปรับกลยุทธ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึง

กลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง เพิ่มแพลตฟอร์มและความถี่ในการประชาสัมพันธ์ ปรับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงได้ง่ายและทันสมัยขึ้น เพื่อเพิ่มการรับรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจเข้าศึกษาต่อให้มากยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไม่เพียงแต่เป็นประโยชน์ต่อหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เท่านั้น แต่ยังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรอื่น ๆ ในระดับบัณฑิตศึกษาเช่นกัน โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนในหลักสูตรเดียวกันกับสถาบันการศึกษาอื่นในพื้นที่ใกล้เคียงกัน เพราะผลการศึกษานี้สามารถสะท้อนถึงแนวคิดและปัจจัยในการเลือกตัดสินใจของผู้ที่จะเข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาในสถานศึกษาที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันได้

สรุป (Conclusion)

ผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่นี้ทำให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คณะกรรมการบริหารหลักสูตร มีความเห็นดังนี้ 1) ด้านการบริหารการจัดการเรียนการสอน ควรสนับสนุนให้อาจารย์ทุกคนมีคุณสมบัติเป็นผู้สอนและเป็นที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ 2) ด้านการบริหารจัดการนักศึกษา ควรปรับกระบวนการรับนักศึกษาและติดตามการทำปริญญานิพนธ์อย่างเข้มข้นมากขึ้น 3) ด้านการบริหารจัดการงบประมาณ ควรเพิ่มงบประมาณพัฒนาทางวิชาการ และ 4) ด้านการวางแผนการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร ควรรักษาความเป็นวิชาการและปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ กลุ่มตัวอย่างที่ 2 อาจารย์ผู้สอน นักศึกษาปัจจุบันและศิษย์เก่า พบว่าพึงพอใจด้านอาจารย์ที่ปรึกษามากที่สุด ต่อมาคือ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านหลักสูตร และด้านการอำนวยความสะดวกในการเรียน ส่วนกลุ่มตัวอย่างสุดท้าย นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย จากมหาวิทยาลัยอื่น ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เปิดสอนหลักสูตรนี้ รวมทั้งไม่มั่นใจในความรู้ความสามารถของตนว่าจะผ่านการคัดเลือกได้ จึงไม่ได้สมัครเข้าศึกษา จะเห็นได้ว่าแม้หลักสูตรฯ จะมีจุดแข็งหลายด้าน เช่น อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ผู้สอน ความเข้มข้นของหลักสูตร ฯลฯ แต่ในขณะเดียวกันก็มีข้อควรปรับปรุงเพิ่มเติมหลายด้านเช่นกัน เช่น จำนวนคนและภาระงานของอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ การเตรียมความพร้อมในอาชีพและการแนะแนวทางการศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกให้แก่นักศึกษา การประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลสะท้อนบางข้อจากนักศึกษาอยู่นอกเหนือการปรับปรุงของหลักสูตรฯ เช่น งบประมาณ พื้นที่ **co-working Space ดังนั้น หลักสูตรฯ จึงควร**ต้องหารือร่วมกับผู้บริหารคณะมนุษยศาสตร์และมหาวิทยาลัยเพื่อแก้ปัญหาและกำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุกเฉพาะสำหรับหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยอื่น อาจนำผลการศึกษานี้ไปใช้เพื่อกำหนดนโยบายการพัฒนาหลักสูตรสาขามนุษยศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักสูตรทางสายภาษา

3. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยอื่นที่ตั้งอยู่ในภูมิภาค อาจนำผลการศึกษานี้ไปใช้เพื่อวางนโยบายและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ในระดับบัณฑิตศึกษา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. หลักสูตรฯ ควรมีการเก็บกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีจัดการสนทนากลุ่ม (focus group) ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มของอาจารย์ผู้สอนเพื่อร่วมกันหาข้อสรุปและแนวทางการแก้ไขที่ครอบคลุมและเป็นประโยชน์แก่นักศึกษาให้มากที่สุด

2. หลักสูตรฯ ควรทำวิจัยโดยเจาะจงเก็บข้อมูลเชิงลึกจากนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยในระดับปริญญาตรีโดยเน้นที่นักศึกษาชั้นปีที่ 3-4 สอบถามเกี่ยวกับความต้องการในการศึกษาต่อเพื่อนำข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนี้ที่มีการรับรู้ ค่านิยม และวิสัยทัศน์ในการวางแผนชีวิตของตนเองแตกต่างจากผู้เรียนในระดับบัณฑิตศึกษาในเจนเนอเรชันก่อน มาเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรในระดับบัณฑิตศึกษาให้ตรงตามความต้องการของทั้งผู้ที่กำลังจะตัดสินใจเรียนและผู้เรียนในอนาคต

3. หลักสูตรฯ ควรทำวิจัยเพื่อศึกษาผลระยะยาวของการปรับปรุงหลักสูตรฯ รวมถึงการติดตามผู้สำเร็จการศึกษาในตลาดแรงงาน (graduate outcome tracking) เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงหลักสูตรฯ ทั้งในการปรับปรุงระยะสั้นและการปรับปรุงตามวงรอบของการปรับปรุงหลักสูตร

เอกสารอ้างอิง (References)

กฤษรัตน์ ศรีสว่าง, วศิน สุวรรณรัตน์, และ จุมพล ชื่นจิตต์ศิริ. (2567). ความพึงพอใจและความผูกพันของนักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2565 ที่มีต่อคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. *วารสารวิชาการนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ*. *12*(1). 1-12. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/lawtsu/article/view/266958/183043

กิตติปัทม์ แสงงาม. (2566). การประเมินหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยและภาษาไทยประยุกต์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*. *18*(2). 72-82. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/yru_human/article/view/261009/179318

โกวิทย์ ประดิษฐ์ผล. (2563). *ปัจจัยพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. https://km.nida.ac.th/th/images/PDF/research/Kowitrese67.pdf

ชลธิชา หอมฟุ้ง, สมพร ร่วมสุข, ณัฐกิตติ์ นาทา, รจนา คำนึงผล, วันวิสาห์ ปัญญาจิรวุฒิ, และ ไพรินทร์

พึ่งพงษ์. (2559). การประเมินหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. *วารสารเวอริเดียน. 9*(3). 408-420. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/73215/58932

ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2557). *การพัฒนาหลักสูตร : จากทฤษฎีสู่ปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). วีพรินท์ (1991).

เชษฐ์ ศิริสวัสดิ์, ประชา อินัง, โสภี ชาญเชิงยุทธชัย, ศศิชญา แก่นสาร, และ ธนะวัฒน์ วรรณประภา. (2562). การพัฒนาหลักสูตรการอบรมภาษาไทยระยะสั้นสำหรับนักศึกษาชาวจีนของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม. 15*(2). 1-33. https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/4239/1/edusoc15n2p92-97.pdf

เพชรสีลา ดาลาวงค์, พระ. (2561). ศึกษาแนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาศาสตร์สำหรับนิสิตระดับปริญญาโท คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย. *วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์. 4*(2). 219-227. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/human/article/view/153485/143262

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2567). *มช. จัดงานวันคล้ายวันสถาปนา ครบรอบ 60 ปี 24 มกราคม 2567*. https://www.cmu.ac.th/th/article/3643474c-8aec-495c-930c-fd7b7427cdc2

มารุต พัฒผล. (2567ก). *แนวคิดหลักการพัฒนาหลักสูตร.* ศูนย์ผู้นำนวัตกรรมหลักสูตรและการเรียนรู้.

มารุต พัฒผล. (2567ข). *รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรร่วมสมัย*. ศูนย์ผู้นำนวัตกรรมหลักสูตรและการเรียนรู้.

เยาวลักษณ์ อยู่เจริญสุข, วันชนะ ทองคำเภา, สังวาลย์ คงจันทร์, สุธาสินี ปิยสุนทรา, และ อำนาจ ปักษาสุข. (2557). หลักสูตรสาขาวิชาภาษาไทย: ความเป็นไปในปัจจุบันและอนาคต. *วารสารวรรณวิทัศน์. 14*. 1-33. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/VANNAVIDAS/article/view/68804/56012

รัตนศิริ เข็มราช, ประพาศน์ พฤทธิประภา, ดารณี ภุมวรรณ, และ จันทร์พนิต สุระศิลป์. (2558). *การประเมินหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษในฐานะเป็นภาษาโลก*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. https://ighrd.buu.ac.th/public/backend/upload/research/file/16102016_147660401435582100.pdf

บุรินทร์ สังข์เงิน. (2560). *ปัญหาและแนวทางการพัฒนาคุณภาพหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา CUPT QA*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา] https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/6996/1/Fulltext.pdf

ศรัณย์วีร์ เอมะศิริ. (2563). *การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม*. [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม] https://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2020/01/MBA-2019-IS-Decision-Making-on-Pursuing-a-Master%E2%80%99s-Degree-of-Undergraduate-Students-

Studying-compressed.pdf

อเนก เหล่าธรรมทัศน์. (2569). *ประเทศแทบไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงจริงหรือ?.* https://www.isranews.org/article/isranews-article/144857-anek-20.html

Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Prentice-Hall.

Chapman, D.W. (1981). A Model of Student College Choice. *Journal of Higher Education. 52.* 490-505. http://dx.doi.org/10.2307/1981837

Wiles, J. W. (2009). *Leading Curriculum Development*. Corwin.

Wiles, J. W., & Bondi, C. J. (2011). *Curriculum Development a Guide to Practice* (8th ed.). Pearson.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของผู้เรียนภาษาอังกฤษในระดับอุดมศึกษา

The Development of an Instructional Model Using Scaffolding Techniques Integrated with an Artificial Intelligence Program to Enhance English Writing Skills of English Language Learners in Higher Education

วันวิสาข์ มาสูตร์[1] , นฤมล ตันติชาติ[2*]

Wanvisa Masoot[1] , Narumon Tantichat[2*]

[1]คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
เลขที่ 60 หมู่ 3 ถนนสายเอเชีย (กรุงเทพฯ - นครสวรรค์) ตำบลหันตรา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
[1]Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
60 Moo 3, Asia Road, Hantra, Phra Nakhon Si Ayutthaya, 13000, Thailand

[2]คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
เลขที่ 96 ถนนปรีดีย์พนมยงค์ ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
[2]Faculty of Education, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University
96 Pridi Banomyong Road, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Phra Nakhon Si Ayutthaya, 13000, Thailand

***รับบทความ**: 2 มีนาคม 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 13 กรกฎาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**:17 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงทดลองและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ 2) เปรียบเทียบทักษะการเขียนภาษาอังกฤษก่อนและหลังใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ และ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: tnarumon@aru.ac.th

3) ประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบประเด็นการสนทนากลุ่มของผู้เชี่ยวชาญ 2) แบบประเมินคุณภาพรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ และคู่มือการจัดการเรียนรู้ฯ 3) แบบประเมินผลรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที โดยผลการวิจัย พบว่า 1) จากการสนทนากลุ่มพบว่า การใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการพัฒนาทักษะการเขียน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ ซึ่งผลประเมินรูปแบบและผลการประเมินคู่มือการจัดการเรียนรู้ฯ พบว่า มีคุณภาพในระดับมากที่สุด 2) ผลการเปรียบเทียบทักษะการเขียนภาษาอังกฤษก่อนและหลังใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .00$) โดยมีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 22.87 และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 35.53 3) ผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ พบว่า มีคุณภาพในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ

ทักษะการเขียน เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ การเรียนรู้ที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์เข้ามาเป็นผู้ช่วย การเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ

***Received**: March 2, 2026* ***Revised**: July 13, 2026* ***Accepted**: August 17, 2026*

Abstract

This research was an experimental and developmental study, and the objectives were 1) to develop an instructional model using scaffolding techniques integrated with an artificial intelligence program to enhance English writing skills, 2) to compare English writing skills before and after using the instructional model, and 3) to evaluate satisfaction of the instructional model. The sample group consisted of 30 second-year students majoring in English for Communication, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. Data collection tools included 1) a focus group discussion questionnaire for experts, 2) an evaluation form for the quality of the instructional model and manual, and 3) an evaluation form for the effectiveness of the instructional model. Statistical analysis included mean, standard deviation, and t-test. The research findings revealed that 1) focus group discussions indicated that using artificial intelligence programs alone was insufficient for writing skill development. Consequently, the researchers developed the instructional model.

The evaluation results of both the model and its manual showed the highest quality level. 2) A comparison of English writing skills before and after using the instructional model showed a statistically significant difference ($p < .00$), with an average pre-test score of 22.87 and an average post-test score of 35.53. 3) The evaluation results of the instructional model indicated the highest quality level.

Keywords

Writing Skills, Scaffolding Techniques, Artificial Intelligence Programs, English Paragraph Writing, AI-assisted Learning

บทนำ (Introduction)

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่ใช้กันทั่วโลกและมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการศึกษา ดังนั้น กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมจึงได้กำหนดนโยบายปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาอังกฤษโดยใช้กรอบอ้างอิงความสามารถทางภาษาของสหภาพยุโรป (CEFR) เป็นแกนหลัก แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลจากดัชนีความสามารถทางภาษาอังกฤษ (English Proficiency Index) ในปี 2566 สะท้อนให้เห็นว่าความสามารถทางภาษาอังกฤษของผู้เรียนไทย อยู่ในอันดับที่ 101 จาก 113 ประเทศ ทั้งนี้อาจมาจากหลายปัจจัย เช่น รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่มีความซับซ้อนและไม่ได้ฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จริง สำหรับสมรรถนะในรายวิชาภาษาอังกฤษประกอบด้วย 4 ทักษะ คือ ทักษะการฟัง ทักษะการพูด ทักษะการอ่านและทักษะการเขียน จากการฝึกปฏิบัติจริง ทั้ง 4 ทักษะ พบว่า ทักษะการเขียนเป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากซึ่งผู้เรียนจะต้องมีความสามารถในการใช้ภาษา คือ สมรรถภาพด้านกฎเกณฑ์ของภาษา (Linguistic Competence) ประกอบด้วยคำศัพท์ (Vocabulary) และไวยากรณ์ (Grammar) ผู้เรียนจะต้องพิจารณาโดยอาศัยความรู้ ความสามารถด้านกลไกทางภาษา ตลอดจนการใช้สำนวนภาษาตามโครงสร้างภาษาที่เหมาะสม จากประสบการณ์ของคณะผู้วิจัยพบว่าผู้เรียนมีพื้นฐานความรู้เบื้องต้นค่อนข้างน้อย ไม่ว่าจะเป็นด้านไวยากรณ์ คำศัพท์ และการเรียบเรียงเนื้อหา จึงส่งผลให้การสื่อสารของผู้เรียนไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ในยุคศตวรรษที่ 21 โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษโดยเฉพาะทักษะการเขียนเป็นอย่างมาก อาทิเช่น ChatGPT, Grammarly, Quillbot และ Copilot เป็นต้น ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่ามีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับทักษะการเขียนภาษาอังกฤษระดับอุดมศึกษาโดยใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์มาเป็นผู้ช่วยเขียนเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกับ Bok and Cho (2023, 15-27) และ Gattupalli (2024) ได้ศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีต่อการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ในรายวิชาการเขียนภาษาอังกฤษ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีการรับรู้ในเชิงบวกต่อการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ในมุมมองของเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการพัฒนาทักษะการเขียน

โดยเฉพาะการช่วยตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดด้านคำศัพท์และไวยากรณ์ผ่านการให้ข้อมูลป้อนกลับ (feedback) นอกจากนี้ โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ยังช่วยสนับสนุนกระบวนการเขียนในหลายด้าน ได้แก่ การระดมความคิด การสร้างหัวข้อ การเขียนบทนำ การขยายเนื้อหา และการปรับปรุงความชัดเจนของภาษา ส่งผลให้นักศึกษาสามารถพัฒนางานเขียนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษายังสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดของการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ กล่าวคือ ข้อมูลป้อนกลับที่ได้รับจะแสดงข้อความหรือประโยคที่แก้ไขแล้วโดยไม่มีการอธิบายลักษณะของข้อผิดพลาดหรือเหตุผลของการแก้ไขอย่างเพียงพอ ข้อจำกัดดังกล่าวทำให้นักศึกษาบางคนเกิดความกังวลเกี่ยวกับการลดทอนความเป็นเจ้าของผลงาน และความไม่แน่ใจว่าการพึ่งพาโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์อาจส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเขียนและประสิทธิภาพการเรียนรู้ของตนในระยะยาวซึ่งสอดคล้องกับ Ho Chui Chui (2022, 10-31) ได้เสนอว่าโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์สามารถนำมาใช้เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ได้แต่ไม่สามารถทดแทนบทบาทของผู้สอนได้ทั้งหมด เนื่องจากหากผู้เรียนเรียนรู้ผ่านโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์แต่เพียงอย่างเดียวจะไม่สามารถช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจหลักการในการเขียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดการเสริมต่อการเรียนรู้ (Scaffolding) ตามทฤษฎีวัฒนธรรมด้านสังคม (Social Constructivist) ของ เลฟ ไวก็อตสกี้ (Lev Vygotsky) มาใช้เป็นรูปแบบหลักในการจัดการเรียนรู้ กล่าวคือ การให้ความช่วยเหลือจากผู้สอนที่เน้นความสำคัญของความแตกต่างระหว่างบุคคล และการให้ความช่วยเหลือผู้เรียนเพื่อให้ก้าวหน้าจากระดับพัฒนาการที่เป็นอยู่ไปถึงระดับพัฒนาการที่เด็กมีศักยภาพจะไปถึงได้ (Zone of Proximal Development) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะดา จิงวังสะ และคณะ (2567, 363-372) ที่กล่าวว่า การค่อยๆ เพิ่มระดับความยากผ่านปฏิสัมพันธ์ที่มีภาษาเป็นสื่อกลางจะช่วยพัฒนาศักยภาพผู้เรียนได้จริง เช่นเดียวกับ Karim and Nassaji (2018, 519-539) และ ณัฐสิรี เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา (2565) ที่กล่าวว่า กระบวนการเสริมต่อการเรียนรู้อย่างเป็นระบบจะช่วยเพิ่มทักษะทั้ง 4 ด้าน (ฟัง พูด อ่าน เขียน) อย่างมีนัยสำคัญและยังช่วยพัฒนาทักษะทางสังคมและความมั่นใจของผู้เรียนไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับเทคนิคเสริมต่อการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนในบริบทการเรียนภาษาอังกฤษระดับมหาวิทยาลัยในประเทศไทยค่อนข้างน้อย คณะผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1) พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

2) เปรียบเทียบทักษะการเขียนภาษาอังกฤษก่อนและหลังใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ของนักศึกษา

3) ประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1. โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์

1.1 ความหมายของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

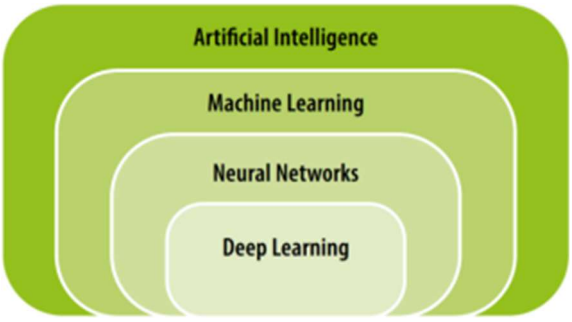
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564) ได้จำกัดความของปัญญาประดิษฐ์ว่า หมายถึง ศาสตร์ที่รวบรวมองค์ความรู้ในหลายสาขาวิชาโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์มาพัฒนาให้เครื่องจักรหรือระบบคอมพิวเตอร์มีความชาญฉลาด สามารถคิดคำนวณ วิเคราะห์ เรียนรู้และตัดสินใจ โดยใช้เหตุผลได้เสมือนสมองของมนุษย์ และสามารถเรียนรู้ พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มศักยภาพของปัญญาประดิษฐ์เองได้

จักรกฤช วิศาลธนโชติ (2565) ได้กล่าวว่า ปัญญาประดิษฐ์เป็นเทคโนโลยีในรูปแบบหนึ่งที่ทำให้คอมพิวเตอร์ มีลักษณะเสมือนมนุษย์หรือจักรกลอัจฉริยะทั้งในเรื่องของความคิด การวิเคราะห์หรือการเลียนแบบพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์โดยใช้โปรแกรมหรือซอฟต์แวร์ที่มนุษย์เขียนหรือจัดทำชุดคำสั่งขึ้นแล้วนำมาประมวลผลหรือนำมาฝังไว้กับอุปกรณ์ส่วนใดส่วนหนึ่ง เพื่อทำให้เกิดระบบจักรกลอัจฉริยะหรืออุปกรณ์นั้น สามารถสื่อสารกับมนุษย์ได้โดยใช้ภาษาไทยภาษาอังกฤษ หรือภาษาใดก็ตาม และยังสามารถแปลความหมายของคำที่มนุษย์พูดเพื่อให้ตรงกับภาษาตามที่ต้องการ อีกทั้งจักรกลอัจฉริยะยังสามารถทำให้อุปกรณ์ที่มีการฝังเทคโนโลยี AI ไว้สามารถขยับหรือเคลื่อนไหวได้อีกด้วยรวมถึงเทคโนโลยี AI มีกระบวนการคิดที่คล้ายมนุษย์และยังสามารถช่วยในการวิเคราะห์ตัดสินใจข้อมูลต่างๆ ได้เอง

สรุปได้ว่าปัญญาประดิษฐ์หมายถึงเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นเพื่อให้ระบบคอมพิวเตอร์สามารถคิดวิเคราะห์ เรียนรู้ และตัดสินใจได้เสมือนมนุษย์ โดยอาศัยองค์ความรู้จากหลากหลายสาขาวิชามาบูรณาการเข้าด้วยกัน

1.2 องค์ประกอบเทคโนโลยีของปัญญาประดิษฐ์

Miao et al. (2021) กล่าวว่า รูปแบบการทำงานของ AI มีส่วนประกอบที่ซ้อนกันอยู่ 4 ระดับ มีจุดศูนย์กลางร่วมกัน AI คือวงใหญ่สุดอยู่นอกสุด และ AI เรียนรู้ผ่านการเรียนรู้ของจักรกล (Machine Learning หรือ ML) และภายใต้การทำงานของ ML ยังขึ้นอยู่กับโครงข่ายประสาทเทียม (Neural Networks) โดยเฉพาะโครงข่ายประสาทเทียมแบบการเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning หรือ DL) ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่ซับซ้อนคล้ายกับรูปแบบการทำงานของสมองมนุษย์ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 : ความสัมพันธ์ระหว่างปัญญาประดิษฐ์ การเรียนรู้ของจักรกลโครงข่ายประสาทเทียม และการเรียนรู้เชิงลึก

หมายเหตุ: จาก *AI and education: A guidance for policymakers* (p.8), โดย Miao, F., Holmes, W., Huang, R., & Zhang, H., (2021), UNESCO Publishing.

(1) AI แบบคลาสสิก (Classical AI) เป็น AI รูปแบบแรกเริ่มใช้ตรรกะแบบมีเงื่อนไข (IF...THEN...) ในการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบที่เชี่ยวชาญเฉพาะทางในสาขาต่างๆ เช่น การวินิจฉัยทางการแพทย์ การจัดอันดับเครดิต และการผลิต ระบบเหล่านี้มีพื้นฐานอยู่บน “วิศวกรรมความรู้” (knowledge engineering) ซึ่งเกี่ยวกับการจับภาพและการสร้างแบบจำลองความรู้ของผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ แต่ถึงแม้จะมีความซับซ้อน แต่ระบบเหล่านี้ก็ยากที่จะอัปเดตเมื่อระบบมีขนาดใหญ่ขึ้น

(2) การเรียนรู้ของจักรกล (Machine Learning หรือ ML) คือระบบเครื่องจักรที่สามารถเรียนรู้ได้จากตัวอย่างด้วยตนเองโดยไม่จำเป็นต้องมีการสร้างคำสั่งหรือเขียนโค้ด โดยโปรแกรมเมอร์หรือกล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการฝึกให้เครื่องจักรหรือคอมพิวเตอร์เรียนรู้ด้วยตนเองโดยใช้ชุดข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อระบุรูปแบบและสร้างแบบจำลองสำหรับการทำนายในอนาคต ตัวอย่างของ ML เช่น การประมวลผลภาษาธรรมชาติ การรู้จำใบหน้าหรือรถยนต์ขับเคลื่อนด้วยตัวเอง เป็นต้น

(3) โครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Networks หรือ ANNs) ได้รับแรงบันดาลใจจากเครือข่ายเซลล์ประสาทของสิ่งมีชีวิต ANNs ใช้การเชื่อมโยงระหว่างยูนิต (เหมือนกับเซลล์ประสาท) ทำหน้าที่ประมวลผลข้อมูลโดยการตอบสนองต่อข้อมูลภายนอก ถ่ายทอดข้อมูลซึ่งกันและกันระหว่างแต่ละยูนิต การประมวลผลจำเป็นต้องใช้ทางผ่านข้อมูลหลายทาง เพื่อค้นหาความเชื่อมโยงและถ่ายทอดความหมายจากข้อมูลที่ไม่ชัดเจนเหล่านั้นตัวอย่างเช่น AlphaGo ของ Google

(4) การเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning หรือ DL) เป็นส่วนย่อยของ ML ที่ใช้ ANNs ขนาดใหญ่ที่มีหน่วยประมวลผลหลายชั้น โดยอาศัยประโยชน์จากความก้าวหน้าในศักยภาพของคอมพิวเตอร์และเทคนิคในการเรียนรู้รูปแบบของข้อมูลปริมาณมหาศาลที่มีความซับซ้อนที่ได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การทำงานของปัญญาประดิษฐ์มีส่วนประกอบที่ซ้อนกันอยู่ 4 จุด ได้แก่ AI แบบคลาสสิก ซึ่งใช้ตรรกะแบบมีเงื่อนไขในการพัฒนาระบบเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น การวินิจฉัยทางการแพทย์ นอกจากนี้ยังมีการเรียนรู้ของจักรกล (Machine Learning) ที่ให้เครื่องจักรเรียนรู้จากชุดข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อทำนาย

ผลลัพธ์ในอนาคตโดยไม่ต้องเขียนคำสั่งเพิ่มเติม และโครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Networks) ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเซลล์ประสาทของสิ่งมีชีวิตเพื่อประมวลผลข้อมูลที่ไม่ชัดเจน สุดท้ายคือ การเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) ซึ่งเป็นส่วนย่อยของการเรียนรู้ของจักรกลที่ใช้โครงข่ายประสาทเทียมขนาดใหญ่หลายชั้นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความซับซ้อนสูง

1.3 ปัญญาประดิษฐ์ในด้านการศึกษาภาษา

ศรัณย์ศิริ คัมภิรานนท์ (2564) กล่าวว่า เทคโนโลยี AI มีความสามารถโดดเด่นในการเรียนรู้และวิเคราะห์ข้อมูลที่ซับซ้อนได้ใกล้เคียงกับมนุษย์ อย่างไรก็ตามการที่ AI สามารถรับคำสั่งเสียงของมนุษย์ไปดำเนินการได้อย่างแม่นยำนั้นจะต้องอาศัยกระบวนการประมวลผลทางภาษาเข้ามาช่วย ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในชื่อ “Natural Language Processing : NLP” ทำหน้าที่เป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญที่ช่วยให้ AI สามารถประมวลผลจากคำสั่งต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม่นยำ รวมถึงแสดงผลการวิเคราะห์ออกมาเป็นภาษามนุษย์ได้อย่างเป็นธรรมชาติ NLP เป็นสาขาหนึ่งของเทคโนโลยี AI ที่ทำให้คอมพิวเตอร์เข้าใจภาษามนุษย์เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการสื่อสารและวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นภาษา สาเหตุที่ต้องพัฒนา NLP เนื่องจากคอมพิวเตอร์ถูกออกแบบมาให้เหมาะสมกับการเข้าใจข้อมูลตัวเลขหรือรหัสที่มีความหมายนัยหนึ่งชัดเจน ซึ่งไม่ตรงกับวิธีการสื่อสารของมนุษย์ที่อาศัยภาษาเป็นหลักและภาษามีความซับซ้อนกว่ารหัสที่ใช้กับคอมพิวเตอร์อย่างมาก NLP จึงเกิดขึ้นเพื่อลดช่องว่างในการสื่อสารระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ NLP รองรับทั้งการอ่าน และการฟังโดยอาศัยเทคโนโลยีอื่นเข้าช่วย เช่น Visual Recognition สำหรับอ่านข้อความ และใช้ Voice Recognition สำหรับฟังเสียง รวมถึงเทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อแสดงผลให้มนุษย์ได้รับทราบ รวมถึงสามารถถ่ายทอดข้อมูลกลับเพื่อสื่อสารกับมนุษย์ทั้งในรูปแบบของข้อความและเสียง ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ภาษาของ NLP มีพื้นฐานมาจากการทำงานของ AI แต่ต่างกันตรงที่นำมาใช้กับภาษา ซึ่งมีความซับซ้อนและเป็นนามธรรม ปัจจุบัน NLP มีกระบวนการเรียนรู้ภาษาทั้งหมด 6 ขั้นตอน ดังนี้

1) Morphological Level การเข้าใจตัวอักษร NLP จะถอดคำออกเป็นตัวอักษร หาพยัญชนะ สระ ตัวสะกด เพื่อให้เกิดความแม่นยำในขั้นตอนต่อไป

2) Lexical Level การเข้าใจคำหลังจากผสมตัวอักษรแล้ว จากนั้นเริ่มหาความหมายของคำนั้นๆ เพื่อเตรียมสำหรับการทำความเข้าใจทั้งประโยค

3) Syntactic Level การเข้าใจประโยค อ้างอิงจากการเข้าใจคำและลำดับโครงสร้าง ตามมาตรฐานที่ระบุโดยผู้เชี่ยวชาญหรือแบบแผนที่ได้เรียนมา

4) Semantic Level การเข้าใจบริบทของคำในประโยค เข้าใจถึงความหมายของคำที่ใช้ในประโยค ซึ่งอยู่นอกเหนือโครงสร้างตามมาตรฐานภาษา

5) Discourse Level การเข้าใจความเชื่อมโยงของประโยค เข้าใจผลกระทบของประโยคก่อนหน้าต่อความหมายของประโยคที่อ่านอยู่ รวมถึงเข้าใจลำดับการใช้คำในประโยคซึ่งให้ความหมาย ที่แตกต่างกันด้วย

6) Pragmatic Level การเข้าใจความหมายของคำและประโยคอ้างอิงจากสถานการณ์ หรือฐานความรู้เดิม ซึ่งอาจไม่ได้ระบุอยู่ในเนื้อหานั้น ๆ เพื่อให้สามารถตีความได้ใกล้เคียงกับมนุษย์ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลใหม่เข้ากับความรู้เดิมได้ตลอดเวลา

สรุปได้ว่า ปัญญาประดิษฐ์ที่ใช้ในการประมวลผลทางภาษามีชื่อว่า “Natural Language Processing : NLP” ทำหน้าที่เป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญที่ช่วยให้ AI สามารถประมวลผลจากคำสั่งต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม่นยำ รวมถึงแสดงผลการวิเคราะห์ออกมาเป็นภาษามนุษย์ได้อย่างเป็นธรรมชาติ โดย NLP มีกระบวนการเรียนรู้ภาษาทั้งหมด 6 ขั้นตอน ดังนี้ การเข้าใจตัวอักษร สระพยัญชนะและตัวสะกด การทำความเข้าใจความหมายของคำและโครงสร้างประโยค การเข้าใจบริบทของคำในประโยค การเข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างประโยคและการตีความหมายโดยอ้างอิงจากสถานการณ์และฐานความรู้เดิมเพื่อให้ใกล้เคียงกับการเข้าใจของมนุษย์

2. เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้

2.1 ความหมายของเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้

Wood et.al (1976, 89-100) ได้ให้ความหมายของการสอนแบบเสริมต่อการเรียนรู้หรือการเสริมศักยภาพ ไว้ว่า การสอนแบบเสริมต่อการเรียนรู้เป็นกระบวนการที่ทำให้เด็กหรือนักเรียน ฝึกหัด สามารถแก้ปัญหา ดำเนินงานหรือบรรลุตามเป้าหมายที่อยู่เหนือความพยายามของเด็กที่จะทำด้วยตนเอง แต่จะทำได้เมื่อได้รับความช่วยเหลือสนับสนุน การช่วยส่งเสริมศักยภาพเป็นการควบคุมองค์ประกอบต่าง ๆ ของงานโดยครู หรือผู้ใหญ่ โดยในครั้งแรกงานเหล่านั้นอยู่เหนือความสามารถของผู้เรียนที่จะกระทำได้ด้วยตนเองด้วยวิธีที่ทำให้ผู้เรียนใส่ใจและทำองค์ประกอบต่างๆ ของงานเหล่านั้นให้เสร็จ ซึ่งองค์ประกอบของงานเหล่านั้นต้องอยู่ในช่วงหรือขอบเขตที่ผู้เรียนจะสามารถทำได้

Rosenshine and Meister (1992, 26-33) กล่าวถึง การสอนแบบเสริมต่อการเรียนรู้ หรือการเสริมศักยภาพเป็นการประยุกต์แนวคิดทฤษฎีเขตพัฒนาใกล้เคียง (Zone of Proximal Development) มาสู่การเรียนการสอนโดยกล่าวว่า การสอนแบบเสริมต่อการเรียนรู้เป็นรูปแบบของการสนับสนุนที่ครูหรือผู้เรียนคนอื่น ๆ ให้แก่ผู้เรียนด้วยกัน เพื่อช่วยให้ ผู้เรียนเชื่อมต่อระหว่างความสามารถปัจจุบัน และเป้าหมายที่ตั้งใจไว้

กุหลาบ ข่าขันมะลี (2565) ได้กล่าวว่า เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ หมายถึง การให้ความช่วยเหลือผู้เรียนในการทำงานหรือทำกิจกรรมให้สำเร็จ เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนให้สูงขึ้น และเต็มตามศักยภาพของผู้เรียนแต่ละคน ถ้าหากผู้เรียนไม่ได้รับความช่วยเหลือจะทำให้ไม่สามารถทำงานสำเร็จได้ โดยการให้ความช่วยเหลือนี้จะค่อยๆ ลดลง เมื่อผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองแล้ว

สรุปได้ว่าเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้เป็นกระบวนการช่วยเหลือและสนับสนุนผู้เรียนให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่พวกเขาตั้งไว้ ซึ่งหากปราศจากความช่วยเหลือดังกล่าวจากผู้สอน ผู้เรียนอาจจะรู้สึกยากต่อการเข้าใจและไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่คาดหวังได้

2.2 ขั้นตอนกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้

Rosenshine and Guenther (1992) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญของการเรียนการสอนแบบเสริมต่อการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมกลยุทธ์ทางปัญญาขั้นสูง ประกอบด้วยขั้นตอนองค์ประกอบหลัก 6 ประการ ได้แก่

1) ขั้นกิจกรรมก่อนสอน ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่จำเป็น 3 ประการ คือ

1.1) ระบุทักษะที่ต้องพัฒนาให้อยู่ในขอบเขตการพัฒนาศักยภาพผู้เรียน

1.2) มีการพัฒนาการช่วยเหลือเฉพาะ (Specific Scaffold) ที่เหมาะสมกับสิ่งที่จะพัฒนาหรือที่จะใช้ในการช่วยเหลือการเรียนรู้ เช่น การให้ผู้เรียนระบุประเด็น หรือเขียนคำ 2-3 คำ เพื่ออธิบายให้เชื่อมโยงกับประเด็นดังกล่าว เป็นต้น

1.3) การควบคุมกำกับความยุ่งยากของงาน โดยเริ่มต้นจากสาระง่าย จากนั้นค่อยเพิ่มความซับซ้อนของงาน หรือสอนแต่ละขั้นตอนแยกจากกัน

2) ขั้นสาธิตกิจกรรมเพื่อแสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์ทางปัญญา ดังต่อไปนี้

2.1) เป็นตัวแบบแสดงขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงาน

2.2) เป็นตัวแบบคำพูดแสดงกระบวนการคิดหรือการคิดดัง ๆ

2.3) การบอกให้ผู้เรียนทราบเกี่ยวกับข้อผิดพลาดที่มักจะพบกับผู้เรียน

3) ขั้นแนะนำแนวทางการปฏิบัติแก่ผู้เรียนขณะที่ผู้เรียนพยายามทำงานในสถานการณ์ใหม่ เช่นการใช้คำพูดที่เป็นนัย การเตือนในสิ่งที่ผู้เรียนมองข้ามไป คำแนะนำในสิ่งที่ควรได้รับการพัฒนา ปรับปรุง การแนะแนวทางการปฏิบัติโดยครูนำการปฏิบัติ การทำงานเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เป็นต้น

4) ขั้นผู้เรียนได้รับแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) เพื่อใช้ประเมินการทำงานของตนเอง และแนะแนวทางการปฏิบัติโดยใช้การตรวจสอบตนเองเพื่อช่วยให้ผู้เรียนมีอิสระ ขณะเดียวกันผู้สอนก็อาจเป็นตัวแบบในการตรวจสอบรายการได้เช่นกัน

5) ให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติอย่างอิสระในสถานการณ์ใหม่ที่จัดให้ โดยรวบรวมขั้นตอนต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกันโดยผู้สอน และหากผู้เรียนปฏิบัติได้ครบถ้วนถูกต้อง การสนับสนุนการเรียนรู้ก็จะลดลง

6) ผู้เรียนประยุกต์การเรียนรู้สู่สถานการณ์ใหม่ ฝึกฝนในสถานการณ์ที่หลากหลายและมีลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อให้ผู้เรียนได้ประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้ในสถานการณ์ที่หลากหลาย

พีระพล ชูศรีโฉม (2563) ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ไว้ 6 ขั้นตอนการเรียนรู้ ได้แก่

1) ขั้นการกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้

1.1) กำหนดวัตถุประสงค์การจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนทราบ

1.2) สร้างความน่าสนใจหรือแรงจูงใจให้ผู้เรียนเห็นถึงความสำคัญของประโยชน์ของกิจกรรมการเรียนรู้ในครั้งนี้

2) ขั้นการสอน และการจัดเนื้อหาในการทำกิจกรรม

2.1) ผู้สอนทำการสอนโดยใช้รูปแบบการสอนต่างๆ เช่น การสาธิต การบรรยาย การยกตัวอย่าง การดูภาพเป้าหมายที่ต้องการศึกษา เป็นต้น

2.2) ผู้สอนให้ผู้เรียนสังเกตการเรียนรู้จากครูผู้สอน

2.3) ผู้สอนและผู้เรียนช่วยกันสรุปขั้นตอนการฝึก

2.4) ผู้เรียนจะได้รับการเสริมแรงทางบวกจากผู้สอน ด้วยคำพูดให้เกิดความเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถปฏิบัติงานให้สำเร็จได้

3) ขั้นการจัดกลุ่มผู้เรียนเพื่อทำงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้สอน

4) ขั้นการวางแผนการทำงาน และให้คำแนะหรือการป้อนกลับ

4.1) ผู้เรียนแต่ละคนกำหนดแผนงานในการฝึกปฏิบัติให้ชัดเจน

4.2) ผู้เรียนระบุแหล่งค้นคว้าข้อมูล การจัดลำดับขั้นตอนในการนำเสนอข้อมูล

4.3) ผู้เรียนนำความคิดที่สรุปไว้มาเขียนเป็นผังมโนทัศน์

4.4) ผู้เรียนในกลุ่มผลัดกันตรวจผลงาน และแสดงความคิดเห็นในผลงานของเพื่อนในกลุ่ม

4.5) ผู้สอนช่วยให้คำแนะนำ และแก้ไขในกรณีที่พบว่าผลงานยังมีข้อบกพร่อง

4.6) ผู้เรียนได้รับการกระตุ้นทางความคิด เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5) ขั้นการฝึกปฏิบัติโดยผู้เรียนลงมือปฏิบัติและนำเสนอผลงานตามผังมโนทัศน์ที่กลุ่มตนเองกำหนด

6) ขั้นการประเมินผล

6.1) ผู้สอนตรวจประเมินผลงานของผู้เรียน

6.2) ผู้สอนและเพื่อน ๆ ช่วยกันให้คำแนะนำกับผู้เรียนในการปรับปรุงงานในครั้งต่อไป

ณัฐสิรี เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา (2565) ได้กล่าวถึงกระบวนการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้มี 4 ขั้นตอนสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ขั้นนำเสนอเนื้อหา ผู้สอนจัดสถานการณ์จำลองที่มีบริบททางวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาให้แก่ผู้เรียน โดยหลักการสำคัญคือ ต้องให้ผู้เรียนทราบว่าวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการเรียน ตัวอย่างกิจกรรม เช่น กิจกรรมด้านการฟัง อาจจะให้คำถามเกี่ยวกับบทสนทนาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ครอบครัว ผู้คน งาน อาหาร ฯลฯ กิจกรรมด้านการอ่าน เช่น ให้อ่านบทอ่านสั้น ๆ ที่มีข้อมูลที่ผู้เรียนสามารถพบเจอได้โดยทั่วไป จากโฆษณา ใบปลิว หน้าเว็บไซต์ กิจกรรมด้านการพูด เช่น การถามและตอบในสถานการณ์ต่างๆ การถามและบอกทิศทาง การเดินทาง สนทนาทางโทรศัพท์ และกิจกรรมด้านการเขียน เช่น ให้เขียนเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นทั่วไปของตนเอง ครอบครัว งานอดิเรก อาหาร เป็นต้น

2) ขั้นปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในขั้นตอนนี้ผู้สอนให้ผู้เรียนฝึกเรียนรู้ภาษาและใช้ภาษาจากเนื้อหาในขั้นนำเสนอ ครูจะทำหน้าที่เป็นผู้นำเสนอเนื้อหาก่อน โดยอาจเป็นการชี้ให้เห็นโครงสร้างทางภาษา จากนั้นจะค่อยๆ ปล่อยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ ทำความเข้าใจความหมายและวิธีการใช้ตามบริบทร่วมกับเพื่อน ๆ ในชั้นเรียนเอง

3) ขั้นการเสริมศักยภาพผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างเพื่อนและผู้สอนผ่านการใช้ภาษาอังกฤษ โดยผู้เรียนจะได้ฝึกทำงานกลุ่มผ่านการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายบรรลุตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้กลุ่มที่มีความเข้าใจในเนื้อหามากกว่าจะให้ความช่วยเหลือเพื่อนกลุ่มอื่นที่ยังไม่เข้าใจในเนื้อหานั้นๆ ผ่านการอธิบาย สอน แนะนำ โดยมีหน้าที่หลักของผู้สอนจะคอยตรวจสอบความถูกต้องเพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้เรียนจะสามารถนำความรู้ไปใช้ได้เอง

4) ขั้นการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร กล่าวคือผู้เรียนนำความรู้และทักษะที่ได้ฝึกฝนมาไปใช้อย่างอิสระ โดยอาจจะผ่านการนำเสนอชิ้นงานหน้าชั้นเรียน แสดงบทสมมติ เป็นต้น เพื่อเป็นการจำลองให้ผู้เรียนได้เสมือนเข้าไปอยู่ในบริบทนั้นจริงๆ

สรุปได้ว่าเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้มีกระบวนการในการจัดการเรียนรู้หลัก ๆ อยู่ด้วยกันดังนี้คือ 1) การกำหนดวัตถุประสงค์ของและขอบข่ายในการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน 2) การนำเสนอเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนรู้จากผู้สอนเพื่อเป็นตัวอย่างให้ผู้เรียน 3) การลงมือปฏิบัติตามองค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดโดยอาจจะทำด้วยตนเองหรือทำร่วมกับเพื่อน 4) การตรวจทานความเข้าใจในเนื้อหาและให้คำแนะนำจากผู้สอนหากมีข้อผิดพลาด และ5) การประยุกต์ใช้ความรู้ดังกล่าวในสถานการณ์ต่างๆ ที่ผู้สอนสร้างขึ้น

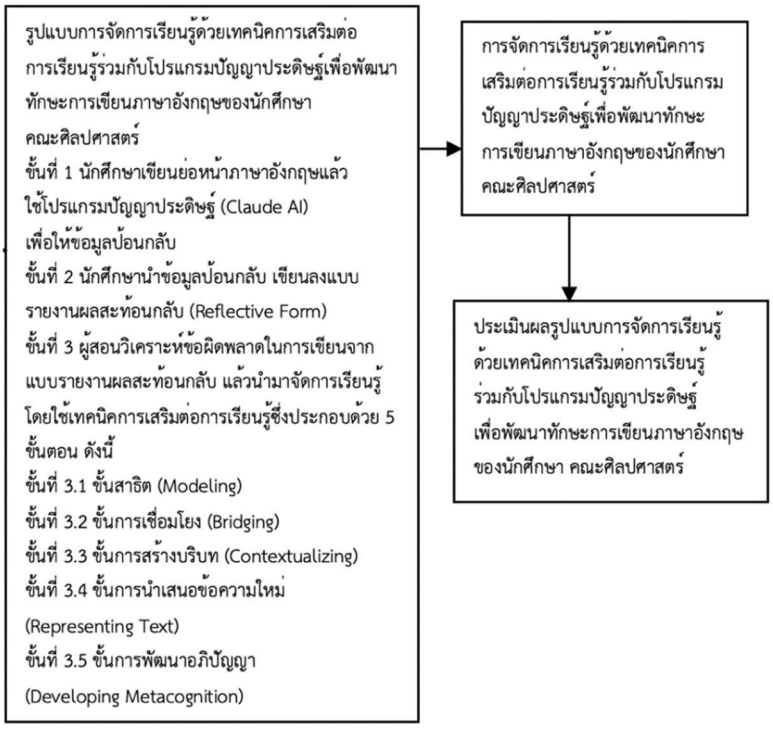
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การนำโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์มาใช้พัฒนาทักษะด้านการเขียนภาษาอังกฤษในระดับอุดมศึกษานั้นมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีงานวิจัยดังนี้ Bok and Cho (2023, 15-27) ได้ศึกษาถึงประสบการณ์และการรับรู้ของนักศึกษาเกาหลีระดับอุดมศึกษาในการใช้ Chat GPT เป็นเครื่องมือหนึ่งในการแก้ไขการเขียนย่อหน้าในรายวิชาภาษาอังกฤษทั่วไปซึ่งเน้นไปที่ทักษะการเขียนเชิงวิชาการโดยใช้แบบสอบถามสำรวจประโยชน์และความท้าทายในการใช้ Chat GPT สำหรับแก้ไขงานเขียนและบทบาทของผู้สอนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการเขียน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีการรับรู้ในเชิงบวกและมีความพึงพอใจในการใช้ Chat GPT ในการแก้ไขการเขียนย่อหน้า นอกจากนี้นักศึกษายังกล่าวว่าข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) จาก Chat GPT มีประโยชน์ต่อการเขียนในด้านความเร็วในการให้ข้อมูลป้อนกลับ ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ นอกจากนี้ยังสามารถแก้ไขความผิดพลาดได้อย่างถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นคำศัพท์ ไวยากรณ์และความลื่นไหลในการเขียน สำหรับข้อจำกัดในการใช้ Chat GPT นักศึกษากล่าวว่าข้อมูลป้อนกลับจาก Chat GPT ไม่มีการอธิบายรายละเอียดข้อผิดพลาดในการเขียนและแก้ไขประโยคนั้นให้เลย สิ่งนี้จึงทำให้นักศึกษามีความกังวลเกี่ยวกับ

การลดทอนความเป็นเจ้าของงานเขียนและความไม่แน่ใจเกี่ยวกับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษา ในส่วนของโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ Claude AI ก็ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเช่นเดียวกับการศึกษาของ Gattupalli (2024) ได้ศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีต่อเทคโนโลยีการใช้ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ (GenAI) โดยเฉพาะ Claude AI มาใช้ในรายวิชาการเขียนระดับมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นการตอบสนองและแนวทางในการตอบโต้กับ AI และอิทธิพลของการใช้ AI ในการเพิ่มทักษะการเขียน ผลการศึกษาพบว่านักศึกษามีการรับรู้ในเชิงบวกต่อการใช้ AI ในการเขียน โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า AI เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนางานเขียนในการระดมความคิด การสร้างหัวข้อ การเขียนบทนำ การขยายเนื้อหา การแก้ปัญหาการคิดไม่ออก และการปรับปรุงความชัดเจนของภาษา นอกจากนี้ AI ยังช่วยให้นักศึกษาสามารถพัฒนางานเขียนให้มีคุณภาพในระดับมหาวิทยาลัยได้ดียิ่งขึ้น การบูรณาการ AI ในการเรียนการสอนรายวิชาการเขียนสามารถส่งเสริมทั้งทักษะการเขียนและทักษะการใช้เทคโนโลยีของผู้เรียน โดยเฉพาะการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์ และการเรียนรู้ในบริบทดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเสนอว่าการนำ AI มาใช้ในการศึกษาควรควบคู่ไปกับการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้การจัดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ Grammarly ซึ่ง Wibawa and Nabhan (2023, 133-139) ได้ศึกษาการรับรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีต่อการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ Grammarly ซึ่งเป็นเครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ที่ช่วยในการเขียน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษารับรู้ถึงประโยชน์ของ Grammarly เช่น การช่วยตรวจสอบโครงสร้างประโยค การเสนอคำศัพท์เชิงวิชาการ การช่วยพัฒนาคุณภาพงานเขียน ความสะดวกในการใช้งาน การเข้าถึงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และการส่งเสริมทักษะการเขียนของนักศึกษา อย่างไรก็ตาม Grammarly แบบไม่เสียค่าใช้จ่ายยังมีข้อจำกัดในด้านความแม่นยำของผลการตรวจสอบและต้องใช้ระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้นักศึกษาต้องตรวจสอบและแก้ไขงานซ้ำอีกครั้ง รวมทั้งตระหนักถึงความจำเป็นในการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างประโยคและหลักการเขียนด้วยตนเองร่วมด้วย จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นจะพบว่าโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ไม่สามารถที่จะใช้ในการสอนได้เพียงอย่างเดียว ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องบูรณาการกับเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ซึ่งจากการศึกษาของ Chairinkam and Yawiloeng (2024, 2996-3007) พบว่า ผลของการใช้เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ (Scaffolding) เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนของนักศึกษาชาวไทยที่เรียนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ (EFL) โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบ่งผู้เข้าร่วมการวิจัยออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เรียนระดับเชี่ยวชาญจำนวน 5 คน และกลุ่มผู้เรียนระดับเริ่มต้นจำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแผนการจัดการเรียนรู้จำนวน 5 แผน ซึ่งออกแบบให้สอดคล้องกับแต่ละขั้นตอนของกระบวนการเขียน นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินงานเขียน (Writing Rubric) เพื่อประเมินคุณภาพของผลงานการเขียนของผู้เรียน ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์ใช้เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ในระหว่างกระบวนการเขียนช่วยพัฒนาความสามารถด้านการเขียนของผู้เรียนทั้ง 10 คนได้อย่างมีนัยสำคัญ เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้สามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่

เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยผู้สอนให้คำแนะนำ การสนับสนุน และแรงจูงใจแก่ผู้เรียนตลอดกระบวนการเขียน กระบวนการเขียนในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การทำงานแบบร่วมมือ (Collaborative Learning) ซึ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำงานร่วมกัน และการทำงานรายบุคคลซึ่งมุ่งพัฒนาการเรียนรู้ผ่านการค่อย ๆ ลดระดับการช่วยเหลือและการชี้แนะจากผู้สอน จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การใช้เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ช่วยส่งเสริมและพัฒนาทักษะการเขียนของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความสามารถในการเขียนได้ดียิ่งขึ้นเมื่อได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสมในแต่ละช่วงของกระบวนการเรียนรู้

กรอบแนวความคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ของ Borg & Gall (1989) ประกอบด้วย 3 ระยะ ซึ่งผ่านการรับรองจริยธรรมในมนุษย์ เลขที่ IRB-RUS-2568-031เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ดังนี้

ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยในระยะที่ 1 คือ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ จำนวน 3 คนและ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้าน

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ จำนวน 2 คน โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) มีคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษหรือเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ 2) มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 5 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในระยะที่ 1 คือ 1) แบบประเด็นการสนทนากลุ่มของผู้เชี่ยวชาญ (ทางภาษาและโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์) ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด จำนวน 6 ข้อ และ 2) แบบประเมินคุณภาพรูปแบบและคู่มือการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษา ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ท โดยแบบประเมินคุณภาพรูปแบบมีทั้งสิ้นจำนวน 10 ข้อ ส่วนแบบประเมินคุณภาพคู่มือการจัดการเรียนรู้ฯ มีทั้งสิ้นจำนวน 24 ข้อ โดยทุกข้อคำถามของทุกเครื่องมือมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา พบว่าทุกข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

ระยะที่ 2 การทดลองใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ และแบบประเมินทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ กับนักศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในระยะที่ 2 คือ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 41 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในระยะที่ 2 คือ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 30 คน ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยวิธีการจับสลาก ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่กำหนด และครอบคลุมขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำสำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย paired samples t-test สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในระยะที่ 2 คือ แบบประเมินทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ ส่วนขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัย ทั้งสิ้น 7 สัปดาห์ ดังนี้

1. สัปดาห์ที่ 1 คณะผู้วิจัยชี้แจงที่มา วัตถุประสงค์ รูปแบบ ขั้นตอน หลังจากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ (Pre-test) เรื่อง Write about your free-time activities

2. สัปดาห์ที่ 2 - 6 คณะผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ โดยแบ่งออกเป็นขั้นตอนในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้คือ

2.1. สัปดาห์ที่ 2 จะให้เขียนเล่าเรื่องในหัวข้อ Write about something your family likes to do in summer. อย่างต่ำ 100 คำ แต่ไม่เกิน 150 คำ เมื่อเขียนเสร็จให้นักศึกษานำข้อมูลที่ตนเองเขียนเข้าตรวจด้วยโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ Claude โดยใช้คำสั่งทั้งสิ้น 2 ชุดได้แก่ 1. ในฐานะที่คุณเป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการสอนเขียนระดับย่อหน้าภาษาอังกฤษ กรุณาช่วยแก้ไขและให้คำแนะนำในการเขียนย่อหน้าเป็นภาษาไทย และ 2. ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนภาษาอังกฤษ อยากให้ช่วยแนะนำนักศึกษาด้านเนื้อหา และการเรียบเรียงเนื้อหาในเชิงลึกจากชิ้นงานเขียนต่อไปนี้ เป็นภาษาไทย จากนั้นเขียนรายงานผล

ข้อผิดพลาด พร้อมทั้งอธิบายข้อผิดพลาดดังกล่าวที่เกิดขึ้นในงานเขียนลงในแบบรายงานผลสะท้อนกลับ (Reflective Form) ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นแล้วนำส่งคณะผู้วิจัย

2.2. คณะผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบรายงานผลสะท้อนกลับในการเขียน(Reflective Form) และคำอธิบายข้อผิดพลาดดังกล่าวของนักศึกษา จากนั้นคณะผู้วิจัยได้รวบรวมหัวข้อที่นักศึกษาเขียนผิดพลาด แล้วนำไปจัดการเรียนการสอนด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ (Scaffolding Technique) โดยปรับจาก Walqui (2006) มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้

• ขั้นการสาธิต (Modeling) หมายถึง ผู้สอนนำเสนอประเด็นหัวข้อผิดพลาดในการเขียนส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นในกลุ่มของนักศึกษา จากนั้นผู้สอนอธิบายประเด็นข้อผิดพลาดพร้อมยกตัวอย่างเพื่อให้นักศึกษาแก้ไขได้อย่างถูกต้อง

• ขั้นการเชื่อมโยง (Bridging) หมายถึง ผู้สอนจัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อให้นักศึกษาได้เชื่อมโยงความรู้เดิมและแลกเปลี่ยนความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับประเด็นข้อผิดพลาดนั้นๆ

• ขั้นการสร้างบริบท (Contextualizing) หมายถึง ผู้สอนแนะนำประเด็นข้อผิดพลาดทางภาษาที่เกิดขึ้นในการเขียนว่าควรใช้ในบริบทใดเพื่อที่จะถูกต้องและเหมาะสม

• ขั้นการนำเสนอข้อความใหม่ (Representing Text) หมายถึง ผู้สอนให้แบบฝึกหัดในประเด็นข้อผิดพลาดนั้นๆแก่นักศึกษา จากนั้นให้นักศึกษาช่วยกันระดมความคิดจากองค์ความรู้ที่นักศึกษาได้สังเคราะห์ออกมาแล้วนำเสนอภายในกลุ่ม

• ขั้นการพัฒนาอภิปัญญา (Developing Metacognition) หมายถึง ผู้สอนให้แบบฝึกหัดในประเด็นข้อผิดพลาดนั้นๆ เป็นกิจกรรมรายบุคคลแล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดพร้อมทั้งสามารถอธิบายให้ได้ว่าทำไมถึงเป็นแบบนี้

2.3. สัปดาห์ที่ 3, 4, 5 และ 6 ทำเช่นเดียวกันกับสัปดาห์ที่ 2 แต่จะเปลี่ยนเรื่องในการเขียนที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้ สัปดาห์ที่ 3: Tell a story about the most recent trip you took with your family. สัปดาห์ที่ 4: Tell a story about the saddest moment and how did you handle the situation. สัปดาห์ที่ 5: Write about meeting your best friend for the first time and how your relationship developed. และ สัปดาห์ที่ 6: Write about your volunteer/work experiences that are important to you.

3. สัปดาห์ที่ 7 นักศึกษาทำแบบประเมินทักษะการเขียนภาษาอังกฤษหลังเข้าร่วมการพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ (Post-test) เพื่อเปรียบเทียบความความสามารถในการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาก่อนและหลังใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ โดยใช้เกณฑ์ประเมินทักษะการเขียนของ Jacobs et al. (1981) โดยมีรายละเอียดในการประเมินดังนี้ ได้แก่ เนื้อหา การเรียบเรียงเนื้อหา ไวยากรณ์ คำศัพท์ และ เครื่องหมายวรรคตอนและการสะกดคำ จากนั้นนักศึกษาทำแบบประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ

4. รายงานผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาก่อนและหลังใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ และรายงานผลการประเมินรูปแบบจากแบบประเมินผลรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ จากมุมมองของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 3 การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ ของนักศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในระยะที่ 3 คือ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 41 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในระยะที่ 3 คือ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 30 คน ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยวิธีการจับสลาก ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่กำหนด และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในระยะที่ 3 คือ แบบประเมินผลรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ จากมุมมองของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ท โดยทุกข้อคำถามของทุกเครื่องมือมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา พบว่าทุกข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และมีการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาคพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.96

ผลการวิจัย (Results)

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

1.1 ผลการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ พบว่า ผู้เข้าร่วมมีมุมมองร่วมกันว่าปัญหาการเขียนภาษาอังกฤษในระดับย่อหน้าของนักศึกษายังเป็นประเด็นที่ท้าทายและต้องได้รับการพัฒนาอย่างจริงจัง โดยปัญหาที่พบหลัก ๆ มีอยู่สี่ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) ปัญหาด้านไวยากรณ์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการเขียนที่ถูกต้อง นักศึกษามักสับสนเรื่องการใช้กาลเวลา (Tenses) และโครงสร้างประโยค 2) ปัญหาด้านคำศัพท์ (Vocabulary) นักศึกษามีคลังคำศัพท์จำกัดและมักใช้คำศัพท์ซ้ำ ๆ เนื่องจากไม่รู้จักคำใหม่ ทำให้การเขียนขาดความหลากหลายและไม่น่าสนใจ 3) ปัญหาด้านเนื้อหาและแนวคิด (Content and Ideas) นักศึกษาหลายคนขาดแนวคิดในการเขียน ไม่รู้จะเริ่มอย่างไร หรือไม่มีประสบการณ์ในการจัดโครงสร้างความคิดให้เป็นระบบ และ 4) ปัญหาด้านการเชื่อมโยงความคิด (Coherence and Cohesion) นักศึกษายังไม่สามารถใช้คำเชื่อมที่เหมาะสม ทำให้ไม่สามารถร้อยเรียงประโยคและย่อหน้าให้มีความต่อเนื่องกัน

ในด้านแนวทางการแก้ไขปัญหาการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่า ผู้เข้าร่วมเสนอให้ใช้กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะผู้สอนควรสอนโครงสร้างของการเขียน พร้อมทั้งสาธิตตัวอย่างในขั้นตอนก่อนการเขียน (Pre-writing) เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจแนวทางการเขียนอย่างเป็นระบบ หลังจาก

นั้นเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักศึกษา โดยเฉพาะการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนซึ่งเปิดโอกาสให้นักศึกษา ได้ฝึกอธิบายและให้คำแนะนำกันเองในกลุ่ม การสอนรูปแบบนี้ช่วยสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นกันเองและกระตุ้นการมีส่วนร่วมมากขึ้น นอกจากนี้การทำงานเป็นกลุ่มช่วยให้นักศึกษาได้แลกเปลี่ยนความคิดกับเพื่อนที่มีระดับความสามารถต่างกัน ซึ่งจะช่วยลดช่องว่างของความรู้ (Knowledge Gap) และเพิ่มแรงจูงใจในการเรียนรู้ อีกทั้งผู้สอนควรประเมินผลการเขียนเฉพาะด้าน เช่น ประเมินความถูกต้องของกาลเวลา หรือการใช้คำเชื่อม เพื่อให้นักศึกษาทราบจุดที่ต้องพัฒนาเฉพาะจุดอย่างชัดเจน

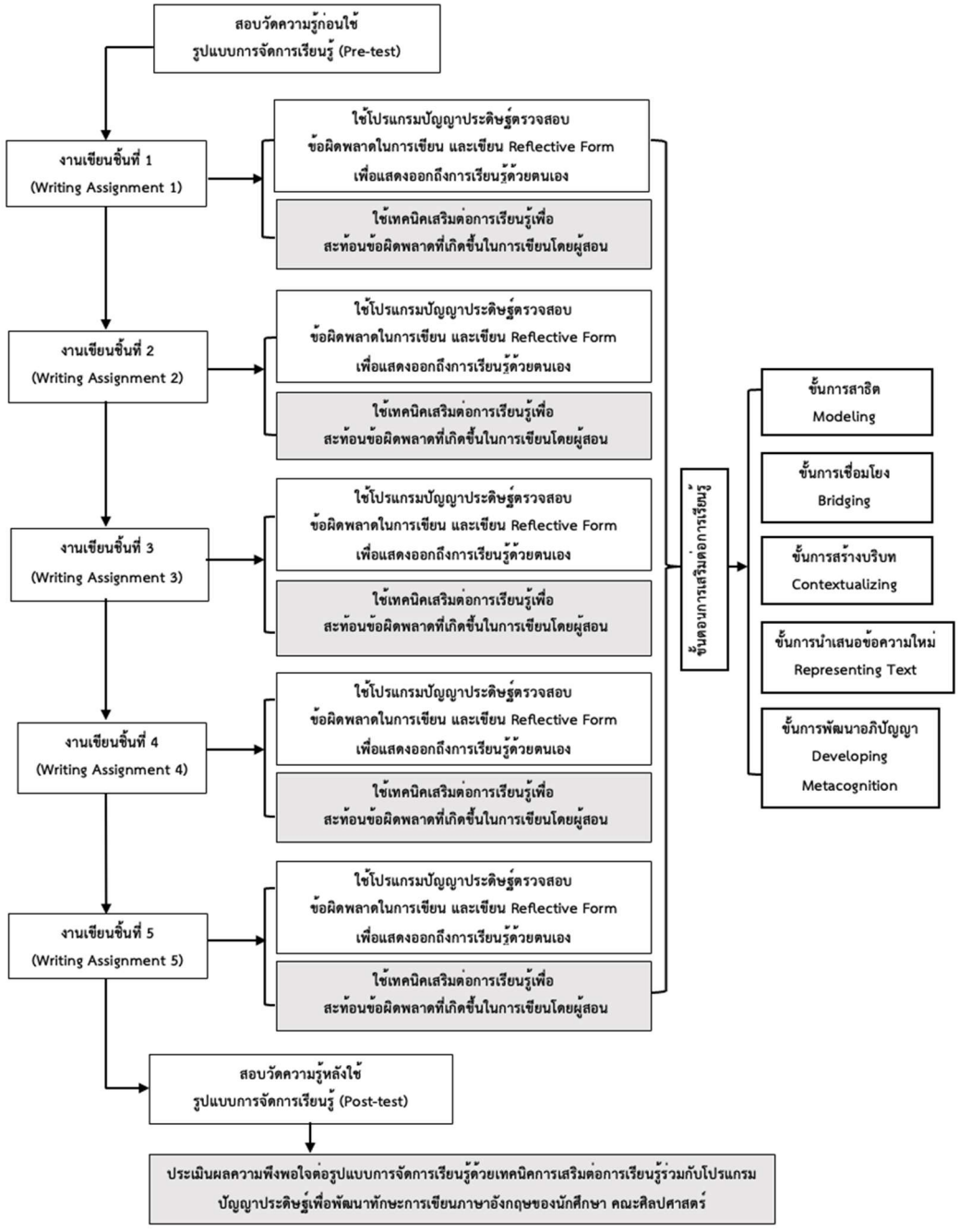
ด้านการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ในการสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้การเขียน ผู้เข้าร่วมยังเน้นถึงความสำคัญของโดยมองว่า โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์มีบทบาทสำคัญในกระบวนการเขียน ได้แก่ โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์สามารถช่วยให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูล หาคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างย่อหน้า หรือโครงสร้างการเขียน เพื่อใช้เป็นแนวทางก่อนเริ่มต้นเขียนจริง อีกทั้งยังช่วยให้ข้อเสนอแนะ (Feedback) หลังจากเขียนเสร็จก็สามารถช่วยตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ให้คำแนะนำเชิงลึกเกี่ยวกับรูปแบบการเขียน และช่วยให้นักศึกษาเขียนการสะท้อนคิด (Reflection) หรือเกี่ยวกับกระบวนการเขียนของตนเอง เพื่อพัฒนาทักษะต่อเนื่องในระยะยาว นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมยังเสนอให้มีการใช้ข้อเสนอแนะทั้งจากโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์และจากผู้สอนควบคู่กัน โดยให้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบและเสนอแนะแนวทางเบื้องต้น ส่วนผู้สอนจะเป็นผู้เสริมด้านการคิดเชิงวิเคราะห์และเนื้อหาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือบริบททางภาษา เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งควรมีแบบสะท้อนคิดด้านการเขียน (Reflective Form) เพื่อให้นักศึกษาบันทึกข้อผิดพลาดในการเขียนและแนวทางการพัฒนาของตนเองในการเขียนเพื่อให้เห็นความก้าวหน้าอย่างเป็นรูปธรรม

อย่างไรก็ตามผู้เข้าร่วมเห็นตรงกันว่าการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา การพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพต้องเกิดจากการบูรณาการระหว่างโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์กับวิธีการสอนอื่น ๆ เช่น การเรียนรู้แบบกระบวนการ (Process-based Learning) การใช้กิจกรรมกลุ่ม การสะท้อนคิด (Reflective Learning) การเรียนรู้แบบเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Learner- centered Approach) และการเรียนรู้แบบเสริมต่อการเรียนรู้ (Scaffolding) โดยเครื่องมือโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ที่นำมาใช้ควรเป็นเครื่องมือที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนและสอดคล้องกับระดับความสามารถของผู้เรียน และที่สำคัญคือต้องปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อการเรียนรู้ ไม่ใช่เพื่อหลีกเลี่ยงการฝึกฝนด้วยตนเอง

ในเชิงนโยบาย ผู้เข้าร่วมเสนอให้มีการสอดแทรกการสอนจริยธรรมการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ในรายวิชาการเขียน เพื่อให้นักศึกษารู้ขอบเขตของการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม เช่น การเข้าใจว่าโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์สามารถช่วยในด้านใดได้บ้าง แต่ไม่ควรใช้แทนการคิดหรือเขียนด้วยตนเอง นอกจากนี้ควรกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเขียนด้วยตนเองก่อนแล้วจึงนำผลงานไปปรับปรุงด้วยความช่วยเหลือจาก โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อให้กระบวนการเรียนรู้ยังคงอยู่บนพื้นฐานของความพยายาม

และการคิดวิเคราะห์ของผู้เรียนเอง สุดท้ายควรออกแบบหลักสูตรหรือกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์อย่างมีเป้าหมาย เช่น การใช้เพื่อค้นหาตัวอย่าง การฝึกเขียนซ้ำ (Writing Revision) และการประเมินตนเอง เพื่อให้นักศึกษาพัฒนาทักษะการเขียนอย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล

1.2 จากการข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 : รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์

1.3 ผลการประเมินคุณภาพของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินคุณภาพของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ พบว่า ภาพรวมมีคุณภาพในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สูงสุดในลำดับที่เท่ากัน 2 ด้าน คือ หลักการ และการวัดและประเมินผล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 รองลงมาในลำดับที่เท่ากัน 2 ด้าน คือ วัตถุประสงค์ และรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินคุณภาพของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
1. ด้านหลักการ	4.83	0.41	มากที่สุด
2. ด้านวัตถุประสงค์	4.56	0.53	มากที่สุด
3. ด้านรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ	4.56	0.53	มากที่สุด
4. ด้านการวัดผลและประเมินผล	4.83	0.41	มากที่สุด
รวม	**4.67**	**0.48**	**มากที่สุด**

และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินคุณภาพของคู่มือการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ พบว่า ภาพรวมมีคุณภาพในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และเมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่ามีข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 5.00 ดังนี้ ข้อ 3. วัตถุประสงค์การเรียนรู้ของคู่มือมีความชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความครอบคลุมและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติ ข้อ 7.1.1. องค์ประกอบของแผนการจัดการจัดการเรียนรู้ครบถ้วนตามรูปแบบของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ข้อ 7.2.1. แผนการจัดการเรียนรู้มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับจุดประสงค์ของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ ข้อ 7.4.1. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินคุณภาพของคู่มือการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
1. รายละเอียดในคู่มือมีความชัดเจน เหมาะสม ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และสามารถนำรูปแบบการเรียนรู้ไปใช้ได้	4.67	0.58	มากที่สุด
2. คู่มือระบุรายละเอียดการจัดการเรียนรู้ มีขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ที่ชัดเจน ครอบคลุมและสามารถนำไปพัฒนานักศึกษาได้จริง	4.67	0.58	มากที่สุด
3. วัตถุประสงค์การเรียนรู้ของคู่มือมีความชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความครอบคลุมและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติ	5.00	0.00	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินคุณภาพของคู่มือการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา (ต่อ)

4. รายละเอียดของบทบาทผู้สอน บทบาทนักศึกษาและการจัดการเรียนรู้มีความชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	4.67	0.58	มากที่สุด
5. รายละเอียดของแนวทางการจัดกิจกรรมและขั้นตอนการพัฒนามีความชัดเจน ครอบคลุมสามารถพัฒนานักศึกษาได้จริง	4.33	0.58	มาก
6. แนวทางวัดและประเมินผลมีความชัดเจน ไม่ซับซ้อน สะดวกต่อการวัดและประเมินผล	4.00	1.00	มาก
7. คุณภาพของแผนการจัดการเรียนรู้			
7.1 ด้านองค์ประกอบของแผนการจัดการเรียนรู้			
7.1.1 องค์ประกอบของแผนการจัดการจัดการเรียนรู้ครบถ้วนตามรูปแบบของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	5.00	0.00	มากที่สุด
7.1.2 องค์ประกอบของแผนการจัดการเรียนรู้มีลำดับขั้นตอนที่เป็นระบบ	4.67	0.58	มากที่สุด
7.1.3 องค์ประกอบในแผนการจัดการเรียนรู้มีความสัมพันธ์สอดคล้องกัน	4.67	0.58	มากที่สุด
7.2 ด้านจุดประสงค์การเรียนรู้			
7.2.1 แผนการจัดการเรียนรู้มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับจุดประสงค์ของรูปแบบการจัดการเรียนรู้	5.00	0.00	มากที่สุด
7.2.2 จุดประสงค์ของการเรียนรู้มีความชัดเจน สามารถวัดและประเมินได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.67	0.58	มากที่สุด
7.3 ด้านเนื้อหา			
7.3.1 เนื้อหาสอดคล้องกับจุดประสงค์และสามารถนำไปสู่การบรรลุจุดประสงค์ที่กำหนดไว้	4.67	0.58	มากที่สุด
7.3.2 เนื้อหามีขั้นตอนและการจัดลำดับการเรียนการสอนอย่างเหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด
7.4 ด้านการจัดการเรียนรู้			
7.4.1 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้	5.00	0.00	มากที่สุด
7.4.2 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สอดคล้องกับเนื้อหาสาระ	4.67	0.58	มากที่สุด
7.4.3 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เน้นนักศึกษามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม	4.67	0.58	มากที่สุด
7.4.4 กิจกรรมการเรียนรู้มุ่งเน้นให้นักศึกษาเกิดการคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์	4.67	0.58	มากที่สุด
7.4.5 กิจกรรมการเรียนรู้ส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง	4.67	0.58	มากที่สุด
7.4.6 กิจกรรมการเรียนรู้มุ่งเน้นให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้จริง	4.67	0.58	มากที่สุด
7.5 ด้านสื่อประกอบกิจกรรมการเรียนรู้			
7.5.1 สื่อประกอบกิจกรรมการเรียนรู้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้	4.67	0.58	มากที่สุด
7.5.2 สื่อประกอบกิจกรรมการเรียนรู้สอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนรู้	4.67	0.58	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินคุณภาพของคู่มือการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา (ต่อ)

7.5.3 สื่อประกอบกิจกรรมการเรียนรู้เหมาะสมกับนักศึกษาระดับอุดมศึกษา	4.67	0.58	มากที่สุด
7.6 ด้านการวัดและประเมินผลการจัดการเรียนรู้			
7.6.1 การวัดและประเมินผลมีความชัดเจน เหมาะสม ตรงตามวัตถุประสงค์	4.00	1.00	มาก
7.6.2 การวัดและประเมินผล สามารถปฏิบัติตามสภาพจริงของนักศึกษาได้อย่างเหมาะสม	4.33	0.58	มาก
รวม	**4.64**	**0.54**	**มากที่สุด**

ตอนที่ 2 ผลการทดลองใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	df	t	Sig.
ก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ	22.87	5.89	29	20.67	.000
หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ	35.53	4.04			

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาพบว่า ค่า t มีค่าเท่ากับ 20.67 และผลการทดสอบความมีนัยสำคัญมีค่า .00 ซึ่งน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่กำหนดไว้ คือ .05 (กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95%) แสดงว่า ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ มีความแตกต่างกับก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าขนาดอิทธิพล ของ Cohen’s พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.559 ซึ่งหมายความว่า มีขนาดอิทธิพลขนาดใหญ่ สะท้อนว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาก่อนและหลังอย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาหลังใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ

ตอนที่ 3 ผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
1. ด้านบรรยากาศในการจัดการเรียนรู้	4.57	0.67	มากที่สุด
2. ด้านรูปแบบการจัดการเรียนรู้	4.66	0.61	มากที่สุด
3. ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	4.73	0.59	มากที่สุด
รวม	**4.66**	**0.62**	**มากที่สุด**

ผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ พบว่า ภาพรวมมีคุณภาพในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สูงสุด คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมา คือด้านการจัดการเรียนรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า สูงสุดในลำดับที่เท่ากัน 2 ข้อคำถาม คือ เทคนิคเสริมต่อการเรียนรู้ช่วยเพิ่มทักษะในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเนื้อหาและความสามารถในการลำดับเนื้อหา (Content & Unity & Organization) และเทคนิคเสริมต่อการเรียนรู้ช่วยเพิ่มความถูกต้องในการเขียน (Mechanics Writing) Spelling, Punctuation, Capitalization โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 รองลงมาในลำดับที่เท่ากัน 4 ข้อคำถาม คือ เทคนิคเสริมต่อการเรียนรู้ช่วยเพิ่มทักษะในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเนื้อหาและความสามารถในการลำดับเนื้อหา (Content & Unity & Organization) โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ช่วยเพิ่มทักษะในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเนื้อหาและความสามารถในการลำดับเนื้อหา (Content & Unity & Organization) นักศึกษาได้พัฒนาทักษะทางภาษาจนสามารถเขียนย่อหน้าได้ดีขึ้น และรูปแบบการเรียนรู้ช่วยให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการเขียนภาษาอังกฤษ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 และน้อยที่สุด คือ นักศึกษาสนุกและกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมการเรียนรู้ตามขั้นตอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

จากการประเมินคุณภาพของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สูงสุดในลำดับที่เท่ากัน 2 ด้าน คือ 1. หลักการและ 2. การวัดและประเมินผลโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 ซึ่งสอดคล้องกับ Anderson (1997) และทิศนา แขมมณี

(2547) กล่าวว่า หลักการของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ คือ หลักการ ปรัชญา แนวคิดทฤษฎีเป็นพื้นฐานของรูปแบบการเรียนรู้จะเป็นตัวชี้นำการกำหนด จุดประสงค์ เนื้อหา กิจกรรม และขั้นตอนการดำเนินงานในรูปแบบการสอนนั้นๆ และสำหรับการวัดและประเมินผลนั้นเป็นการประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบโดยการประเมินผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนและทราบประสิทธิผลของรูปแบบที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ และกระบวนการทั้งหมดของรูปแบบการจัดการเรียนรู้

จากการประเมินคุณภาพของคู่มือการจัดการเรียนรู้ฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สูงสุดในลำดับที่เท่ากัน 4 ข้อคำถาม คือ 1.วัตถุประสงค์การเรียนรู้ของคู่มือมีความชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความครอบคลุมและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติ 2. องค์ประกอบของแผนการจัดการจัดการเรียนรู้ครบถ้วนตามรูปแบบของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ 3.แผนการจัดการเรียนรู้มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับจุดประสงค์ของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ และ 4. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ซึ่งสอดคล้องกับ Joyce, B. and Weil, M. (2004) ที่กล่าวถึงการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้นั้นจะมีจุดมุ่งหมายหลักที่เป็นตัวตั้งในการพิจารณา เลือกรูปแบบไปใช้ คือ หากผู้ใช้นำไปใช้ถูกต้องตามหลักวัตถุประสงค์ก็จะทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และยังสอดคล้องกับทิศนา แขมมณี (2547) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรูปแบบการเรียนรู้จำเป็นต้องมีการอธิบายกระบวนการเรียนการสอน วิธีสอนและเทคนิคการสอนในฐานที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบนั้นๆ นอกจากนี้การกำหนดแนวทางในการนำรูปแบบการจัดการเรียนรู้ไปใช้ประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการและเงื่อนไขต่าง ๆ เช่น ใช้กับผู้เรียนกลุ่มใหญ่ หรือกลุ่มย่อย ผู้สอนจะต้องเตรียมงาน หรือจัดสภาพการเรียนการสอนอย่างไร เพื่อให้การรูปแบบการจัดการเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ตอนที่ 2 ผลการทดลองใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา

จากผลการวิจัย พบว่า ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .00 ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ 1. การใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) ในการเขียน คณะผู้วิจัยได้ให้นักศึกษาใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ Claude ในการให้ข้อมูลป้อนกลับโดยออกแบบคำสั่ง (Prompt) เป็นภาษาไทย เนื่องจากโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ Claude สามารถประมวลผลและให้ข้อมูลป้อนกลับภาษาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้นักศึกษาสามารถทำความเข้าใจข้อเสนอแนะได้อย่างถูกต้องและลดความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดจากข้อจำกัดด้านภาษา สำหรับข้อมูลป้อนกลับที่ได้รับประกอบด้วยการระบุข้อผิดพลาด ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง และตัวอย่างงานเขียนฉบับที่ได้รับการแก้ไขแล้ว จากนั้นนักศึกษานำข้อมูลดังกล่าวมาบันทึกและสะท้อนการเรียนรู้ผ่านแบบรายงานผลสะท้อนกลับ (Reflective Form) เพื่อสรุปข้อผิดพลาดและแนว

ทางการปรับปรุงงานเขียนของตนเอง กระบวนการดังกล่าวส่งเสริมให้นักศึกษาพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ โดยนักศึกษาต้องวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและข้อเสนอแนะที่ได้รับในด้านเนื้อหา การจัดลำดับความคิด การเลือกใช้คำศัพท์ ไวยากรณ์ และการสะกดคำ ตลอดจนเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างงานเขียนต้นฉบับกับงานเขียนที่ได้รับการปรับปรุง ซึ่งช่วยให้นักศึกษาตระหนักรู้ถึงจุดที่ควรพัฒนาในงานเขียนของตนเอง และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานเขียนในครั้งต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนนี้สอดคล้องกับการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่มุ่งเน้นทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อีกทั้งยังมีการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะการคิดวิเคราะห์และสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในระดับอุดมศึกษา การที่คณะผู้วิจัยได้นำโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการเรียนการสอนทักษะการเขียนภาษาอังกฤษนั้นคณะผู้วิจัยได้ศึกษาผลการวิจัยจาก Bok and Cho (2023,15-27); Gattupalli (2024); Amanil and Bisriyah (2025,91-107) และ Limna and Shaengchart (2025,1-16) ที่กล่าวว่านักศึกษาระดับอุดมศึกษามีการรับรู้ในเชิงบวกต่อการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ในการเรียนการเขียนภาษาอังกฤษ และมีความคิดเห็นว่าโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ช่วยตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดด้านคำศัพท์และไวยากรณ์ ตลอดจนสนับสนุนกระบวนการเขียนในด้านการระดมความคิด การสร้างหัวข้อ การเขียนบทนำ การขยายเนื้อหา และการปรับปรุงความชัดเจนของภาษา ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาคุณภาพงานเขียนได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลยังชี้ให้เห็นว่าข้อมูลป้อนกลับจากโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์นำเสนอข้อความที่ได้รับการแก้ไขแล้วโดยไม่มีการอธิบายเหตุผลของการแก้ไขอย่างเพียงพอ ส่งผลให้ผู้เรียนบางส่วนเกิดความกังวลเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของผลงาน (Authorship) และการพึ่งพาปัญญาประดิษฐ์มากเกินไป สำหรับผลการวิจัยของคณะผู้วิจัยมีความแตกต่างจากงานวิจัยดังกล่าว เนื่องจากคณะผู้วิจัยได้ออกแบบกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ซึ่งวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยนั้นไม่ได้พึ่งพาปัญญาประดิษฐ์แต่เพียงอย่างเดียว ด้วยเหตุนี้ปัญญาประดิษฐ์จึงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสนับสนุนการเรียนรู้มากกว่าการทดแทนหรือลดทอนกระบวนการคิดของผู้เรียนซึ่งจะนำไปสู่องค์ประกอบที่ 2 คือ บทบาทของผู้สอนในการใช้เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ (Scaffolding) ซึ่งดำเนินการผ่าน 5 ขั้นตอน ได้แก่ การสาธิต (Modeling) การเชื่อมโยง (Bridging) การสร้างบริบท (Contextualizing) การนำเสนอข้อความใหม่ (Representing Text) และการพัฒนาอภิปัญญา (Developing Metacognition) โดยผู้สอนทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนการเรียนรู้ คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือผู้เรียนในระยะเริ่มต้น ก่อนจะค่อย ๆ ลดระดับการช่วยเหลือลงเมื่อผู้เรียนสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง ในแต่ละขั้นตอน ผู้เรียนได้รับการพัฒนาอย่างเป็นลำดับ เริ่มจากการเรียนรู้วิธีวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและแนวทางการแก้ไขจากการสาธิตของผู้สอน จากนั้นเชื่อมโยงองค์ความรู้เดิมผ่านการอภิปรายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม และเรียนรู้การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับบริบท จากนั้นนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำกิจกรรมกลุ่มและกิจกรรมรายบุคคล กระบวนการดังกล่าวช่วยส่งเสริมการคิดวิเคราะห์และการใช้เหตุผล จนสามารถวิเคราะห์

ข้อผิดพลาด อธิบายเหตุผล และปรับปรุงงานเขียนได้ด้วยตนเอง กระบวนการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีเขตพัฒนาการใกล้เคียง (Zone of Proximal Development) ของ Lev Vygotsky ซึ่งอธิบายว่าผู้เรียนสามารถพัฒนาความสามารถไปสู่ระดับที่สูงขึ้นได้ เมื่อได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสมจากผู้สอนและเมื่อผู้เรียนมีความสามารถเพิ่มขึ้น การช่วยเหลือจะค่อย ๆ ลดลงตามลำดับจนผู้เรียนสามารถปฏิบัติงานได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ Babu, Rao, and Sridevi (2022, 47-58) และ Chairinkam and Yawiloeng (2024, 2996-3007) ที่พบว่าการใช้เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ช่วยพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ จากผลการวิจัยครั้งนี้จึงสรุปได้ว่า การบูรณาการโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษและส่งเสริมให้เกิดกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Long et.al (2026) ที่ได้ศึกษาผลกระทบของการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ต่อการมีส่วนร่วมของนักศึกษาและบทบาทของโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เป็นสื่อในการสอนระดับอุดมศึกษา พบว่า โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์สามารถส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดก็ต่อเมื่อบูรณาการเข้ากับแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่เน้นปฏิสัมพันธ์ เช่น การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-based learning) และกระบวนการให้ข้อมูลป้อนกลับแบบค่อยเป็นค่อยไป (Scaffolded feedback loops)

ตอนที่ 3 ผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ

จากผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อด้านประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 ทั้งนี้เนื่องมาจากการทำงานร่วมกันระหว่างเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ และโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์สามารถช่วยให้ทักษะการเขียนของนักศึกษามีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Zhang Xia and Wu Tielei (2024, 10-16) ที่ได้ศึกษาการใช้เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ในการสอนทักษะการเขียนภาษาอังกฤษระดับมหาวิทยาลัยในรูปแบบกรณีศึกษาสรุปได้ว่า เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้มีประโยชน์ต่อผู้เรียนอย่างมากซึ่งเทคนิคนี้เป็นการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และส่งผลสำคัญต่อการพัฒนาทักษะการเขียนของผู้เรียน นอกจากนี้ผู้สอนควรลองเปลี่ยนให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและควรติดตามการเปลี่ยนแปลงของหลักสูตร อีกทั้งควรเน้นย้ำถึงการพัฒนาความรู้ทางภาษาอังกฤษของผู้เรียนเป็นสำคัญ

เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า สูงสุดในลำดับที่เท่ากัน 2 ข้อคำถาม คือ เทคนิคเสริมต่อการเรียนรู้ช่วยเพิ่มทักษะในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเนื้อหาและความสามารถในการลำดับเนื้อหา (Content & Unity & Organization) และเทคนิคเสริมต่อการเรียนรู้ช่วยเพิ่มความถูกต้องในการเขียน (Mechanics, Writing, Spelling, Punctuation, Capitalization โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 โดยสอดคล้องกับผลวิจัยของ Chairinkam and Yawiloeng (2024, 2996-3007) ที่ใช้เทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ในการพัฒนาทักษะ

การเขียนของผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศในระดับมหาวิทยาลัยพบว่า ผู้เรียนสามารถพัฒนาด้านองค์ประกอบของการเขียนย่อหน้า ไม่ว่าเป็นด้านเนื้อหาหรือความถูกต้องในการเขียน อาทิเช่น ประโยคใจความสำคัญ ประโยคสนับสนุนและประโยคสรุป ซึ่งหลังจากได้รับการสอนเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียนสามารถเขียนประโยคใจความสำคัญได้ชัดเจนและเกี่ยวกับข้อหัวข้อมากขึ้น สำหรับประโยคสนับสนุนก็มีรายละเอียดที่เพียงพอต่อประเด็นที่เขียน และประโยคสรุปสามารถเขียนสรุปเนื้อหาของย่อหน้าทั้งหมดได้

ในด้านบรรยากาศในการจัดการเรียนรู้ เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า นักศึกษาสนุกและกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมการเรียนรู้ตามขั้นตอนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.33 ถึงแม้จะยังอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้จำเป็นต้องทำตามลำดับขั้นตอนที่ผู้วิจัยวางไว้อาจทำให้ผู้เรียนที่มีทักษะในการเขียนน้อยรู้สึกเครียดและต้องอาศัยความพยายามอย่างสูงในการทำความเข้าใจคำอธิบายข้อผิดพลาดที่ได้จากโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ ตลอดจนการทำกิจกรรมผ่านเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้จากผู้สอน ดังนั้น หากมีการแทรกกิจกรรมผ่อนคลายบ้างในแต่ละขั้นตอนก็จะช่วยลดความกดดันและเพิ่มความสนุกในการเรียนรู้

สรุปผลการวิจัย (Conclusion)

1) ผลการประเมินคุณภาพของรูปแบบและคู่มือการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษามีประสิทธิภาพ พบว่าภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และ 4.64 ตามลำดับ

2) ผลการทดลองใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา พบว่าค่าสถิติที มีค่าเท่ากับ 20.67 และผลการทดสอบความมีนัยสำคัญมีค่า .00 ซึ่งน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ .05 แสดงว่าทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ฯ มีความแตกต่างกับก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ฯ

3) ผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้ร่วมกับโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา พบว่าภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัย (เชิงนโยบายและการปฏิบัติ)

1. ควรปลูกฝังและสอดแทรกการสอนจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อให้นักศึกษารู้ขอบเขตของการใช้ปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างเหมาะสม

2. ควรสนับสนุนการใช้ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในระดับหลักสูตร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ประยุกต์ใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้เรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้เรียนที่มีความสามารถทางภาษาอังกฤษค่อนข้างน้อย และจดจ่ออยู่กับเนื้อหาได้น้อย เพื่อช่วยให้ผู้เรียนรู้สึกสนุกและผ่อนคลาย อีกทั้งยังส่งเสริมบรรยากาศในการเรียนรู้

2. เพิ่มช่วงเวลาในการใช้เทคนิคเสริมต่อการเรียนรู้จากผู้สอนต่อการเขียนในแต่ละหัวข้อ โดยให้จำนวนครั้งในการสอนแต่ละประเด็นมากขึ้นเพื่อศึกษาพัฒนาการของนักศึกษาในประเด็นข้อผิดพลาดในการเขียนดังกล่าวว่าพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้นหรือไม่อย่างไร

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมในรายวิชาและทักษะอื่น เช่น ทักษะการพูดหรือการเขียนเชิงวิชาการ หรือระดับชั้นอื่น และศึกษาผลกระทบระยะยาว (Retention) ว่าหลังจากจบการทดลองแล้ว ทักษะการเขียนของนักศึกษายังคงอยู่ในระดับเดิมหรือไม่ อย่างไร

เอกสารอ้างอิง (References)

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2564). *เอกสารแนวปฏิบัติจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ (Thailand AI Ethics Guideline).* http://etda.or.th/getattachment/9d370f25-f37a-4b7c-b661-48d2d730651d/Digital-Thailand-AI-Ethics-Principle-and-Guideline

กุหลาบ ข่าขันมะลี. (2565). *การพัฒนาการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเสริมต่อการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ในรายวิชาการงานอาชีพ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้แบบแผนการทดลองแบบรองรับภายใน.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. https://ir-ithesis.swu.ac.th/handle/123456789/2505

จักรกฤช วิศาลธนโชติ. (2565). *การพัฒนาระบบอัลกอริทึมของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสอนภาษาต่างประเทศสำหรับนักเรียนไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง]. https://opacimage.lib.kmitl.ac.th/medias/b00288051

ณัฐสิรี เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา (2565). *การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีวัฒนธรรมเชิงสังคมเพื่อเสริมสร้าง ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. NU Intellectual Repository. http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/5494

ทิศนา แขมมณี. (2547). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยดา จิงวังสะ, ศุภธิดา ดำชู และณัชญ์ศมน จิรังวรพจน์. (2567) การเสริมต่อการเรียนรู้: เทคนิคการสอนภาษาอังกฤษในศตวรรษที่ 21. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, *14*(1), 363-372. http://so03.tci-thaijo.org/index.php.npuj/article/view/273796/183089

พีระพล ชูศรีโฉม. (2563). *ผลการจัดการเรียนรู้สุขศึกษาโดยใช้การสอนแบบเสริมต่อการเรียนรู้ที่มีต่อผลการจัดการเรียนรู้สุขศึกษาโดยใช้การสอนแบบเสริมต่อการเรียนรู้ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะการคิดขั้นสูงของนักเรียนมัธยมศึกษา สัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะการคิดขั้นสูงของนักเรียนมัธยมศึกษา* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. http://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/3930/

ศรัณย์ศิริ คัมภิรานนท์. (2564, 8 กุมภาพันธ์). *AI เทคโนโลยีอนาคตของประเทศไทย.* สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. https://online.fliphtml5.com/gyepm/wcdo/

Amanil, N. & Bisriyah, M. (2025). University Students' Perceptions of AI-Assisted Writing Tools in Supporting Self-Regulated Writing Practices. *Indonesian Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics, 10*(1), 91-107. http://dx.doi.org/10.21093/ijeltal.v10i1.1942

Anderson, T. P. (1997). Using models of instruction. In C. R. Dills & A. J. Romiszowski (Eds.), *Instructional development paradigms*. Educational Technology Publications.

Babu, R., Rao, N, and Sridevi, D. (2022). Enhancing writing Skills in ESL learners through the techniques of scaffolding. *Volatiles & Essent Oils*, *9*(1), 47-58.

Bok, E., & Cho, Y. (2023). Examining Korean EFL College Students' Experiences and Perceptions of Using ChatGPT as a Writing Revision Tool. *Journal of English Teaching through Movies and Media*, *24*(4): 15-27. https://doi.org/10.16875/stem.2023.24.4.15

Borg, W. R., & Gall, M. D. (1989). *Educational research: An introduction* (5th ed.). Longman.

Chairinkam, J., & Yawiloeng, R. (2024). The use of scaffolding strategies to enhance the writing development of EFL students. *Theory and Practice in Language Studies*, *14*(9), 2996–3007. https://doi.org/10.17507/tpls.1409.35

Gattupalli, S. (2024). *Exploring undergraduate student perceptions of generative AI in college writing: An experience report*. ERIC. https://eric.ed.gov/?id=ED646454

Ho, Chui Chui. (2022). The QuillBot Grammar Checker: Friend or Foe of ESL Student Writers? *Journal of Creative Practices in Language Learning and Teaching (CPLT)*, *10*(1), 10-31, https://www.researchgate.net/publication/375089581_The_QuillBot_Grammar_Checker_Friend_or_Foe_of_ESL_Student_Writers

Jacobs, H. L., Zinkgraf, S. A., Wormuth, D. R., Hartfiel, V. F., & Hughey, J. B. (1981). *Testing ESL composition: A practical approach*. Newbury House.

Joyce, B., Weil, M., & Calhoun, E. (2004). *Models of teaching*. Allyn & Bacon.

Karim, K., & Nassaji, H. (2018). The revision and transfer effects of direct and indirect comprehensive corrective feedback on ESL students' writing. *Language Teaching Research, 24*(4), 519–539. https://doi.org/10.1177/1362168818802469

Miao, F., Holmes, W., Huang, R., & Zhang, H. (2021). *AI and education: A guidance for policy makers.* UNESCO Publishing.

Rosenshine, B., & Guenther, R. K. (1992). Using scaffolds for teaching higher-level cognitive strategies. In J. W. Keefe & H. J. Walberg (Eds.), *Teaching for teaching* (pp. 35–48). National Association of Secondary School Principals.

Rosenshine, B., & Meister, C. (1992). The Use of Scaffolds for Teaching Higher-Leveln Cognitive Strategies. *Educational Leadership 49*(7): 26-33. https://scholar.google.com/scholar?q=Rosenshine%2C%20B.%2C%20%26%20Meister%2C%20C.%20%281992%29.%20The%20use%20of%20scaffolds%20for%20teaching%20higher-level%20cognitive%20strategies.%20Educational%20Leadership%20%2C%2049%20%287%29%2C%2026%E2%80%9333.

Long DY, Wang S, Md Rashid S and Lu XT (2026) Artificial intelligence in higher education: a systematic review of its impact on student engagement and the mediating role of teaching methods. *Frontiers in Education*. Article 1648661. https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1648661

Limna, P. & Shaengchart, Y. (2025). Generative AI as an English Writing Aid: Thai University Students' Perceptions and Experiences with ChatGPT and Gemini. *Suranaree Journal of Social Science*, *19*(3), 1-16. https://doi.org/10.55766/sjss279466

Walqui, A. (2006). Scaffolding Instruction for English Language Learners: A Conceptual framework. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, *9*(2), 159–180. https://doi.org/10.1080/13670050608668639

Wibawa, H. T., & Nabhan, S. (2023). The use of Grammarly application as AI-powered writing assistant: University students' perception. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Language and Language Teaching (InCoLLT 2023)* (pp. 133–139). Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Wood, D., Bruner, J. S., & Ross, G. (1976). The role of tutoring in problem solving. *Journal of Child Psychology and Psychiatry, 17*(2), 89–100. https://acamh.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1469-7610.1976.tb00381.x

Zhang Xia and Wu Tielei. (2024). A Case Study of Scaffolding Instruction in College English Writing Teaching. *International Journal Fine Arts and Creative Innovation*. *1*(3), 10-16. https://so17.tci-thaijo.org/index.php/lamruj/article/view/551

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการผ่านกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา: นวัตกรรมการเรียนรู้เชิงกระบวนการในรายวิชาศึกษาทั่วไป

Promoting Entrepreneurship through Psychological Group Dynamics: A Process-Based Learning Innovation in General Education

เมทินี ทนงกิจ*, สราวุฒิ ตรีศรี, พัชรี ปรีดาสุริยะชัย, ชุติกร นพรัตน์
Metinee Tanongkit*, Sarawut Trisri, Patcharee Pridasuriyachai, Chutikon Nopparat

สำนักนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
Innovative Learning Center, Srinakharinwirot University
114 Sukhumvit 23, Khlong Toei Nuea, Watthana, Bangkok 10110, Thailand.

***รับบทความ**: 27 เมษายน 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 30 กรกฎาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 25 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการสำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป และ (2) เปรียบเทียบความเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไปก่อนและหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา กลุ่มตัวอย่างคือผู้เรียนระดับอุดมศึกษาในรายวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 414 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย แผนกิจกรรมการเรียนรู้ แบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรม แบบวัดความเป็นผู้ประกอบการ และแบบประเมินพฤติกรรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบทีสำหรับกลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์กัน ผลการวิจัยพบว่า (1) กิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นปฐมบท ขั้นประสบการณ์ และขั้นประยุกต์ใช้ ซึ่งบูรณาการการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เข้ากับกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาอย่างเป็นระบบ โดยมีความเหมาะสมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย = 4.83) และมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 (2) ผู้เรียนมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทั้งกรอบแนวคิดและทักษะความเป็นผู้ประกอบการสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: metineet@g.swu.ac.th

.05 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผสานปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเข้ากับการสะท้อนคิดอย่างเป็นระบบ ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เชิงลึกและพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมลักษณะนี้จึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับชั้นเรียนขนาดใหญ่และมีผู้เรียนหลากหลาย อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตในระดับอุดมศึกษา

คำสำคัญ

ความเป็นผู้ประกอบการ, กิจกรรมการเรียนรู้, กระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา, วิชาศึกษาทั่วไป, นวัตกรรมการเรียนรู้

***Received**: April 27, 2026* ***Revised**: July 30, 2026* ***Accepted**: August 25, 2026*

Abstract

This study aimed to (1) develop learning activities grounded in psychological group dynamics to enhance the entrepreneurship of general education students, and (2) compare the entrepreneurship of general education students before and after participating in the learning activities grounded in psychological group dynamics. Participants were 4 1 4 undergraduate students enrolled in a general education course who were selected using stratified random sampling. Research instruments included a learning activity plan, an activity evaluation form, an entrepreneurship assessment scale, and a behavioral observation form. Data were analyzed using the mean, standard deviation, and paired-samples t-test. The findings showed that (1) the developed activities comprised three structured phases: orientation, experiential engagement, and application. The activities systematically integrated experiential learning with psychological group dynamics, were rated as highly appropriate (M = 4.83), and demonstrated the Index of Item-Objective Congruence (IOC) ranging from 0.67 to 1.00; and (2) students' entrepreneurial mindset and skills were significantly higher after the intervention ($p < .05$). These findings suggest that learning designs combining structured social interaction with reflective processes can effectively foster deep learning and entrepreneurial development. The proposed activities have strong potential for implementation in large and diverse classrooms and offers a practical approach to educational innovation that supports lifelong learning in higher education.

Keywords

Entrepreneurship, Learning Activities, Group Dynamics, General Education, Educational Innovation

บทนำ (Introduction)

การพัฒนาผู้เรียนให้มีความพร้อมในการทำงานและความเป็นผู้ประกอบการเป็นหน้าที่ที่สำคัญของสถาบันอุดมศึกษา โดยในปัจจุบันการออกแบบและการจัดการเรียนรู้ที่เสริมสร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ดังกล่าว มีแนวโน้มขยายขอบเขตจากกลุ่มผู้เรียนด้านการบริหารและด้านธุรกิจมาสู่ผู้เรียนทุกคน สะท้อนให้เห็นจากยุทธศาสตร์การจัดการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษาในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา ซึ่งเน้นให้บัณฑิตสามารถนำความรู้ทางวิชาชีพเฉพาะมาแก้ไขปัญหาและสร้างการเปลี่ยนแปลงแก่สังคมอย่างสร้างสรรค์ควบคู่กับการหารายได้ควบคู่กันไป (Dyvnych, 2023; Sofianos, 2024) นอกจากนี้ยังพบว่า การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการให้ความสนใจกับกรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) เช่น การมองเห็นและค้นหาโอกาส การริเริ่มและสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน การจัดการความเสี่ยง การสร้างคุณค่าและผลผลิตที่มีมูลค่า การเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและความสามารถในการฟื้นตัว เป็นต้น (Daspit, Fox, & Findley, 2021; Dinh, Oberrauch, & Dewalt, 2022) ด้วยแนวโน้มที่เปิดกว้างนี้จึงเป็นโอกาสของหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่จะพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ให้ผู้เรียนทุกคนได้ฝึกกรอบแนวคิดและทักษะที่จำเป็นในการทำงานและความเป็นผู้ประกอบการไม่ว่าจะเรียนในสาขาวิชาใดก็ตาม

ทั้งนี้ด้วยนิยามของความเป็นผู้ประกอบการนั้นเกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดและทักษะในการทำงานและการแก้ไขปัญหเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่า ทำให้รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) ถูกนำมาใช้ เนื่องจากมีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนว่ารูปแบบการเรียนรู้นี้ช่วยพัฒนาคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและความเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kolb & Kolb, 2022, 38) อย่างไรก็ตาม เมื่อประยุกต์ใช้ในชั้นเรียนขนาดใหญ่ที่มีความหลากหลายของผู้เรียนสูง เช่น หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลับพบข้อจำกัดด้านการมีส่วนร่วมของผู้เรียนและความต่อเนื่องของกระบวนการเรียนรู้ (Kim & Park, 2023, 100873) ซึ่งกิจกรรมการเรียนรู้ที่ขาดการปฏิสัมพันธ์อาจทำให้ไม่สามารถพัฒนาผู้เรียนไปสู่การเรียนรู้เชิงลึกได้อย่างแท้จริง (Rodrigues, 2023, 940)

จากมุมมองทางจิตวิทยาการเรียนรู้ แนวคิดกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา (Psychological Group Dynamics) อาจช่วยเติมเต็มข้อจำกัดของกิจกรรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปได้ เนื่องจากแนวคิดนี้มีขั้นตอนการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียน ผู้สอน และผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีแบบแผน มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่เหมาะสมกับศักยภาพแต่ละคน มีวัตถุประสงค์และขอบเขตที่ชัดเจน เน้นการปฏิบัติต่อกันบนพื้นฐานของการเข้าใจและเคารพความแตกต่างระหว่างบุคคล รวมถึงการใช้ประโยชน์และการต่อยอดจากความหลากหลายของผู้คน (Kreitner & Kinicki, 2010) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญต่อการพัฒนาทั้งทักษะ

การทำงานเป็นทีม ทักษะทางสังคม และกระบวนการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของผู้เรียน (Simmons, 2025; Hasan, 2025) อย่างไรก็ตาม แนวทางการจัดการเรียนรู้ที่บูรณาการการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เข้ากับกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาอย่างเป็นระบบยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของรายวิชาศึกษาทั่วไปที่มีข้อจำกัดด้านโครงสร้างชั้นเรียน (Jones, 2019)

ช่องว่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการบูรณาการการลงมือปฏิบัติเข้ากับกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างมีโครงสร้าง เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดทั้งการเรียนรู้เชิงลึกและการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาสำหรับรายวิชาศึกษาทั่วไป และศึกษาประสิทธิผลของกิจกรรมดังกล่าว โดยคาดหวังให้เกิดองค์ความรู้ทั้งในเชิงกลไกการเรียนรู้และแนวทางการประยุกต์ใช้ในบริบทอุดมศึกษาไทย

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป
2. เพื่อเปรียบเทียบความเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไปก่อนและหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาได้พัฒนาไปในทิศทางที่เน้นกระบวนการเรียนรู้มากกว่าการถ่ายทอดองค์ความรู้เฉพาะด้านธุรกิจ โดยความเป็นผู้ประกอบการถูกนิยามในอีกมุมมองหนึ่งว่า เป็นความสามารถในการใช้ทรัพยากรอย่างสร้างสรรค์ พัฒนาแนวคิดใหม่ และจัดการกับความไม่แน่นอนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างความรู้ ทักษะ และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Manzi-Puertas et al., 2024, 114524) เพื่อให้เกิดแนวทางการแก้ไขปัญหาการทำงานได้อย่างรวดเร็ว ตรงจุด ก่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่า

ภายใต้ทิศทางดังกล่าว แนวทางการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ได้รับการยอมรับว่าเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงการเรียนรู้กับการปฏิบัติจริง โดยเน้นให้ผู้เรียนมีบทบาทในการสร้างความรู้ผ่านการลงมือทำและการสะท้อนคิด (Kolb & Kolb, 2022, 38) หลักฐานเชิงประจักษ์ต่างชี้ให้เห็นว่า แนวทางดังกล่าวมีส่วนช่วยในการพัฒนาความสามารถด้านการคิดเชิงนวัตกรรม การประเมินความเสี่ยง และการมองเห็นโอกาส อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในบริบทของชั้นเรียนขนาดใหญ่และผู้เรียนที่มีความหลากหลาย พบว่าการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในการสร้างการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง หรือก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในระดับที่ผู้เรียนสามารถนำไปปรับใช้กับสถานการณ์จริงในชีวิตได้ (Motta & Galina, 2023; Vecchiarini-Piazza, & Somià, 2023)

ข้อจำกัดดังกล่าวนำไปสู่ความสนใจในการประยุกต์ใช้แนวคิดกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาในการจัดการเรียนรู้ โดยแนวคิดด้านพลวัตกลุ่มอธิบายว่าการปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่ม เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การจัดการความขัดแย้ง และการให้ข้อมูลป้อนกลับ มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสาร การตัดสินใจเป็นทีม และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ (Gençer, 2019; Jones, 2019) นอกจากนี้ แนวคิดดังกล่าวยังสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้เชิงสังคมที่มองว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นผ่านกระบวนการร่วมสร้างความหมาย มากกว่าการรับข้อมูลจากผู้สอนเพียงฝ่ายเดียว

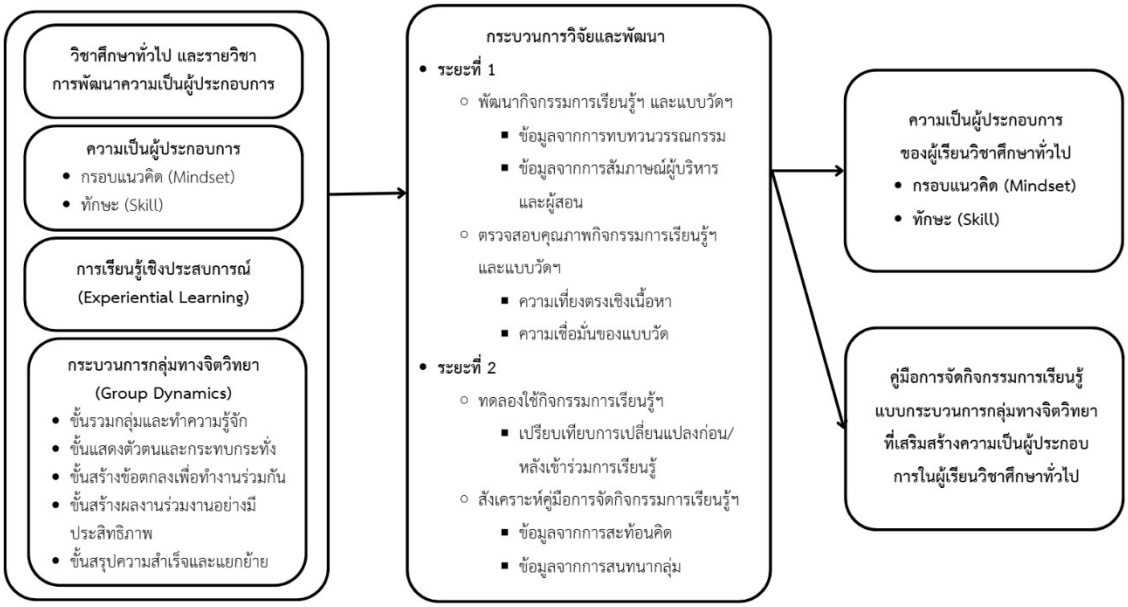
เมื่อพิจารณาแนวคิดทั้งสองร่วมกัน จะเห็นได้ว่าการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการจำเป็นต้องอาศัยทั้งประสบการณ์ในการลงมือปฏิบัติและกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสะท้อนคิด ทั้งนี้ คุณลักษณะสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การมองเห็นโอกาส การตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน และการทำงานร่วมกับผู้อื่น ล้วนสามารถพัฒนาได้ผ่านสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ (Ehsani & Osiyevskyy, 2022, 237-249) ดังนั้น กระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาจึงสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการแปลองค์ประกอบเชิงนามธรรมของความเป็นผู้ประกอบการให้กลายเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมในบริบทชั้นเรียน ตามขั้นพัฒนาการของกลุ่ม (Tuckman's Model of Group Development) ได้แก่ (1) ขั้นรวมกลุ่มและทำความรู้จัก (Forming Stage) (2) ขั้นแสดงตัวตนและกระทบกระทั่ง (Storming Stage) (3) ขั้นสร้างข้อตกลงเพื่อทำงานร่วมกัน (Norming Stage) (4) ขั้นสร้างผลงานร่วมงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Performing Stage) (5) ขั้นสรุปความสำเร็จและแยกย้าย (Adjourning Stage) (Vaida & Serban, 2021, 91-110)

อย่างไรก็ตาม แม้งานวิจัยยืนยันความสำคัญของทั้งการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และกระบวนการกลุ่ม แต่ยังพบข้อจำกัดสำคัญในเชิงแนวคิดและการประยุกต์ใช้ กล่าวคือ งานวิจัยส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นการประเมินผลลัพธ์ของการเรียนรู้โดยไม่ได้อธิบายกระบวนการหรือกลไกที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของผู้เรียนอย่างชัดเจน อีกทั้งยังขาดกรอบแนวคิดที่บูรณาการทั้งสองแนวทางเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในบริบทของรายวิชาศึกษาทั่วไปที่มีข้อจำกัดด้านขนาดชั้นเรียนและความหลากหลายของผู้เรียน นอกจากนี้ งานวิจัยที่ผ่านมายังคงมุ่งเน้นบริบททางธุรกิจเป็นหลัก ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของการศึกษาที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนในมิติที่กว้างกว่า (Iwu et al., 2024, 169-179)

จากข้อพิจารณาดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่สามารถบูรณาการการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เข้ากับกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาอย่างมีโครงสร้าง เพื่ออธิบายและออกแบบ “กระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการ” ที่เชื่อมโยงการลงมือปฏิบัติ การปฏิสัมพันธ์ และการสะท้อนคิดเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ (ภาพที่ 1)

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจริยธรรมของการวิจัยในมนุษย์สำหรับโครงการวิจัยด้านสังคมศาสตร์/มานุษยวิทยา เลขที่ SWUEC-682446 โดยผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป การดำเนินการวิจัยในระยะที่ 1 ประกอบด้วย

การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการและกิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา พร้อมจัดสนทนากลุ่มกับผู้สอนรายวิชาศึกษาทั่วไปที่รับผิดชอบสอนเกี่ยวกับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน เพื่อสังเคราะห์เป็นร่างกิจกรรมการเรียนรู้และแบบวัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านกรอบแนวคิดและทักษะ

การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 3 คน และผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาเครื่องมือวัดความเป็นผู้ประกอบการสำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 3 คน และการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบวัดความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป โดยนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 30 คน

ในระยะที่ 1 นี้ ผู้วิจัยใช้ (1) แบบบันทึกทบทวนวรรณกรรม (2) แบบบันทึกสนทนากลุ่ม เป็นเครื่องมือการวิจัยในช่วงเริ่มต้น และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยการวิเคราะห์เชิงประเด็น (Thematic Analysis) กระทั่งได้ (3) กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทาง

จิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 2 โมดูล ที่มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสม เท่ากับ 4.83 จาก 5.00 (S.D. = 0.38) และมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Objective Congruence) เท่ากับ 0.67-1.00 และได้ (4) แบบประเมินตนเองเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการแบบประมาณค่า 4 ระดับ จำนวน 36 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.67-1.00 โดยแบบประเมินความเป็นผู้ประกอบการด้านกรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ (Cronbach's Alpha) = 0.88 และด้านทักษะความเป็นผู้ประกอบการ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92

ระยะที่ 2 การเปรียบเทียบความเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไปก่อนและหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา การดำเนินการวิจัยในระยะที่ 2 ประกอบด้วย

การวิจัยเชิงทดลอง ผู้วิจัยใช้แบบแผนการทดลองกลุ่มเดียววัดก่อนและหลัง (One Group Pretest – Posttest Design) โดยนำกิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไปไปทดลองกับนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในวิชาศึกษาทั่วไป รายวิชา มศว 198 จำนวน 414 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ Krejcie & Morgan (1970, 607-610) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดชั้นภูมิจากกลุ่มเรียนและคณะ และได้ใช้แบบประเมินตนเองเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลเพื่อการเปรียบเทียบความเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไปก่อนและหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกการสนทนากลุ่มในระหว่างการสนทนากลุ่มที่จัดขึ้นกับนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในวิชาศึกษาทั่วไป (รายวิชาการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ) จำนวน 5 คน และผู้สอนรายวิชาการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสังเคราะห์เป็นคู่มือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป

ในระยะที่ 2 นี้ ผู้วิจัยใช้ (1) กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป ระยะเวลา 6 สัปดาห์ (2) แบบประเมินผลการเรียนรู้จากกิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป ประกอบด้วย แบบประเมินตนเองเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ เกณฑ์การให้คะแนนผลงาน (Scoring Rubrics) และแบบบันทึกการสะท้อนคิด (Reflection) และ (3) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม โดยในระยะที่ 2 นี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบที (t-test Dependent Samples) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย (Results)

การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป

1. หลักการของกิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป ตั้งอยู่บนฐานคิดทางจิตวิทยาสังคมและจิตวิทยาการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ ดังนี้

(1) ผู้เรียนมีกรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ โดยอาศัยหลักการสร้างแรงจูงใจทางสังคม (Social Motivation Theory) และหลักการเรียนรู้ของทฤษฎีสนาม (Field Theory) ซึ่งเชื่อว่า การมีเป้าหมายที่ชัดเจน การได้ลงมือทำพร้อมกับกลุ่มเพื่อน และการได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นบุคคล (เช่น เพื่อน ผู้สอน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง) ตลอดจนทรัพยากรในการทำกิจกรรมการเรียนรู้ หรือบรรยากาศทางจิตวิทยาและสังคม ล้วนมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนตระหนักรู้และสามารถจัดระเบียบข้อมูลที่ได้รับอย่างเป็นระบบ จนพัฒนาวิธีคิดเชิงระบบ กล้าคิด กล้าลองทำสิ่งใหม่ รับรู้ความสามารถของตนเอง และพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

(2) ผู้เรียนมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ โดยยึดหลักการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Theory) ร่วมกับหลักการเรียนรู้ผ่านกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา (Psychological Group Process) ซึ่งเชื่อว่า การเรียนรู้ภายใต้บรรยากาศแบบกลุ่มและแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย รวมทั้งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์จริงกับผู้อื่น สามารถช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนแสดงความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเองและของทีม ขณะเดียวกัน การที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ สะท้อนคิดจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้น และได้รับข้อมูลป้อนกลับจากผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความคล่องแคล่วในการปฏิบัติ และสามารถเชื่อมโยงทักษะที่พัฒนาจากสถานการณ์จำลองไปสู่การประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้

2. โมดูลการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป

โมดูล 1 กรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง กิจกรรมการเรียนรู้แบบคู่และแบบกลุ่มขนาดใหญ่ ระยะเวลา 3 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 200 นาที กิจกรรมการเรียนรู้ในโมดูล 1 นี้ มุ่งพัฒนานิสิตให้มีกรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ 4 มิติ ได้แก่ (1) การมองอุปสรรคและปัญหาเป็นความท้าทาย (2) การยึดมั่นในเป้าหมายที่ตั้งไว้ (3) การกล้าทำงานเป็นทีมและคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (4) การมุ่งมั่นลงมือทำและยอมรับผล

โมดูล 2 ทักษะความเป็นผู้ประกอบการ เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง และกิจกรรมการเรียนรู้แบบกลุ่มขนาดเล็ก กลุ่มละ 4-8 คน ใช้ระยะเวลา 3 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 200 นาที กิจกรรมการเรียนรู้ในโมดูล 2 นี้ มุ่งพัฒนานิสิตให้มีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ 6 ทักษะ ได้แก่ (1) ทักษะการสืบค้นสารสนเทศ

(2) ทักษะการวิเคราะห์ (3) ทักษะการคิดสร้างสรรค์ (4) ทักษะการตัดสินใจร่วมกันเป็นทีม (5) ทักษะการวางแผนและจัดการความเสี่ยง (6) ทักษะการบริหารเวลา งาน และความสัมพันธ์

3. ขั้นตอนการเรียนรู้ในกิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป

ขั้นปฐมบท เป็นช่วงการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้สอนกับนิสิต และระหว่างนิสิตกับเนื้อหา/กิจกรรมการเรียนรู้ ใช้เวลาประมาณ 10-15 นาที แม้ว่ากิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาจะจัดขึ้นในสัปดาห์ที่ 3 ซึ่งผู้สอนและนิสิตต่างมีความคุ้นเคยกันในระดับหนึ่ง และได้รับทราบภาพรวมของรายวิชา มศว 198 แล้วก็ตาม แต่สาระสำคัญของแต่ละโมดูลนั้นมีความแตกต่างกัน บทบาทของผู้สอนและนิสิตในแต่ละโมดูลก็มีความแตกต่างกันไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้และเงื่อนไขของกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา ดังนั้นเมื่อนิสิตเริ่มต้นเรียนรู้โมดูลใหม่ ผู้สอนต้องดำเนินการในขั้นปฐมบทก่อนเสมอ โดยเทคนิคที่ได้ผลดีในขั้นตอนนี้ คือ การพูดชี้แจงและการทำประกาศรายละเอียดเกี่ยวกับโมดูล ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังให้นิสิตทำได้เมื่อจบกิจกรรม สาระสำคัญที่ต้องทำความเข้าใจกิจกรรมการเรียนรู้ที่ต้องมีส่วนร่วม ความเชื่อมโยงของโมดูลนี้กับโมดูลอื่น ๆ และภาพรวมของรายวิชา มศว 198 บทบาทหน้าที่ของนิสิตและผู้สอน แหล่งทรัพยากรที่ใช้ประกอบการเรียนรู้ และการวัดประเมินผลการเรียนรู้ ทั้งนี้ในระหว่างการชี้แจง ผู้สอนต้องเปิดโอกาสให้นิสิตได้ตั้งข้อสังเกต ตั้งคำถาม เสนอความคิดเห็นในมุมของนิสิต เพื่ออภิปรายและทำข้อตกลงร่วมกัน

ขั้นประสบการณ์ เป็นช่วงการจัดกิจกรรมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการ ใช้เวลาประมาณ 90–120 นาที ต่อกิจกรรม ในขั้นประสบการณ์นี้ แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

- ภาคทฤษฎี ผู้สอนอภิปรายเกี่ยวกับสาระสำคัญของกิจกรรมการเรียนรู้นั้น ๆ พร้อมยกตัวอย่างประกอบ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผู้สอนแต่ละคนอาจใช้เทคนิคที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับเนื้อหา บุคลิกภาพของผู้สอน และลักษณะเฉพาะของนิสิต เช่น การเล่าเรื่องบุคคลต้นแบบ การหยิบยกสถานการณ์/ประเด็นที่สังคมกำลังให้ความสนใจ การใช้กรณีศึกษาหรือสถานการณ์จำลอง การให้นิสิตเสนอเรื่องที่สนใจหรือแบ่งปันประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น จากนั้นผู้สอนควรควรทดสอบความรู้ความเข้าใจทันทีหลังการเรียนรู้ภาคทฤษฎี เพื่อที่จะนำผลการทดสอบมาอภิปรายและอธิบายเพิ่มเติม โดยเฉพาะประเด็นที่เข้าใจไม่ตรงกัน แนวทางดังกล่าวจะทำให้มั่นใจได้ว่านิสิตมีความเข้าใจหลักการสำคัญและมีทรัพยากรการเรียนรู้เพียงพอต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในภาคปฏิบัติต่อไป

- ภาคปฏิบัติ ผู้สอนจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนบทบาทของตนเองจากผู้ถ่ายทอดความรู้ไปสู่ผู้ส่งเสริมการเรียนรู้ ขณะที่นิสิตต้องเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับฟังมาเป็นผู้ลงมือปฏิบัติเพื่อฝึกฝนวิธีคิดและทักษะต่าง ๆ ด้วยความมุ่งมั่น รับผิดชอบ และทุ่มเทต่อบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย กิจกรรมส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมกลุ่มที่นิสิตต้องสืบค้นข้อมูล แลกเปลี่ยนและสร้างสรรค์ไอเดีย นำเสนอข้อมูล หรือผลงาน ในรูปแบบ

ต่าง ๆ ดังนั้นเทคนิคที่จำเป็นสำหรับผู้สอนในขั้นตอนนี้ ประกอบด้วย การเน้นย้ำให้นิสิตยึดมั่นในเป้าหมายและเงื่อนไขการปฏิบัติภารกิจ การชี้ชวนให้นิสิตสังเกตพฤติกรรมของตนเองและสมาชิกกลุ่มในระหว่างปฏิบัติภารกิจและการตั้งคำถามให้ไตร่ตรองเชื่อมโยงกับสาระสำคัญของโมดูลทีละประเด็น การเปิดโอกาสให้นิสิตใช้เทคโนโลยีการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยในการปฏิบัติภารกิจ เช่น ChatGPT, Gemini, Canva, NotebookLM, Heuristica และ Napkin ตลอดจนเปิดพื้นที่ให้นิสิตกล้าเสี่ยงอย่างมีเหตุผล เช่น การตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย การเสนอไอเดียที่แตกต่าง และการยอมรับความผิดพลาดหรือความล้มเหลวที่เกิดขึ้นในช่วงทดสอบแนวคิด สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ผู้สอนต้องมีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินกิจกรรม เนื่องจากนิสิตแต่ละกลุ่มอาจใช้เวลาและทรัพยากรสนับสนุนการเรียนรู้แตกต่างกัน ผู้สอนจำเป็นต้องติดตามความก้าวหน้าในการปฏิบัติภารกิจของนิสิตแต่ละกลุ่ม เพื่อทำความเข้าใจนิสิต และปรับเปลี่ยนรายละเอียดในกิจกรรมให้เหมาะสมกับนิสิตและเวลาที่มีในชั้นเรียน

ขั้นประยุกต์ใช้ เป็นช่วงการสรุปและการสังเคราะห์หรือสร้างองค์ความรู้ที่ได้รับจากขั้นประสบการณ์ และการออกแบบแนวทางการนำองค์ความรู้หรือแนวปฏิบัตินั้นไปปรับใช้ในสถานการณ์อื่น ใช้เวลาประมาณ 90–120 นาทีต่อกิจกรรม หัวใจสำคัญของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป คือการกระตุ้นให้นิสิตแลกเปลี่ยนความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึก และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ระหว่างนิสิตกับนิสิต และระหว่างผู้สอนกับนิสิต ซึ่งเทคนิคที่ผู้สอนจำเป็นต้องใช้ คือ การสะท้อนคิดการเรียนรู้ที่มีการกำหนดขอบเขตและมีประเด็นชัดเจน เช่น เป้าหมายที่นิสิตคาดหวังให้เกิดขึ้นกับตนเองจากการเข้าร่วมกิจกรรม พฤติกรรมที่นิสิตได้แสดงออกระหว่างร่วมกิจกรรม พฤติกรรมของเพื่อนที่นิสิตสังเกตเห็นแล้วประทับใจ สถานการณ์หรือพฤติกรรมของนิสิตที่ทำได้ดีในการเข้าร่วมกิจกรรมในวันนี้ ความรู้สึกของนิสิตที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมกิจกรรมในวันนี้ สิ่งที่ต้องการปรับเปลี่ยนเพื่อให้การเข้าร่วมกิจกรรมครั้งต่อไปดียิ่งขึ้น และแนวทางการนำสิ่งที่นิสิตได้เรียนรู้ในวันนี้ไปประยุกต์ใช้ทั้งด้านการเรียน การทำงาน และการดำเนินชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม การสะท้อนคิดการเรียนรู้ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นเฉพาะในช่วงท้ายหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติภารกิจเท่านั้น ผู้สอนสามารถเปิดโอกาสให้นิสิตสะท้อนคิดในระหว่างการปฏิบัติภารกิจได้ หากเห็นว่าพฤติกรรมการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นชี้ชัดว่าผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้ การสะท้อนคิดระหว่างปฏิบัติภารกิจเช่นนี้จะช่วยเสริมขวัญกำลังใจของนิสิต และทำให้นิสิตสามารถเชื่อมโยงประเด็นสำคัญกับกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

4. การวัดประเมินผลการเรียนรู้จากกิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป

แนวทางการทบทวนผลลัพธ์การเรียนรู้ในแต่ละโมดูลมีดังนี้ (1) โมดูลกรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ โดยการตรวจสอบพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยแบบตรวจสอบรายการ การสะท้อนคิดการเรียนรู้ในประเด็นกรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ การประเมินโดยเพื่อนเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานร่วมกันเป็นทีม และ (2) โมดูลทักษะความเป็นผู้ประกอบการ โดยการตรวจสอบพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยแบบตรวจสอบ

รายการ การสะท้อนคิดการเรียนรู้ในประเด็นทักษะความเป็นผู้ประกอบการ การประเมินโดยเพื่อนเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานร่วมกันเป็นทีม

การเปรียบเทียบความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไปก่อนและหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป ถูกนำไปทดสอบประสิทธิผลในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 414 คน แยกตามคณะวิชาได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามคณะวิชา (n = 414)

คณะวิชา	จำนวน	ร้อยละ
คณะสังคมศาสตร์	146	35.27
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม	142	34.30
คณะมนุษยศาสตร์	82	19.81
คณะวิทยาศาสตร์	22	5.31
คณะศิลปกรรมศาสตร์	22	5.31

จากตารางที่ 1 พบว่า จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนิสิตจากคณะสังคมศาสตร์ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 35.27

2. ผลการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป

ผลการเปรียบเทียบระดับความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไปก่อนและหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป พบว่า ภายหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้ดังกล่าว นิสิตมีกรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ และมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการสูงขึ้น

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบระดับความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไปก่อนและหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา

ความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป	ก่อนการทดลอง		หลังการทดลอง		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านกรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ	3.16	0.42	3.29	0.44	5.96*	0.00
ด้านทักษะความเป็นผู้ประกอบการ	3.23	0.40	3.40	0.42	6.84*	0.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางการทดสอบ t พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกรอบแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกันระหว่างหลังทดลอง ($\overline{X}$ =3.29) และก่อนทดลอง ($\overline{X}$ =3.16) และมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกันระหว่างหลังทดลอง ($\overline{X}$ =3.40) และก่อนทดลอง ($\overline{X}$ =3.23) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไป

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงชุดกิจกรรมการสอน หากแต่เป็นกลไกการจัดประสบการณ์เรียนรู้ที่มุ่งส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านวิธีคิดและการปฏิบัติของผู้เรียนไปพร้อมกัน กิจกรรมดังกล่าวจึงอาจนับได้ว่าเป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการที่ออกแบบให้ผู้เรียนค่อย ๆ พัฒนาความเป็นผู้ประกอบการผ่านการมีส่วนร่วม การลงมือปฏิบัติ และการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น แนวทางนี้สอดคล้องกับมุมมองที่ว่าการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาไม่ควรจำกัดอยู่ที่การถ่ายทอดความรู้เชิงเนื้อหา แต่ควรมุ่งพัฒนาทั้งกรอบแนวคิด (Mindset) และทักษะ (Skills) ที่จำเป็น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์และรวดเร็ว (Nabi et al., 2017, 277-299)

ในมิติการออกแบบกิจกรรม พบว่ากิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมีจุดเด่นอยู่ที่การบูรณาการแนวคิดจิตวิทยาสังคมและจิตวิทยาการเรียนรู้เข้าด้วยกันอย่างมีลำดับสอดรับตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน โดยผลการประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมที่อยู่ในระดับสูงอาจตีความได้ว่า โครงสร้างของกิจกรรมมีความสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของรายวิชาศึกษาทั่วไปที่ผู้เรียนมีพื้นฐานและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน การออกแบบกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เผชิญปัญหา ทดลองเสนอแนวคิดและทำงานร่วมกับผู้อื่น ช่วยให้ผู้เรียนเกิดประสบการณ์การเรียนรู้ที่สะท้อนความเป็นผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรม มากกว่าการรับรู้แนวคิดเชิงนามธรรมเพียงอย่างเดียว แนวโน้มดังกล่าวสอดรับกับข้อเสนอของ Fayolle and Liñán (2014, 663-666) และ Rodrigues (2023, 940) ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบการเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการในลักษณะลงมือปฏิบัติและเชื่อมโยงกับสถานการณ์ที่มีความหมายต่อชีวิตของผู้เรียน ทั้งยังเหมาะสมกับผู้เรียนในกลุ่ม Gen Z ซึ่งควรได้รับโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์และฝึกการทำงานร่วมกับผู้อื่น เพื่อกระตุ้นให้เกิดความเต็มใจและทุ่มเทให้กับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการภายในตนเอง (Hasan, et al., 2025, 101264)

มิติกระบวนการเรียนรู้ โครงสร้าง 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นปฐมบท ขั้นประสบการณ์ และขั้นประยุกต์ใช้ สามารถอธิบายได้ว่าเป็นลำดับการเรียนรู้ที่เชื่อมความชัดเจนของเป้าหมายเข้ากับการมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติและการถ่ายโอนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ขั้นปฐมบทมีบทบาทสำคัญในการลดความคลุมเครือ สร้างความเข้าใจร่วม และทำให้ผู้เรียนเห็นความหมายของกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งส่งผลต่อแรงจูงใจและความผูกพันต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างมาก ประเด็นนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบที่ชี้ว่า เมื่อผู้เรียนมองเห็นเป้าหมายของการ

เรียนรู้และรับรู้ความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมกับความสนใจของตน ย่อมส่งผลให้เกิดความมุ่งมั่นและการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้น (Heintalu et al., 2025, 100709) สำหรับขั้นประสบการณ์ ซึ่งเป็นแกนกลางของกิจกรรม ผู้เรียนไม่ได้รับรู้เฉพาะเนื้อหา แต่ต้องใช้ความรู้เพื่อคิดวิเคราะห์ สื่อสาร ตัดสินใจ และร่วมกันจัดการกับสถานการณ์ที่กำหนดขึ้น กระบวนการดังกล่าวทำให้การเรียนรู้เกิดขึ้นทั้งในระดับปัจเจกและระดับกลุ่ม เนื่องจากผู้เรียนไม่เพียงได้ฝึกฝนทักษะของตนเอง แต่ยังต้องปรับตัวต่อความคิดเห็น ความคาดหวัง และข้อจำกัดของเพื่อนร่วมกลุ่มด้วย ลักษณะนี้สอดคล้องกับหลักการของการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่มองว่า การเรียนรู้เกิดจากวงจรของการลงมือปฏิบัติ การสะท้อนคิด การสังเคราะห์ความเข้าใจ และการนำไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ (Kolb, 1984) ดังนั้น จุดเด่นของกิจกรรมจึงไม่ได้อยู่ที่การให้ผู้เรียนทำกิจกรรม หากแต่อยู่ที่การออกแบบให้กิจกรรมเหล่านั้นมีโครงสร้างที่เอื้อต่อการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงอย่างเป็นระบบ ส่วนขั้นประยุกต์ใช้มีความสำคัญในฐานะกลไกที่ทำให้ผู้เรียนไม่หยุดอยู่ เพียงความสำเร็จของการทำกิจกรรมในชั้นเรียน แต่สามารถพิจารณาต่อได้ว่าสิ่งที่เรียนรู้จะนำไปต่อยอดในบริบทอื่นได้อย่างไร การสรุป การสะท้อนคิด และออกแบบการนำความรู้ไปใช้ จึงเป็นกระบวนการที่ช่วยให้การเรียนรู้เกิดการถ่ายโอนและเชื่อมโยงกับเป้าหมายส่วนบุคคลหรือวิชาชีพในอนาคต อีกทั้งเมื่อผู้เรียนได้รับทั้งการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมกลุ่มและการกำกับดูแลจากผู้สอนอย่างเหมาะสม จะยิ่งช่วยเสริมความมั่นใจและความพร้อมในการนำทักษะดังกล่าวไปใช้ในสถานการณ์อื่นต่อไป (Bredenkamp et al., 2022, 36-52)

มิติการประเมินผล การใช้วิธีประเมินที่หลากหลายมีบทบาทมากกว่าการตัดสินผลสัมฤทธิ์ปลายทาง เพราะทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ ทั้งการทดสอบความรู้ การสังเกตพฤติกรรม การประเมินโดยเพื่อน และการสะท้อนคิด ล้วนช่วยให้เห็นพัฒนาการของผู้เรียนทั้งในด้านความเข้าใจ วิธีคิด และการปฏิบัติร่วมกับผู้อื่น การประเมินลักษณะนี้จึงสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินเพื่อการพัฒนา (Assessment for Learning) ซึ่งมองว่าการประเมินควรช่วยให้ผู้เรียนตระหนักรู้และปรับปรุงตนเองได้ระหว่างกระบวนการเรียนรู้ ไม่ใช่เพียงใช้เพื่อสรุประดับความสามารถเมื่อสิ้นสุดกิจกรรมเท่านั้น (Panadero et al., 2019, 535-557) นอกจากนี้ การออกแบบการประเมินให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกิจกรรมยังสะท้อนหลักการของ Constructive Alignment ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณลักษณะที่ซับซ้อนอย่างความเป็นผู้ประกอบการ

การเปรียบเทียบความเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนวิชาศึกษาทั่วไปก่อนและหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยา

ผลการเปรียบเทียบก่อนและหลังการใช้กิจกรรมแสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านกรอบแนวคิดและทักษะสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า การจัดการเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการกลุ่มและการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้ทั้งในระดับพฤติกรรมและระดับการรับรู้ของผู้เรียน เหตุผลสำคัญอธิบายได้ด้วยกิจกรรมได้รับการออกแบบให้ผู้เรียนต้องเผชิญสถานการณ์ที่ต้องร่วมกันคิด ตัดสินใจ และรับผิดชอบต่อผลของการกระทำตลอดระยะเวลา 6 สัปดาห์

ส่งผลให้การเรียนรู้ไม่ได้เกิดขึ้นแบบฉาบฉวย แต่ค่อย ๆ สั่งสมผ่านประสบการณ์ซ้ำที่มีความหมายต่อผู้เรียน นอกจากนี้ บริบทของผู้เรียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่มีความหลากหลายด้านความสนใจ ภูมิหลังทางวิชาการ และความพร้อมในการเรียนรู้ เป็นส่วนสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้เรียนรับฟังมุมมองที่ไม่คุ้นเคย ตรวจสอบสมมติฐาน และความเชื่อเดิมของตน ต่อรองเงื่อนไขหรือความคิดเห็นระหว่างกัน และเชื่อมโยงความรู้ของเพื่อนจากหลายสาขา ส่งผลให้ผู้เรียนปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวิธีการทำงานหรือการแก้ปัญหาร่วมกับผู้อื่นได้อย่างยืดหยุ่นและเป็นระบบ

ในด้านทักษะ ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนอาจอธิบายได้จากลักษณะของกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ใช้ทักษะสำคัญหลายด้านในสถานการณ์จริงหรือกึ่งจริงอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างทางเลือกใหม่ การตัดสินใจร่วมกัน การวางแผน การจัดการความเสี่ยง ตลอดจนการบริหารเวลาและความสัมพันธ์ การพัฒนาทักษะจึงปรากฏอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากผู้เรียนได้ฝึกใช้ทักษะเหล่านี้ ภายใต้เงื่อนไขที่ต้องลงมือปฏิบัติจริง ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของ Motta and Galina (2023, 103919) ที่เสนอว่า การเรียนรู้เชิงประสบการณ์มีผลโดยตรงต่อการพัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการ เมื่อผู้เรียนได้มีโอกาสฝึกใช้ทักษะดังกล่าวในกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องและมีความหมาย

ในด้านกรอบแนวคิด ผลการวิจัยที่พบว่าผู้เรียนมีพัฒนาการสูงขึ้นหลังการทดลอง สะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมดังกล่าวไม่ได้ส่งผลเฉพาะต่อความสามารถในการปฏิบัติเท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลต่อวิธีที่ผู้เรียนมองปัญหา เป้าหมาย ความเสี่ยง และการทำงานกับผู้อื่นด้วย การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้มักไม่ได้เกิดจากการรับฟังคำอธิบายเชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว หากแต่เกิดจากการที่ผู้เรียนได้มีประสบการณ์ร่วมในกลุ่ม ได้รับข้อมูลป้อนกลับ และมีโอกาสทบทวนความคิดของตนอย่างต่อเนื่อง กระบวนการดังกล่าวเอื้อต่อการปรับกรอบการรับรู้และความเชื่อเดิมของผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนมีแนวโน้มมองอุปสรรคในฐานะความท้าทาย เปิดรับการทดลองแนวทางใหม่ และยอมรับความไม่แน่นอนได้มากขึ้น ประเด็นนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Jones (2019) และ Simmons (2025, 1703) ที่ชี้ว่า การมีปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มและการมีส่วนร่วมทางอารมณ์สามารถสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงด้านเจตคติและวิธีคิดที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ

ประเด็นหนึ่งที่ควรพิจารณาเพิ่มเติมคือ กลไกของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในกิจกรรมไม่ได้อยู่ที่การทำงานกลุ่มในเชิงรูปแบบเท่านั้น แต่เกิดจากคุณภาพของปฏิสัมพันธ์ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทดสอบความคิดของตน และเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อความปลอดภัยทางจิตใจ โดยเมื่อความกลัวต่อความผิดพลาดลดลง ผู้เรียนจึงมีแนวโน้มที่กล้าลอง กล้าคิด และกล้าตัดสินใจมากขึ้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานของการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Edmondson & Lei, 2014; Hägg & Gabrielsson, 2019) ดังนั้น ผลลัพธ์ที่พบจึงอาจตีความได้ว่า กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นสามารถสร้างเงื่อนไขทางการเรียนรู้ที่เอื้อให้ความเป็นผู้ประกอบการค่อย ๆ ก่อตัวผ่านการปฏิสัมพันธ์ การสะท้อนคิด และการลงมือปฏิบัติร่วมกัน

จากข้อค้นพบข้างต้น ผลการวิจัยครั้งนี้สนับสนุนแนวคิดที่ว่า การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการไม่ใช่กระบวนการเชิงความรู้ที่เกิดจากการเรียนการสอนแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้เชิง

สังคมและเชิงประสบการณ์ที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง (Jin & Roald, 2025) นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังช่วยเสนอคำอธิบายในเชิงทฤษฎีว่า การบูรณาการการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เข้ากับกระบวนการกลุ่มอย่างมีโครงสร้างสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งด้านกรอบแนวคิดและทักษะความเป็นผู้ประกอบการได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยขยายความชัดเจนขององค์ความรู้ด้านการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการ (Nabi et al., 2017, 277-299) ด้วยเหตุนี้ กิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นจึงมีศักยภาพในการใช้เป็นต้นแบบสำหรับรายวิชาศึกษาทั่วไปในระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะในชั้นเรียนขนาดใหญ่และมีผู้เรียนที่หลากหลาย เนื่องจากโครงสร้างของกิจกรรมเปิดโอกาสให้ผู้เรียนแต่ละคนมีพื้นที่ในการมีส่วนร่วม ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันในระดับกลุ่ม นอกจากนี้ รูปแบบดังกล่าวยังอาจต่อยอดไปสู่การพัฒนาผู้เรียนให้มีความพร้อมในการสร้างคุณค่าในมิติทางสังคมและวิชาชีพในระยะยาว

สรุป (Conclusion)

ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพและความเหมาะสมเพียงพอสำหรับการนำไปใช้ในรายวิชาศึกษาทั่วไป และสามารถส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้แก่ผู้เรียนระดับอุดมศึกษาในสาขาวิชาที่นอกเหนือจากการบริหารและธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านกรอบแนวคิดและด้านทักษะ ในเชิงวิชาการ งานวิจัยนี้ช่วยขยายองค์ความรู้ด้านการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการ โดยเสนอกรอบการจัดการเรียนรู้ที่บูรณาการการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เข้ากับกระบวนการกลุ่มทางจิตวิทยาอย่างเป็นระบบ และสะท้อนให้เห็นกลไกการเรียนรู้ที่เกิดผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การสะท้อนคิด และการลงมือปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งเอื้อต่อการพัฒนากรอบแนวคิดและทักษะของผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรม ในเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีโครงสร้างชัดเจนเป็นลำดับขั้น ได้แก่ ขั้นปฐมบท ขั้นประสบการณ์ และขั้นประยุกต์ใช้ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทของชั้นเรียนขนาดใหญ่และมีความหลากหลายของผู้เรียน โดยเฉพาะในรายวิชาศึกษาทั่วไปที่มุ่งพัฒนาสมรรถนะข้ามศาสตร์ นอกจากนี้ ในระดับนโยบาย ข้อค้นพบจากการวิจัยยังสะท้อนถึงศักยภาพของการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 อย่างไรก็ตาม การตีความผลการวิจัยควรกระทำภายใต้ข้อจำกัดของการศึกษา โดยเฉพาะบริบทของกลุ่มตัวอย่างและช่วงเวลาของการทดลอง ซึ่งอาจส่งผลต่อการสรุปอ้างอิงผลไปยังบริบทอื่น ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรขยายการศึกษาไปยังสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่หลากหลายยิ่งขึ้น และติดตามผลในระยะยาว เพื่อพิจารณาว่าการเปลี่ยนแปลงด้านกรอบแนวคิดและทักษะที่เกิดขึ้นสามารถคงอยู่และต่อยอดสู่การใช้จริงได้มากน้อยเพียงใด

เอกสารอ้างอิง (References)

Bredenkamp, D., Botma, Y., & Nyoni, C. N. (2022). Higher Education Students' Motivation to Transfer Learning: A Scoping Review. *Higher Education, Skills and Work-based Learning*, *13*(1), 36–52. https://doi.org/10.1108/HESWBL-03-2022-0057

Daspit, J. J., Fox, C. J., & Findley, S. K. (2021). Entrepreneurial Mindset: An Integrated Definition, A Review of Current Insights, and Directions for Future Research. *Journal of Small Business Management*, *61*(1), 12-44. https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907583

Dinh, A., Oberrauch, L., & Dewalt, S. (2022). What's in a Mindset? Exploring the Entrepreneurial Mindset. *Journal of Entrepreneurship Education*, *25*(4),1-24. https://www.abacademies.org/articles/whats-in-a-mindset-exploring-the-entrepreneurial-mindset-15034.html

Dyvnych, H. (2023). Institutional Strategy of Social Entrepreneurship Development in Higher Education. *Economics & Education*, *8*(2), 24-28. https://doi.org/10.30525/2500-946X/2023-2-4

Edmondson, A. C. & Lei, Z. (2014). Psychological Safety: The History, Renaissance, and Future of an Interpersonal Construct. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, *1*(1), 23-43. https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091305

Ehsani, M. & Osiyevskyy, O. (2022). Entrepreneurial strategies for navigating the VUCA world. *Rutgers Business Review*, *7*(3), 237-249. https://rbr.business.rutgers.edu/article/entrepreneurial-strategies-navigating-vuca-world

Fayolle, A. & Liñán, F. (2014). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research, 67*(5): 663-666. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024

Gençer, H. 2019. Group Dynamics and Behaviour. *Universal Journal of Educational Research*, *7*(1), 223-229. https://doi.org/10.13189/ujer.2019.070128

Hägg, G. & Gabrielsson, J. (2019). A Systematic Literature Review of the Evolution of Pedagogy in Entrepreneurial Education Research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *26*(5), 829–861. https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2018-0272

Hasan, M., Supatminingsih, T., Thamrin Tahir, M., L., & Said Ahmad, M. L. (2025). Entrepreneurship education in higher education. *The International Journal of Management Education,* 23(3), 101264. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2025.101264

Heintalu, K., Saks, K., Edisherashvili, N., & Dekker, I. (2025). The Conceptualisation of Goal Setting and Goal Orientation in Higher Education: A Systematic Literature Review. *Educational Research Review*, *48*(2025), 100709. https://doi.org/10.1016/j.edurev.2025.100709

Iwu, C. G., Maziriri, E. T., Yu, D., & Ayandibu, A. (2024). The Dynamic Interplay of Societal Values, Entrepreneurial Abilities and Skill Sets in Shaping and Propelling Entrepreneurial Activity Among South African Higher Learning Students. *International Review of Management and Marketing, 14*(4), 169-179. https://doi.org/10.32479/irmm.16273

Jin, F. & Roald, G. M. (2025). Training University Educators to Foster Embedded Entrepreneurship Education: An Evaluation. *Cogent Education*, *12*(1), 2564255. https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2564255

Jones, C. (2019). *How to Teach Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Kim A. & Park, M. J. (2023). Absorptive Capacity in Entrepreneurial Education: Rethinking the Kolb's Experiential Learning Theory. *The International Journal of Management Education*, *21*(2023), 100873. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100873

Kolb, A. Y. & Kolb, D. A. (2022). Experiential Learning Theory as a Guide for Experiential Educators in Higher Education. *Experiential Learning and Teaching in Higher Education*, *1*(1), 38. https://doi.org/10.46787/elthe.v1i1.3362

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

Kreitner, R., & Kinicki, A. (2010). *Organizational behavior*. (9th ed.). McGraw-Hill.

Vaida, S., & Serban, D. (2021). Group Development Stages. A Brief Comparative Analysis of Various Models. *Studia Universitatis Babes-Bolyai Psychologia-Paedagogia*, *66*(1), 91-110. https://doi.org/10.24193/subbpsyped.2021.1.05

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

Manzi-Puertas, M. A, Agirre-Aramburu, I., & López-Pérez, S. (2024). Navigating the student entrepreneurial journey: Dynamics and interplay of resourceful and innovative behavior. *Journal of Business Research, 174*(March 2024), 114524. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114524

Motta, V. F., & Galina, S. V. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education. *Teaching and Teacher Education*, *121*(2023), 103919. https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103919

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N. F., & Walmsley, A. (2017). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. *Academy of Management Learning and Education, 16*(2), 277-299. https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026

Panadero, E., Broadbent, J., Boud, D., & Lodge, J. M. (2019). Using Formative Assessment to Influence Self- and Co-regulated Learning: The Role of Evaluative Judgement. *European Journal of Psychology of Education*, *34*(2019), 535–557. https://doi.org/10.1007/s10212-018-0407-8

Rodrigues, A. L. (2023). Entrepreneurship education pedagogical approaches in higher education: Experiential learning and beyond. *Education Sciences, 13*(9), 940. https://doi.org/10.3390/educsci13090940

Simmons, S. A. (2025). A Transformative Human-centered Interdisciplinary Design Entrepreneurship Pedagogy. *Education Sciences*, *15*(12), 1703. https:// doi.org/10.3390/educsci15121703

Sofianos, M. (2024). *An Investigation of Entrepreneurship Education in Higher Education in Scotland: What is Offered and How does It Match the Experiences and Expectations of Lecturers and Students*. PhD thesis, University of Glasgow. https://doi.org/10.5525/gla.thesis.84115

Vecchiarini-Piazza, M. & Somià, T. (2023). Redefining Entrepreneurship Education in the Age of Artificial Intelligence: An Explorative Analysis. *The International Journal of Management Education*, *21*(2023), 100879. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100879

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

The Effects of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on Marketing Performance: The Mediating Role of Digital Marketing Capability among E-Commerce Entrepreneurs in Northeastern Thailand

Sujittra Sangchanda, Sasithron Sangjamraschaikun*

Thatphanom College, Nakhon Phanom University
457 Moo 2, Phanom Phanarak Road, That Phanom, Nakhon Phanom, 48110, Thailand.

Received: *February 24, 2026* ***Revised:*** *August 13, 2026* ***Accepted:*** *August 28, 2026*

Abstract (English)

This study examined the effects of entrepreneurial orientation and market orientation on digital marketing capability and marketing performance, together with the mediating role of digital marketing capability among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand. The sample comprised 374 e-commerce entrepreneurs selected through simple random sampling. Data were collected using mailed questionnaires and analyzed through structural equation modeling. The structural model showed a good fit to the empirical data. Entrepreneurial orientation had positive effects on digital marketing capability (β = 0.197, p = 0.001) and marketing performance (β = 0.108, p = 0.033), while market orientation had positive effects on digital marketing capability (β = 0.504, p < 0.001) and marketing performance (β = 0.292, p < 0.001). Digital marketing capability also had a positive effect on marketing performance (β = 0.520, p < 0.001). Entrepreneurial orientation and market orientation jointly explained 42.2% of the variance in digital marketing capability (R^2 = 0.422). When digital marketing capability was included in the model, 65.8% of the variance in marketing performance was explained (R^2 = 0.658). Digital marketing capability partially mediated both the entrepreneurial orientation–marketing performance and market

* Corresponding author
อีเมล: sunisasasin@gmail.com

orientation–marketing performance relationships. These findings suggest that digital marketing capability represents one mechanism through which the two strategic orientations are associated with marketing performance among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand.

Keywords (English)

Digital Marketing Capability; Entrepreneurial Orientation; Market Orientation; Marketing Performance; E-Commerce Entrepreneurs

Introduction

Digital technologies and the Internet have reshaped how businesses reach markets, conduct transactions, and manage customer relationships through digital platforms, mobile commerce, and data-driven marketing tools (Nambisan et al., 2019; Verhoef et al., 2021). In Thailand, the value of e-commerce was estimated at approximately 5.96 trillion baht in 2023, reflecting the continuing expansion of online commercial activity (Electronic Transactions Development Agency [ETDA], 2024). Access to digital technologies alone does not necessarily lead to favorable marketing outcomes; firms must also be able to integrate these technologies into their marketing activities and organizational processes (Dwivedi et al., 2021, 1-37).

This issue is particularly relevant to e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand. For this study, e-commerce entrepreneurs are defined as registered businesses conducting commercial transactions involving products or services through online or other electronic channels. As of November 2025, the Department of Business Development (DBD) sampling frame contained 9,971 registered e-commerce entrepreneurs across the region (Department of Business Development [DBD], 2025). Digital use is already extensive: 87.7% of people aged six years and over in Northeastern Thailand used the Internet in 2024 (National Statistical Office [NSO], 2025). At the same time, regional economic growth remained modest, with the Bank of Thailand projecting Northeastern GRP growth in 2024 within a range of −0.2% to 0.8% (Bank of Thailand [BOT], 2024). The coexistence of widespread digital use and modest regional economic growth provides a relevant setting for examining how strategic orientations and digital marketing capability are associated with marketing performance.

Entrepreneurial orientation and market orientation offer distinct but complementary bases for responding to changing markets. Entrepreneurial orientation reflects a firm's tendency toward innovation, proactive action, and opportunity seeking, whereas market orientation directs organizational attention toward customers, competitors, and market information (Miller, 1983; Kohli & Jaworski, 1990; Narver & Slater, 1990; Donbesuur et al., 2020). These orientations alone, however, may not fully explain marketing performance in markets increasingly shaped by digital technologies. From the perspective of dynamic capability theory, firms respond to environmental change by sensing opportunities, mobilizing resources, and reconfiguring organizational competencies (Teece et al., 1997; Teece, 2018). Digital marketing capability may therefore represent an organizational mechanism through which entrepreneurial and market orientations are linked to marketing performance.

Existing research leaves both a mechanism-based and a contextual gap. Thai studies have examined related relationships but not the configuration proposed here. Digital entrepreneurship has been linked to new product development and customer responsiveness among Thai e-commerce businesses (Chinchang & Kuleelung, 2022, 1733-1755), while corporate entrepreneurship, service innovation, and e-marketplace involvement have been examined among Thai online entrepreneurs (Pangthong et al., 2024, 48-66). More specifically, research among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand found that business differentiation and rapid customer response positively affected marketing performance, whereas social media orientation and marketing content creativity did not, indicating that individual digital marketing strategies do not contribute uniformly to marketing performance (Ploenlap et al., 2024, 64-80). International evidence has moved closer to the present model. Digital marketing capability was found to mediate the relationships of both entrepreneurial orientation and market orientation with marketing performance among SMEs in North Sumatra, Indonesia (Hidayati et al., 2025, 329–342), while mediation between entrepreneurial orientation and marketing performance through digital marketing capability has also been reported among Omani SMEs (Al Buraiki & Nofal, 2026). Nevertheless, these studies were conducted among general SME populations outside Thailand. Evidence remains limited on how EO and MO are jointly associated with marketing performance through digital marketing capability among registered e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand.

Against this background, the study examines the effects of entrepreneurial orientation and market orientation on digital marketing capability and marketing performance among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand, together with the effect of digital marketing capability on marketing performance and its mediating role in these relationships. Two research questions are addressed: (1) How do entrepreneurial orientation and market orientation affect digital marketing capability and marketing performance? and (2) Does digital marketing capability mediate the relationships between entrepreneurial orientation and marketing performance and between market orientation and marketing performance? Addressing these questions provides context-specific evidence on the role of digital marketing capability within these relationships and may inform e-commerce entrepreneurs and organizations supporting business development in Northeastern Thailand.

Objectives

1. To examine the effects of entrepreneurial orientation and market orientation on digital marketing capability and marketing performance among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand.

2. To examine the mediating role of digital marketing capability in the relationships between entrepreneurial orientation and marketing performance and between market orientation and marketing performance among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand.

Literature Review and Hypothesis Development

1. Dynamic Capability Theory

Dynamic capability theory explains how firms adapt to changing markets and technologies by integrating, building, and reconfiguring organizational resources and competencies. Its central processes- sensing opportunities and threats, seizing identified opportunities, and reconfiguring existing resources enable firms to realign their capabilities as environmental conditions change rather than relying solely on established operational routines (Teece et al., 1997; Teece, 2007, 2018). This logic is particularly relevant to e-commerce, where digital technologies, platforms, customer behavior, and competitive conditions evolve rapidly. In such settings, firms must identify emerging market and

technological developments, act on relevant opportunities, and adjust their resources accordingly, processes increasingly described as digital sensing, digital seizing, and digital reconfiguration (Warner & Wäger, 2019; Ellström et al., 2022).

Entrepreneurial orientation and market orientation are treated here as strategic orientations rather than dynamic capabilities themselves. Entrepreneurial orientation supports opportunity recognition and proactive action, whereas market orientation provides knowledge about customers, competitors, and market change. Digital marketing capability represents the organizational capability through which digital technologies, market intelligence, communication channels, and marketing resources can be coordinated and reconfigured. Dynamic capability theory therefore provides the theoretical basis for examining how entrepreneurial orientation and market orientation relate to digital marketing capability and marketing performance, and whether digital marketing capability mediates these relationships (Homburg & Wielgos, 2022; Hidayati et al., 2025).

2. Marketing performance

Marketing performance reflects the extent to which a firm achieves its market-related objectives through marketing activities and resources. It encompasses both market and financial outcomes and, in this study, is assessed through four dimensions: market share, sales growth, marketing profitability, and customer satisfaction (Narver & Slater, 1990; Morgan, 2012). These dimensions capture changes in market position and sales, financial returns from marketing activities, and the extent to which customer expectations are met. In the e-commerce context, where market conditions and customer responses can change rapidly, marketing performance provides a relevant basis for evaluating the outcomes associated with entrepreneurial orientation, market orientation, and digital marketing capability.

3. Entrepreneurial Orientation on Digital Marketing Capability and Marketing Performance

Entrepreneurial orientation is a firm-level strategic orientation encompassing innovativeness, risk-taking, proactiveness, autonomy, and competitive aggressiveness, which reflect a firm's tendency to pursue new ideas, commit resources under uncertainty, act proactively, make independent decisions, and respond assertively to competitors (Miller, 1983; Lumpkin & Dess, 1996; Hughes & Morgan, 2007). In e-commerce settings, these characteristics may support digital marketing capability by encouraging firms to recognize digital

opportunities, commit resources, and adapt marketing processes as market conditions change. In this study, digital marketing capability comprises innovation ecosystem readiness, digital marketing technology adoption, digital transformation, digital market intelligence and analytics, and digital communication and customer value creation (Homburg & Wielgos, 2022; Masrianto et al., 2022). This relationship is consistent with the sensing, seizing, and reconfiguration logic of dynamic capability theory (Teece, 2007, 1319–1350), and positive associations between entrepreneurial orientation and digital marketing capability have been reported among emerging-market SMEs (Hidayati et al., 2025; Al Buraiki & Nofal, 2026). The strength of this relationship may nevertheless vary across organizational contexts in which digital marketing capability is developed and applied.

Entrepreneurial orientation may also be associated with marketing performance through innovation, opportunity seeking, timely market responses, and competitive action. Positive direct relationships have been identified among emerging-market SMEs (Hidayati et al., 2025; Al Buraiki & Nofal, 2026), although the evidence is not entirely uniform. In Brazilian franchise systems, digital marketing capability fully mediated the relationship between entrepreneurial orientation and performance, suggesting that the extent to which entrepreneurial orientation is directly associated with performance may depend on how effectively entrepreneurial intent is translated into organizational capability (Dermonde et al., 2024). Taken together, the theoretical reasoning and prior evidence support the expectation that entrepreneurial orientation is positively related to both digital marketing capability and marketing performance.

H1: Entrepreneurial orientation has a positive influence on digital marketing capability.

H2: Entrepreneurial orientation has a positive influence on marketing performance.

4. Market Orientation on Digital Marketing Capability and Marketing Performance

Market orientation is a firm-wide strategic orientation centered on understanding market conditions and using market knowledge to guide coordinated organizational action. Its conceptual foundations combine the cultural perspective of customer orientation, competitor orientation, and interfunctional coordination (Narver & Slater, 1990, 20-35) with the behavioral emphasis on market intelligence generation and use (Kohli & Jaworski, 1990, 1-18). Accordingly, this study represents market orientation through four dimensions: customer orientation, competitor orientation, interfunctional coordination, and market intelligence

generation. These dimensions capture systematic attention to customers and competitors, coordination across organizational functions, and the acquisition of market information needed to support marketing decisions.

Market orientation may also provide an informational foundation for digital marketing capability and marketing performance. Knowledge of customers, competitors, and market change can inform digital resource allocation and marketing decisions, while digital technologies broaden the speed and scope of market information use among SMEs (Kraus et al., 2019, 353-375). From a dynamic capability perspective, market orientation supports the sensing of market changes, whereas digital marketing capability helps translate market knowledge into coordinated digital responses (Teece, 2007, 1319–1350). Prior studies have generally linked market orientation to stronger marketing capabilities and market outcomes, although the strength and pathways of these relationships vary across settings (Kajalo & Lindblom, 2015; Trainor et al., 2014; Mandagie et al., 2024). Evidence from Indonesian food-producing SMEs, for example, found no significant direct effect of market orientation on marketing performance, but identified significant indirect effects through innovation capability and sustainable competitive advantage (Fahmi et al., 2024, 487-503). This variation suggests that the value of market orientation may depend partly on the organizational capabilities through which market knowledge is applied. On this basis, positive relationships with both digital marketing capability and marketing performance are proposed.

H3: Market orientation has a positive influence on digital marketing capability.

H4: Market orientation has a positive influence on marketing performance.

5. Digital Marketing Capability and Marketing Performance

Digital marketing capability refers to a firm's ability to coordinate, deploy, and adapt technology-enabled marketing processes in support of marketing objectives and value creation. In this study, it comprises innovation ecosystem readiness, digital marketing technology adoption, digital transformation, digital market intelligence and analytics, and digital communication and customer value creation (Day, 2011; Morgan et al., 2009; Homburg & Wielgos, 2022; Masrianto et al., 2022). Together, these dimensions reflect the organizational capacity to integrate digital technologies, market knowledge, and marketing resources as market conditions change. From a dynamic capability perspective, digital marketing capability enables firms to reconfigure digital resources and market knowledge into coordinated

marketing responses (Teece, 2007, 1319–1350). Consistent with this view, prior studies have generally linked stronger digital marketing capability with improved firm and marketing outcomes across different organizational settings (Homburg & Wielgos, 2022; Narakorn, 2020; Tongdhamachart & Niyomsilpa, 2022).

The performance implications of digital marketing capability are nevertheless context dependent. Environmental dynamism has been found to strengthen its positive relationship with MSME performance (Purwanti et al., 2022, 433-448), while evidence from SME agro-processors indicates that only particular dimensions of digital marketing capability are associated with market outcomes such as sales growth, market share, and profitability (Chinakidzwa & Phiri, 2020, 746-757). These findings suggest that the value of digital marketing capability depends not simply on digital technology adoption, but on how digital resources, market knowledge, and marketing processes are integrated and applied under specific organizational conditions. Accordingly, a positive relationship between digital marketing capability and marketing performance is proposed.

H5: Digital marketing capability has a positive influence on marketing performance.

6. The Mediating Role of Digital Marketing Capability

Dynamic capability theory suggests that strategic orientations may not translate directly into marketing outcomes unless firms possess organizational capabilities that transform strategic intent and market knowledge into coordinated action. Digital marketing capability serves this function by integrating and reconfiguring digital resources, market intelligence, and marketing processes as market conditions change (Teece, 2007, 1319-1350). Entrepreneurial orientation and market orientation may therefore affect marketing performance indirectly through the development and application of digital marketing capability. Empirical findings generally support this mechanism, although the nature of mediation differs across contexts. Significant mediating effects between entrepreneurial orientation and performance have been reported among emerging-market SMEs and Omani SMEs, whereas full mediation has been identified in Brazilian franchise systems (Hidayati et al., 2025; Al Buraiki & Nofal, 2026; Dermonde et al., 2024). In contrast, Zahara et al. (2023) found no significant mediating effect between entrepreneurial marketing and marketing performance among post-pandemic SMEs. Digital marketing capability has also been shown to mediate the relationship between market orientation and marketing performance, suggesting that market knowledge may produce

stronger performance outcomes when it is translated into coordinated digital marketing activity (Hidayati et al., 2025, 329-342).

Evidence from Thailand points to a similar capability-based mechanism while also revealing an unresolved contextual gap. Marketing capabilities have mediated the effects of entrepreneurial orientation and market orientation on firm performance among Thai SMEs (Lekmat et al., 2018, 213-237), while digital marketing capability has mediated the effects of platform and web capabilities on marketing effectiveness among Thai community enterprises (Tongdhamachart & Niyomsilpa, 2022, 201-220). Related mediation mechanisms have also been observed among Thai online entrepreneurs, although different antecedents and mediating constructs were examined (Wingwon et al., 2025, 93). Collectively, these studies suggest that organizational capabilities can link strategic orientations with performance, but they do not establish whether digital marketing capability mediates both the entrepreneurial orientation–marketing performance and market orientation–marketing performance relationships among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand. This unresolved issue provides the basis for the following hypotheses:

H6: Digital marketing capability mediates the positive relationship between entrepreneurial orientation and marketing performance.

H7: Digital marketing capability mediates the positive relationship between market orientation and marketing performance.

Research Framework

Based on the hypotheses developed above, the proposed relationships among entrepreneurial orientation, market orientation, digital marketing capability, and marketing performance are presented in Figure 1.

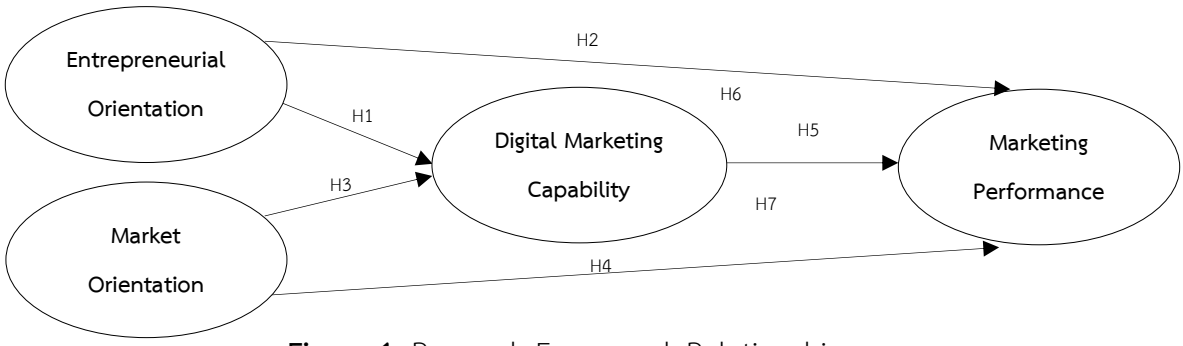


Figure 1: Research Framework Relationships

Research Methodology

1. Population and Sample

The population comprised 9,971 e-commerce entrepreneurs registered with the Department of Business Development (DBD), Ministry of Commerce, Thailand. The DBD database, accessed in November 2025, served as the sampling frame and covered registered e-commerce businesses across the 20 provinces of Northeastern Thailand. E-commerce entrepreneurs were operationally defined as registered businesses conducting commercial transactions involving products or services through online or other electronic channels. Eligible businesses were selected from the sampling frame using simple random sampling. A minimum sample of 370 respondents was initially determined at a 95% confidence level based on the population size (Krejcie & Morgan, 1970, 607-610). Sample adequacy was also assessed in relation to structural equation modeling requirements. The proposed model comprised 18 observed indicators; using the recommended ratio of approximately 10–20 observations per observed variable, a sample of 180–360 respondents was considered adequate for SEM analysis (Vanichbuncha, 2019). The final sample of 374 respondents therefore exceeded both requirements. Key informants were business owners or top-level executives responsible for strategic and marketing decisions, as they were expected to have direct knowledge of the firms' entrepreneurial orientation, market orientation, digital marketing activities, and marketing performance.

2. Data Collection

Data were collected between November 2025 and January 2026. Self-administered questionnaires were mailed to 1,850 e-commerce businesses selected from the DBD sampling frame using the postal addresses recorded in the database. The number of questionnaires distributed exceeded the minimum required sample to allow for non-response associated with mail surveys. Approximately two weeks after the initial mailing, non-responding businesses were contacted by telephone to encourage questionnaire completion and return. A total of 374 usable questionnaires were obtained, yielding a usable response rate of 20.22%, which was considered acceptable for a mail survey using a follow-up procedure (Aaker et al., 2001). Potential non-response bias was assessed by comparing early and late respondents following Armstrong and Overton (1977). No statistically significant differences were found in

firm age (t = 0.108, p > 0.05) or employee size (t = 0.126, p > 0.05), providing no evidence of substantial non-response bias based on these characteristics. Ethical approval was obtained before data collection from the Human Research Ethics Committee of Nakhon Phanom University through an expedited review process (Project No. HE26168; No. 261/2568). Approval was granted on October 2, 2025, and remained valid until October 1, 2026.

3. Measures

All constructs were measured using a five-point Likert scale ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). Questionnaire items were developed in Thai from the definitions and measurement concepts reported in prior studies and adapted to the context of e-commerce businesses in Thailand. The instrument was subsequently evaluated through validity assessment and pilot testing. Because the items were developed directly in Thai rather than translated from an English-language questionnaire, translation and back-translation procedures were not required. Table 1 summarizes the dimensions, number of items, representative items, and measurement sources.

Table 1 Measurement of Constructs

Construct	Observed Variable (Number of Items)	Total Items	Sample Item	Sources
Entrepreneurial Orientation (EO)	Innovativeness (5); Risk-taking (5); Proactiveness (5); Autonomy (5); Competitive aggressiveness (5)	25	The business frequently introduces new ideas.	Lumpkin & Dess (1996); Hughes & Morgan (2007)
Market Orientation (MO)	Customer orientation (5); Competitor orientation (5); Interfunctional coordination (5); Market intelligence generation (5)	20	The business regularly identifies customer needs.	Narver & Slater (1990); Kohli & Jaworski (1990)
Digital Marketing Capability (DMC)	Innovation ecosystem readiness (5); Digital marketing technology adoption (5); Digital transformation (5); Digital market intelligence and analytics (5); Digital communication and customer value creation (5)	25	Digital tools are integrated into marketing activities.	Day (2011); Morgan et al. (2009); Homburg & Wielgos (2022)

Table 1 Measurement of Constructs (Continue)

Construct	Observed Variable (Number of Items)	Total Items	Sample Item	Sources
Marketing Performance (MP)	Market share (4); Sales growth (4); Marketing profitability (4); Customer satisfaction (4)	16	The business has increased its market share.	Narver & Slater (1990); Morgan et al. (2009)

4. Pilot Test

Prior to the main data collection, the questionnaire was pilot-tested with 30 respondents to assess item consistency and scale reliability. Item-total correlations ranged from 0.613 to 0.766, exceeding the recommended threshold of 0.30. Cronbach's alpha coefficients ranged from 0.947 to 0.966, above the recommended level of 0.70 (Nunnally & Bernstein, 1994). These results indicated satisfactory internal consistency of the measurement scales before the main data collection.

5. Measurement Model Validation

The measurement model was assessed through confirmatory factor analysis (CFA) using the full sample of 374 respondents. As shown in Table 2, standardized factor loadings across the measurement dimensions ranged from 0.899 to 0.936. Average variance extracted (AVE) values ranged from 0.823 to 0.865, exceeding the recommended threshold of 0.50 (Fornell & Larcker, 1981). Composite reliability (CR) values ranged from 0.949 to 0.967, above the recommended level of 0.70 (Hair et al., 2010), while Cronbach's alpha coefficients ranged from 0.947 to 0.966. These results supported the convergent validity and internal consistency of the four constructs.

Table 2 Measurement Model Validation

Construct	Factor Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Entrepreneurial Orientation (EO)	0.904–0.928	0.842	0.964	0.964
Market Orientation (MO)	0.899–0.916	0.823	0.949	0.947
Digital Marketing Capability (DMC)	0.916–0.928	0.852	0.967	0.966
Marketing Performance (MP)	0.924–0.936	0.865	0.962	0.960

6. Discriminant Validity

Discriminant validity was assessed using the Fornell–Larcker criterion, whereby the square root of the average variance extracted (AVE) for each construct should exceed its correlations with other constructs (Fornell & Larcker, 1981). As shown in Table 3, the square

roots of AVE were 0.918 for entrepreneurial orientation, 0.907 for market orientation, 0.923 for digital marketing capability, and 0.930 for marketing performance. Each exceeded the corresponding inter-construct correlations, which ranged from 0.508 to 0.732, supporting adequate discriminant validity among the four constructs.

Table 3 Descriptive Statistics, Correlation Matrix, and Discriminant Validity

Variables	Mean	S.D.	EO	MO	DMC	MP
EO	3.46	0.439	**0.918**			
MO	3.50	0.398	0.625**	**0.907**		
DMC	3.36	0.448	0.508**	0.605**	**0.923**	
MP	3.43	0.450	0.552**	0.661**	0.732**	**0.930**

Note: Bold diagonal values represent the square root of AVE. ** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

7. Common Method Bias

Because all constructs were measured using self-report data obtained from a single respondent through the same questionnaire, potential common method bias was assessed using Harman's single-factor test (Podsakoff et al., 2003). All 86 measurement items were entered simultaneously into an unrotated principal component analysis. The first component accounted for 27.21% of the total variance, below the commonly used 50% benchmark. The result indicated that no single component accounted for the majority of the variance, suggesting that common method bias was not a major concern in the present data.

8. Data Screening

Prior to SEM analysis, the data were screened for missing values, multivariate outliers, and distributional characteristics. No missing values were identified among the 374 usable responses. Skewness values ranged from −0.060 to 0.185 and kurtosis values from −0.909 to −0.153, indicating no substantial univariate departure from normality (Kline, 2011). Although the Kolmogorov–Smirnov tests were significant ($p < .001$), the skewness and kurtosis statistics indicated only minor distributional deviations. Multivariate outliers were assessed using Mahalanobis distance (D^2) across the 18 observed indicators used in the SEM analysis (Tabachnick & Fidell, 2013). Cases exceeding the critical chi-square value of 42.31 ($df = 18$, $p < .001$) were considered potential multivariate outliers. Mahalanobis D^2 values ranged from 5.60 to 33.52; therefore, no cases exceeded the critical threshold.

9. SEM Estimation and Data Analysis

Structural equation modeling was estimated using the maximum likelihood (ML) method (Byrne, 2016; Kline, 2011). Model fit was evaluated using the chi-square to degrees-of-freedom ratio (χ^2/df), comparative fit index (CFI), Tucker–Lewis index (TLI), root mean square error of approximation (RMSEA), standardized root mean square residual (SRMR), and p-close. These indices were considered jointly in assessing model fit (Hu & Bentler, 1999; Byrne, 2016). Mediating effects were tested using bootstrapping with 5,000 resamples (Preacher & Hayes, 2008, 879-891). An indirect effect was considered statistically significant when its 95% confidence interval did not include zero.

Results

Table 4 presents the descriptive statistics and distributional characteristics of the 18 measurement dimensions. The highest and lowest mean scores were 3.52 and 3.38 for competitive aggressiveness and proactiveness within entrepreneurial orientation; 3.58 and 3.45 for customer orientation and market intelligence generation within market orientation; 3.47 and 3.28 for innovation ecosystem readiness and digital transformation within digital marketing capability; and 3.49 and 3.36 for market share and customer satisfaction within marketing performance, respectively. Skewness ranged from −0.060 to 0.185 and kurtosis from −0.909 to −0.153, indicating no substantial univariate departure from normality (Kline, 2011). Although the Kolmogorov–Smirnov tests were significant ($p < .001$), these distributional statistics indicated only minor deviations from normality.

Table 4 Descriptive Statistics and Distributional Characteristics of the Measurement Dimensions

Construct / Dimension	Mean	S.D.	Opinion Level	Skewness	Kurtosis
Entrepreneurial Orientation (EO)					
Innovativeness	3.47	0.462	Agree	0.158	-0.658
Risk-taking	3.50	0.476	Agree	0.101	-0.567
Proactiveness	3.38	0.453	Neutral	0.112	-0.584
Autonomy	3.42	0.461	Agree	0.055	-0.486
Competitive Aggressiveness	3.52	0.498	Agree	0.006	-0.529
Market Orientation (MO)					
Customer Orientation	3.58	0.416	Agree	-0.060	-0.909
Competitor Orientation	3.48	0.435	Agree	-0.056	-0.728

Table 4 Descriptive Statistics and Distributional Characteristics of the Measurement Dimensions (Continue)

Construct / Dimension	Mean	S.D.	Opinion Level	Skewness	Kurtosis
Interfunctional Coordination	3.49	0.431	Agree	0.022	-0.580
Market Intelligence Generation	3.45	0.426	Agree	0.013	-0.539
Digital Marketing Capability (DMC)					
Innovation Ecosystem Readiness	3.47	0.494	Agree	0.102	-0.413
Digital Marketing Technology Adoption	3.30	0.466	Neutral	0.080	-0.153
Digital Transformation	3.28	0.474	Neutral	0.185	-0.194
Digital Market Intelligence and Analytics	3.37	0.483	Neutral	-0.048	-0.382
Digital Communication and Customer Value Creation	3.38	0.471	Neutral	0.025	-0.511
Innovation Ecosystem Readiness	3.47	0.494	Agree	0.102	-0.413
Marketing Performance (MP)					
Market Share	3.49	0.484	Agree	0.038	-0.665
Sales Growth	3.46	0.473	Agree	0.117	-0.608
Marketing Profitability	3.41	0.473	Agree	-0.011	-0.485
Customer Satisfaction	3.36	0.470	Neutral	0.000	-0.352

Note: Kolmogorov–Smirnov tests were significant ($p < .001$); however, the skewness and kurtosis values indicated no substantial univariate departure from normality.

Table 5 presents the multicollinearity diagnostics for the predictors of marketing performance. The VIF values ranged from 1.650 to 2.007, remaining below the conventional threshold of 10 and indicating no substantial multicollinearity among EO, MO, and DMC (Hair et al., 2010). Accordingly, multicollinearity was unlikely to affect the estimation of the structural relationships.

Table 5 Multicollinearity Diagnostics

Predictor	VIF
Entrepreneurial Orientation (EO)	1.716
Market Orientation (MO)	2.007
Digital Marketing Capability (DMC)	1.650

Table 6 presents the goodness-of-fit indices for the structural model. The model demonstrated a good fit to the empirical data, with $\chi^2/df = 1.411$, CFI = 0.994, TLI = 0.993,

RMSEA = 0.033, SRMR = 0.020, and p-close = 0.996. Collectively, these indices indicated a well-fitting structural model (Hu & Bentler, 1999; Byrne, 2016).

Table 6 Goodness-of-Fit Indices for the Structural Model

Fit Index	Statistical Values / Criteria	Fit Index	Statistical Values / Criteria
χ^2/df	1.411 (< 2.00)	TLI	0.993 (> 0.90)
CFI	0.994 (> 0.90)	RMSEA	0.033 (< 0.05)
SRMR	0.020 (< 0.08)	p-close	0.996 (> 0.05)

Table 7 presents the structural path coefficients for H1–H5. For descriptive interpretation, standardized coefficients of 0.10–0.29 were regarded as small, 0.30–0.49 as medium, and 0.50 or above as large (Cohen, 1988; Nieminen, 2022). EO had small positive effects on DMC (β = 0.197, p = 0.001) and MP (β = 0.108, p = 0.033), supporting H1 and H2. MO had a large positive effect on DMC (β = 0.504, p < 0.001) and a small but comparatively larger positive effect on MP (β = 0.292, p < 0.001) than EO, supporting H3 and H4. DMC had a large positive effect on MP (β = 0.520, p < 0.001), representing the largest standardized direct effect on marketing performance in the model and supporting H5.

Table 7 Structural Path Coefficients

Hypothesis	Path	β	t-value	p-value	Result
H1	EO ⟶ DMC	0.197	3.31**	0.001	Supported
H2	EO ⟶ MP	0.108	2.13*	0.033	Supported
H3	MO ⟶ DMC	0.504	9.12***	<.001	Supported
H4	MO ⟶ MP	0.292	4.55***	<.001	Supported
H5	DMC ⟶ MP	0.520	11.50***	<.001	Supported

Note: *p < .05, **p < .01, ***p < .001

Table 8 compares the explained variance in marketing performance between structural models estimated with and without digital marketing capability as a mediating variable. Both models were estimated using the same maximum likelihood procedure. In Model A, entrepreneurial orientation and market orientation jointly explained 50.2% of the variance in marketing performance (R^2 = 0.502). In Model B, entrepreneurial orientation and market orientation explained 42.2% of the variance in digital marketing capability (R^2 = 0.422), while entrepreneurial orientation, market orientation, and digital marketing capability collectively explained 65.8% of the variance in marketing performance (R^2 = 0.658). The inclusion of digital

marketing capability increased the explained variance in marketing performance by 15.6 percentage points (ΔR^2 = 0.156), indicating greater explanatory power for marketing performance in the model that included DMC.

Table 8 Comparison of Explained Variance with and Without the Mediating Variable

Model	Predictors	R^2 (DMC)	R^2 (MP)
Model A: Without mediator	EO, MO ⟶ MP	-	0.502
Model B: With mediator	EO, MO ⟶ DMC; EO, MO, DMC ⟶ MP	0.422	0.658
ΔR^2 (B – A)	-	-	+0.156

Note: Both structural models were estimated using the maximum likelihood (ML) method. ΔR^2 represents the change in the explained variance of marketing performance after the inclusion of digital marketing capability as a mediating variable.

Table 9 presents the mediation analysis based on 5,000 bootstrap resamples. The indirect effect of EO on MP through DMC was statistically significant (indirect effect = 0.109, 95% CI [0.044, 0.179]), supporting H6. Similarly, the indirect effect of MO on MP through DMC was statistically significant (indirect effect = 0.313, 95% CI [0.231, 0.411]), supporting H7. Both relationships represented partial mediation because the direct effects of EO on MP (β = 0.108, p = .033) and MO on MP (β = 0.292, p < .001) remained statistically significant after DMC was included in the structural model. Accordingly, EO and MO were associated with marketing performance both directly and indirectly through digital marketing capability.

Table 9 Indirect Effects and Mediation Analysis

Hypothesis	Indirect Path	Bootstrap Indirect Effect	95% Bootstrap CI	Result
H6	EO ⟶ DMC ⟶ MP	0.109	[0.044, 0.179]	Supported (Partial mediation)
H7	MO ⟶ DMC ⟶ MP	0.313	[0.231, 0.411]	Supported (Partial mediation)

Note: An indirect effect is considered statistically significant when the 95% bootstrap confidence interval does not include zero.

Table 10 presents the decomposition of the effects on marketing performance into direct and indirect components. For EO, the total effect on MP was 0.217, comprising a direct effect of 0.108 and an indirect effect through DMC of 0.109. For MO, the total effect on MP was 0.605, consisting of a direct effect of 0.292 and an indirect effect through DMC of 0.313.

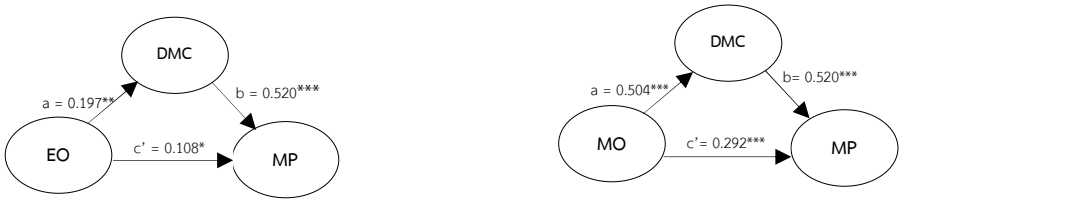
The total effect of MO on MP was larger than that of EO. Consistent with the mediation results reported in Table 9, both relationships reflected partial mediation.

Table 10 Direct, Indirect, and Total Effects on Marketing Performance

Path	Direct Effect	Indirect Effect through DMC	Total Effect	Mediation
EO ⟶ MP	0.108	0.109	0.217	Partial
MO ⟶ MP	0.292	0.313	0.605	Partial

Note: Total effects were calculated as the sum of the corresponding direct and indirect effects.

Interpretation of the Mediation Model



Bootstrap indirect effect = 0.109, 95% CI [0.044, 0.179]

Bootstrap indirect effect = 0.313, 95% CI [0.231, 0.411]

Note: *p < .05, **p < .01, ***p < .001.

Figure 2: The mediating role of digital marketing capability in the entrepreneurial orientation–marketing performance relationship (left) and the market orientation–marketing performance relationship (right).

Figure 2 illustrates the partial mediating role of digital marketing capability in the relationships between entrepreneurial orientation, market orientation, and marketing performance. EO had a positive effect on DMC (β = 0.197, p = 0.001), while MO showed a larger positive effect on DMC (β = 0.504, p < 0.001). DMC, in turn, positively influenced MP (β = 0.520, p < 0.001). As reported in Tables 7 and 9, the direct effects of EO on MP (β = 0.108, p = 0.033) and MO on MP (β = 0.292, p < 0.001) remained statistically significant, while the indirect effects through DMC were also significant. These results indicate partial rather than full mediation in both relationships.

Discussion

Entrepreneurial orientation and market orientation were both positively associated with digital marketing capability and marketing performance, although their relationships differed in magnitude. Entrepreneurial orientation had small effects on digital marketing capability (β = 0.197) and marketing performance (β = 0.108), indicating that innovativeness,

risk-taking, proactiveness, autonomy, and competitive aggressiveness contributed to the model but were not dominant determinants of the two outcomes. This pattern is broadly consistent with studies reporting positive relationships between entrepreneurial orientation, digital marketing capability, and performance among small and medium-sized enterprises (Hidayati et al., 2025; Al Buraiki & Nofal, 2026), as well as research linking entrepreneurial orientation with performance among small business settings (Kajalo & Lindblom, 2015, 580-596). The relatively small coefficients found in the present study also support the view that the performance implications of strategic orientations may vary according to organizational and environmental conditions (Alqahtani et al., 2024, 2741-2778). In contrast, market orientation had a large relationship with digital marketing capability (β = 0.504) and a larger direct relationship with marketing performance (β = 0.292) than entrepreneurial orientation. Customer orientation, competitor orientation, interfunctional coordination, and market intelligence generation provide information that can be applied directly to digital marketing decisions and resource allocation. From a dynamic capability perspective, this larger standardized relationship is consistent with the sensing process, through which firms identify changes in customers, competitors, and market conditions before resources are deployed or reconfigured (Teece, 2007, 1319–1350). This interpretation is also consistent with prior evidence linking market orientation to marketing capabilities and market-related outcomes (Trainor et al., 2014; Kajalo & Lindblom, 2015). The findings therefore suggest that market-based knowledge may be more immediately connected to digital marketing capability than the broader entrepreneurial posture represented by entrepreneurial orientation.

Digital marketing capability had the largest standardized direct effect on marketing performance (β = 0.520), indicating its central role within the structural model. This capability extends beyond the adoption of digital technologies and reflects the ability to coordinate and adapt innovation ecosystem readiness, digital marketing technology adoption, digital transformation, digital market intelligence and analytics, and digital communication and customer value creation (Homburg & Wielgos, 2022; Masrianto et al., 2022). These dimensions enable digital technologies, market information, and marketing resources to be integrated into activities related to market share, sales growth, marketing profitability, and customer satisfaction. The result is consistent with previous studies linking digital marketing capability with organizational and marketing outcomes (Narakorn, 2020; Tongdhamachart & Niyomsilpa,

2022) and with broader evidence showing positive relationships between digital capabilities and business performance (Samsuden et al., 2024). However, prior studies also indicate that these performance implications are not uniform. Different components of digital marketing capability may contribute differently to market outcomes (Chinakidzwa & Phiri, 2020), while environmental dynamism may alter the performance value of such capabilities (Purwanti et al., 2022). The large coefficient found in the present study therefore indicates a comparatively substantial relationship within the e-commerce setting examined rather than a universally similar effect across industries or markets.

The mediation results further clarify how the two strategic orientations are related to marketing performance. The indirect effect of entrepreneurial orientation through digital marketing capability was 0.109, whereas the corresponding indirect effect of market orientation was larger at 0.313. Both indirect effects were statistically significant, while the direct effects on marketing performance remained significant, indicating partial rather than full mediation. Digital marketing capability therefore represents one mechanism through which entrepreneurial orientation and market orientation are associated with marketing performance, but it does not account for the entire relationship. This finding is consistent with dynamic capability theory because entrepreneurial orientation and market orientation provide strategic direction and market knowledge, whereas digital marketing capability provides an organizational capability through which digital resources, market intelligence, and marketing processes can be integrated and reconfigured (Teece, 2007). Similar capability-based mechanisms have been identified among Thai small and medium-sized enterprises (Lekmat et al., 2018, 213-237), while digital marketing capability has also been found to mediate relationships involving organizational capabilities and marketing effectiveness in Thailand (Tongdhamachart & Niyomsilpa, 2022, 201-220). International evidence likewise reports significant mediation through digital marketing capability (Hidayati et al., 2025; Al Buraiki & Nofal, 2026). The present findings differ, however, from the full mediation reported in Brazilian franchise systems (Dermonde et al., 2024, 3978-3995) and from nonsignificant mediation reported in another small and medium-sized enterprise context (Zahara et al., 2023, 1-18), indicating that the mediating role of digital marketing capability is context dependent.

Taken together, the findings reveal a differentiated pattern among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand. Entrepreneurial orientation contributed positively but

with relatively small effects, market orientation showed a larger standardized relationship with digital marketing capability and a larger direct relationship with marketing performance, and digital marketing capability showed the largest direct relationship with marketing performance. This pattern extends prior Thai evidence on capability-based mechanisms (Lekmat et al., 2018; Tongdhamachart & Niyomsilpa, 2022; Wingwon et al., 2025) and complements previous research among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand showing that different digital marketing strategies do not contribute uniformly to marketing performance (Ploenlap et al., 2024). The findings are also consistent with broader evidence that the relative performance contributions of entrepreneurial and market orientations vary according to organizational and environmental conditions (Alqahtani et al., 2024, 2741-2778). Thus, the present study contributes context-specific evidence by examining entrepreneurial orientation, market orientation, digital marketing capability, and marketing performance simultaneously among registered e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand. Consistent with dynamic capability theory, the overall findings indicate that strategic orientations are associated with marketing performance partly through the capability to integrate market knowledge and digital resources, while the persistence of significant direct effects confirms that digital marketing capability constitutes only part of the mechanism linking strategic orientation with marketing performance.

Implications and Directions for Future Research

1. Research Contributions

This study provides context-specific evidence on how entrepreneurial orientation, market orientation, and digital marketing capability are associated with marketing performance among e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand. The findings reveal distinct patterns across the two strategic orientations: entrepreneurial orientation showed small effects on digital marketing capability and marketing performance, whereas market orientation was more strongly associated with digital marketing capability and had a larger direct relationship with marketing performance. Digital marketing capability showed the largest direct relationship with marketing performance. Its significant indirect effects, together with the remaining significant direct effects of both strategic orientations, indicate partial rather than full mediation. Digital marketing capability can therefore be viewed as one mechanism linking entrepreneurial and market orientations with marketing performance, consistent with the

dynamic capability perspective on the integration and reconfiguration of organizational resources and knowledge (Teece, 2007, 1319–1350).

The model's explained variance further illustrates the contribution of digital marketing capability. Entrepreneurial orientation and market orientation explained 42.2% of the variance in digital marketing capability (R^2 = 0.422) and 50.2% of the variance in marketing performance when the mediator was excluded (R^2 = 0.502). With digital marketing capability included, the explained variance in marketing performance increased to 65.8% (R^2 = 0.658), an increase of 15.6 percentage points. This increase indicates that digital marketing capability adds explanatory value to the model within the e-commerce context examined.

2. Managerial Implications

The findings suggest that digital marketing capability deserves particular managerial attention because it showed the largest direct relationship with marketing performance in the model. Market orientation was also showed a larger standardized association with marketing capability than entrepreneurial orientation, indicating that the development of digital marketing capability may depend not only on entrepreneurial initiative but also on systematic attention to customers, competitors, interfunctional coordination, and market intelligence generation. For e-commerce entrepreneurs, this implies that entrepreneurial behavior may be more useful when accompanied by structured market knowledge and processes that support the application of digital marketing activities.

Managerial attention to marketing capability may be organized around the five dimensions examined in this study. Innovation ecosystem readiness concerns the extent to which organizational resources and existing digital arrangements are prepared to support digital marketing activities. Digital marketing technology adoption involves the selection and use of technologies that fit the firm's marketing activities and customer interactions. Digital transformation relates to the integration of digital processes into ongoing marketing operations. Digital market intelligence and analytics concerns the systematic use of customer, competitor, and market information in marketing decisions. Digital communication and customer value creation focuses on the use of digital channels to communicate value and respond to customer needs. These dimensions provide a more specific basis for managerial action than broad recommendations to increase digitalization in general.

Entrepreneurial orientation nevertheless remains relevant to the model. Its positive but relatively small effects suggest that innovativeness, risk-taking, proactiveness, autonomy, and competitive aggressiveness may complement market orientation and digital marketing capability rather than substitute for them. For e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand, the overall findings point to the potential value of combining entrepreneurial initiative with systematic market understanding and the organizational capability to apply digital technologies and market knowledge through coordinated marketing activities. These implications are intentionally limited to the constructs examined in the study and should not be extended to broader outcomes, such as long-term sustainability or competitive advantage, which were not directly assessed.

3. Directions for Future Research

The findings should be interpreted within the context of registered e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand. Future research could examine whether the relationships among entrepreneurial orientation, market orientation, digital marketing capability, and marketing performance are comparable across other regions, industries, or forms of e-commerce business. Because digital marketing capability was modeled as a multidimensional construct, subsequent studies may also assess the five dimensions separately to determine whether particular capabilities are more closely associated with specific marketing performance outcomes.

The partial mediation results suggest that digital marketing capability captures only part of the relationships linking entrepreneurial orientation and market orientation to marketing performance. Further research could therefore investigate other theoretically grounded mediating mechanisms and examine whether contextual conditions, such as technological turbulence, competitive intensity, or environmental dynamism, alter these relationships. Longitudinal or multi-informant designs would also provide a useful basis for assessing their stability over time while reducing reliance on data obtained from a single respondent.

Conclusion

This study examined the relationships of entrepreneurial orientation and market orientation with digital marketing capability and marketing performance among 374

e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand, with particular attention to the mediating role of digital marketing capability. The findings showed that entrepreneurial orientation was positively related to both digital marketing capability and marketing performance, although the effects were small, whereas market orientation had a comparatively larger relationship with digital marketing capability and a larger direct relationship with marketing performance. Digital marketing capability showed the largest direct effect on marketing performance and partially mediated both the entrepreneurial orientation–marketing performance and market orientation–marketing performance relationships. Thus, entrepreneurial orientation and market orientation were associated with marketing performance both directly and indirectly through digital marketing capability.

The model explained 65.8% of the variance in marketing performance when digital marketing capability was included, compared with 50.2% in the model without the mediator, representing an increase of 15.6 percentage points in explained variance. These findings suggest that digital marketing capability provides an important explanatory mechanism within the proposed model, while the persistence of significant direct effects indicates that it does not fully account for the relationships of entrepreneurial orientation and market orientation with marketing performance. For e-commerce entrepreneurs in Northeastern Thailand, the results point to the value of combining entrepreneurial initiative and systematic market orientation with the development of digital marketing capability across innovation ecosystem readiness, digital marketing technology adoption, digital transformation, digital market intelligence and analytics, and digital communication and customer value creation. Future research could examine these relationships across other regions or industries, investigate the individual dimensions of digital marketing capability, and consider additional mediating or moderating mechanisms under different market and technological conditions.

References

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.

Al Buraiki, W., & Nofal, R. (2026). Entrepreneurial orientation and marketing performance in SMEs: The mediating roles of digital marketing capabilities and digital marketing

implementation in Oman. *Sustainability, 18*(4), 1925. https://doi.org/10.3390/su18041925

Alqahtani, N., Uslay, C., & Yeniyurt, S. (2024). Comparing the moderated impact of entrepreneurial orientation, market orientation, and entrepreneurial marketing on firm performance. *Journal of Small Business Management, 62*(6), 2741–2778. https://doi.org/10.1080/00472778.2023.2272267

Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research, 14*(3), 396–402. https://doi.org/10.1177/002224377701400320

Bank of Thailand. (2024). *Northeastern GRP forecast: Second-half 2024 forecast.* https://www.bot.or.th/th/thai-economy/regional-economy/northeastern-economy/grp-forecast-northeastern/grp-forecast-ne-2024-h2.html

Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (3rd ed.). New York, NY: Routledge.

Chinakidzwa, M., & Phiri, M. (2020). Impact of digital marketing capabilities on market performance of small to medium enterprise agro-processors in Harare, Zimbabwe. *Business: Theory and Practice, 21*(2), 746–757. https://doi.org/10.3846/btp.2020.12149

Chinchang, P., & Kuleelung, T. (2022). Structural relationship model of digital entrepreneurship, new product development, customer response and competitive advantage: An empirical investigation from e-commerce business in Thailand. *Arts of Management Journal, 6*(4), 1733–1755. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/257582

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

Day, G. S. (2011). *Closing the marketing capabilities gap*. *Journal of Marketing, 75*(4), 183–195. https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.183

Department of Business Development. (2025). *DBD DataWarehouse+.* https://datawarehouse.dbd.go.th/

Dermonde, M., Fischer, B. B., & de Moraes, G. H. S. M. (2024). Digital marketing capabilities, entrepreneurial orientation and franchise systems' performance. *Management Decision, 62*(12), 3978–3995. https://doi.org/10.1108/MD-05-2023-0707

Donbesuur, F., Boso, N., & Hultman, M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation on

new venture performance: Contingency roles of entrepreneurial actions. *Journal of Business Research, 118*, 150–161. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.042

Dwivedi et al. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management, 59,* 1-37. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168

Electronic Transactions Development Agency. (2024). *ETDA reports Thailand's e-commerce value in 2023 reached 5.96 trillion baht, with the insurance industry recording the highest growth at 31%.* https://www.etda.or.th/th/pr-ews/Dgt_ecom_survey2024.aspx

Ellström, D., Holtström, J., Berg, E., & Josefsson, C. (2022). Dynamic capabilities for digital transformation. *Journal of Strategy and Management, 15*(2), 272–286. https://doi.org/10.1108/JSMA-04-2021-0089

Fahmi, M., Prayogi, M. A., Lesmana, M. T., Kencana, M. C., & Syahnitar, S. (2024). Marketing performance: Unpacking market orientation mediated innovation capability and sustainable competitive advantage of small and medium enterprises food. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management, 8*(2), 487–503. https://doi.org/10.28992/ijsam.v8i2.960

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39–50. https://doi.org/10.1177/002224378101800104

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis.* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Hidayati, H. A., Astuti, E. S., Kusumawati, A., & Iqbal, M. (2025). *The influence of entrepreneurial orientation on marketing performance through digital marketing capabilities: A literature review. KnE Social Sciences, 10*(13), 329–342. https://doi.org/10.18502/kss.v10i13.18969

Homburg, C., & Wielgos, D. M. (2022). The value relevance of digital marketing capabilities to firm performance. *Journal of the Academy of Marketing Science, 50*(4), 666–688. https://doi.org/10.1007/s11747-022-00858-7

Hughes, M., & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management, 36*(5), 651–661. https://doi.org/10.1016/j.

indmarman.2006.04.003

Hu, L., & 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. https://doi.org/10.1080/10705519909540118

Kajalo, S., & Lindblom, A. (2015). Market orientation, entrepreneurial orientation and business performance among small retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management, 43*(7), 580–596. https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2014-0044

Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York, NY: Guilford Press.

Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing, 54*(2), 1–18. https://doi.org/10.1177/002224299005400201

Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 25*(2), 353–375. https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425

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

Lekmat, L., Selvarajah, C., & Hewege, C. (2018). Relationship between market orientation, entrepreneurial orientation, and firm performance in Thai SMEs: The mediating role of marketing capabilities. *International Journal of Business and Economics, 17*(3), 213–237

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review, 21*(1), 135–172. https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568

Mandagie, W. C., Kristaung, R., & Rana, J. A. S. (2024). Optimizing manufacturing firm performance in Indonesia through strategic orientation and servitization. *Problems and Perspectives in Management, 22*(1), 687–701. https://doi.org/10.21511/ppm.22(1).2024.54

Masrianto, A., Hartoyo, H., Hubeis, A. V. S., & Hasanah, N. (2022). Digital marketing utilization index for evaluating and improving company digital marketing capability. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8*(3), 153. https://doi.org/10.3390/joitmc8030153

Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science, 29*(7), 770–791. https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770

Morgan, N. A., Vorhies, D. W., & Mason, C. H. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal, 30*(8), 909–920. https://doi.org/10.1002/smj.764

Morgan, N. A. (2012). Marketing and business performance. *Journal of the Academy of Marketing Science, 40*(1), 102–119. https://doi.org/10.1007/s11747-011-0279-9

Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy, 48*(8), 103773. https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018

Narakorn, P. (2020). Mediating effects of digital marketing capability on SMEs entrepreneurs marketing performance. *Creative Business and Sustainability Journal, 42*(4), 44–66.

Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing, 54*(4), 20–35. https://doi.org/10.1177/002224299005400403

National Statistical Office. (2025). *Statistical yearbook Thailand 2025. Ministry of Digital Economy and Society.* https://www.nso.go.th/public/e-book/Statistical-Yearbook/SYB-2025/

Nieminen, P. (2022). Application of standardized regression coefficient in meta-analysis. *BioMedInformatics, 2*(3), 434–458. https://doi.org/10.3390/biomedinformatics2030028

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

Pangthong, P., Wingwon, B., & Vonglao, P. (2024). The moderating role of e-marketplace on the relationship between corporate entrepreneurship and performance evaluation of online business entrepreneurs in Thailand. *Journal of Business Administration, The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand, 13*(1), 48–66.

Ploenlap, P., Wiroterat, C., & Phokha, A. (2024). Digital marketing strategy affecting marketing performance of the e-commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand. *Journal of Accountancy and Management, 16*(2), 64–80.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology, 88*(5), 879–903. https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879

Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods, 40*(3), 879–891. https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879

Purwanti, I., Lailyningsih, D. R. N., & Suyanto, U. Y. (2022). Digital marketing capability and MSMEs performance: Understanding the moderating role of environmental dynamism. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan (Journal of Theoretical and Applied Management), 15*(3), 433–448. https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i3.39238

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics.* (6th ed.). Boston, MA: Pearson Education.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal, 18*(7), 509–533. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal, 28*(13), 1319–1350. https://doi.org/10.1002/smj.640

Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning, 51*(1), 40–49. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007

Tongdhamachart, K., & Niyomsilpa, S. (2022). Mediating Effect of Digital Marketing Capability on Marketing Effectiveness of Community Enterprises in Nakhon Pathom Province, Thailand. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 38*(1), 201-220. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2022-3801-11

Trainor, K. J., Andzulis, J. M., Rapp, A., & Agnihotri, R. (2014). Social media technology usage and customer relationship performance: A capabilities-based examination. *Journal of Business Research, 67*(6), 1201–1208. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.05.002

Samsuden, N. S., Kohar, U. H. A., Khatib, S. F. A., & Abbas, A. F. (2024). Digital capabilities and business performance: A systematic literature review. *Sustainability, 16*(24), 11108. https://doi.org/10.3390/su162411108

Vanichbuncha, K. (2019). *Structural equation modeling (SEM) with AMOS* (3rd ed.). Bangkok: Samlada Limited Partnership.

Verhoef, P. C., et al. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda *Journal of Business Research, 122*, 889–901. https://doi:10.1016/j.jbusres.2019.09.022

Warner, K. S. R., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning, 52*(3), 326–349. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001

Wingwon, B., Uthongsap, K., Wingworn, B., Kumthakruea, J., Vikromprasit, S., Huang, X., Srisook, P., & Ratchusanti, J. (2025). Digital capability, digital marketing influence as the mediators of digital entrepreneurship and online entrepreneur performance. *International Journal of Business and Management, 20*(5), 93. https://doi.org/10.5539/ijbm.v20n5p93

Zahara, S. A., et al. (2023). Entrepreneurial marketing and marketingperformance through digital marketingcapabilities of SMEs in post-pandemic recovery. *Cogent Business & Management, 10*(1), 1-18. https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2204592

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ภูมิทัศน์องค์ความรู้สู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน: บทเรียนจากการสังเคราะห์วรรณกรรมและการตีความเชิงบริบทของประเทศกำลังพัฒนา

Knowledge Landscape of Community-Based Enterprise Sustainability: Lessons from Literature Synthesis and Contextual Insights from Developing Countries

ภีมภณ มณีธร[1*], บุญฑวรรณ วิงวอน[2], ชุติมันต์ สะสอง[1]
Peemaphon Maneetorn*, Boonthawan Wingwon, Chutiman Sasong

[1]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
เลขที่ 202 ถนน ช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ เชียงใหม่ 50300
[1]Faculty of Management Science, Chiangmai Rajabhat University
202 Changphueak Road, Chang Phueak, Mueang Chiang Mai, Chiang Mai 50300, Thailand.

[2]คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
เลขที่ 173/1 ถนนพหลโยธิน ตำบลชมพู อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง 52100
[2]Faculty of Business Administration, Lampang Inter-Tech College
173/1 Phahonyothin Road, Chomphu Subdistrict, Mueang Lampang District, Lampang 52100, Thailand.

***รับบทความ**: 16 มีนาคม 2569* ***ปรับปรุงบทความ**: 10 สิงหาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์โครงสร้างองค์ความรู้และแนวโน้มการศึกษาด้านความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนด้วยการวิเคราะห์เชิงบรรณมิติ (2) สังเคราะห์ประเด็นและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในบริบทประเทศกำลังพัฒนา และ (3) พัฒนากรอบแนวคิดเชิงบูรณาการสำหรับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน การวิจัยใช้การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบร่วมกับการวิเคราะห์เชิงบรรณมิติและการวิเคราะห์เนื้อหา จากบทความที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกจำนวน 50 เรื่อง ในช่วง ค.ศ. 2022–2026 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์คำสำคัญร่วม การอ้างอิงร่วม และการสังเคราะห์เชิง

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: peemaphon_man@cmru.ac.th

เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างองค์ความรู้สามารถจำแนกเป็น 5 คลัสเตอร์ ได้แก่ (1) ความยั่งยืนและการเข้าถึงตลาด (2) การบริหารจัดการและการสร้างคุณค่า (3) ความยืดหยุ่น นวัตกรรม และผลการดำเนินงาน (4) การพัฒนาชุมชนและการตลาดดิจิทัล และ (5) การสนับสนุนเชิงนโยบายและการพัฒนา โดยองค์ความรู้มีแนวโน้มขยายไปสู่การให้ความสำคัญกับความสามารถในการปรับตัว นวัตกรรม การเชื่อมโยงตลาด และการสนับสนุนเชิงสถาบันมากขึ้น การสังเคราะห์คำสำคัญร่วมกับเนื้อหาวรรณกรรมสามารถจัดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนได้ 3 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการบริหารจัดการ การปรับตัวและนวัตกรรมขององค์กร การพัฒนาชุมชนและการสร้างศักยภาพภายในชุมชน และการเชื่อมโยงตลาดและการสนับสนุนเชิงสถาบัน นำไปสู่กรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่สะท้อนว่า ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากความเชื่อมโยงระหว่างศักยภาพของชุมชน ความสามารถขององค์กร ตลาด และบริบทเชิงสถาบัน ซึ่งสามารถใช้เป็นฐานสำหรับการวิจัยเชิงประจักษ์และการกำหนดแนวทางส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในบริบทประเทศกำลังพัฒนา

คำสำคัญ

วิสาหกิจชุมชน, ความยั่งยืน, การวิเคราะห์เชิงบรรณมิติ, ความยืดหยุ่น, การเข้าถึงตลาด, การสนับสนุนเชิงนโยบาย

***Received**: March 16, 2026* ***Revised**: April 10, 2026* ***Accepted**: August 28, 2026*

Abstract

The research aimed to (1) analyze the knowledge structure and research trends in community enterprise sustainability using bibliometric analysis, (2) synthesize key themes and factors associated with community enterprise sustainability in developing-country contexts, and (3) develop an integrated conceptual framework for community enterprise sustainability. A systematic literature review was combined with bibliometric and content analyses of 50 selected articles published between 2022 and 2026. The data were analyzed using descriptive statistics, keyword co-occurrence analysis, co-citation analysis, and content synthesis. The findings identified five major knowledge clusters: (1) sustainability and market access, (2) management and value creation, (3) resilience, innovation, and performance, (4) community development and digital marketing, and (5) policy support and development. The findings further indicate that the knowledge base has increasingly emphasized organizational adaptability, innovation, market linkages, and institutional support. Integrating the keyword co-occurrence results with content analysis yielded three key dimensions associated with

sustainability: (1) organizational management, adaptive, and innovation capabilities, (2) community development and community capacity building, and (3) market linkages and institutional support. These dimensions informed an integrated conceptual framework demonstrating that community enterprise sustainability emerges from the interconnections among community capacity, organizational capabilities, market linkages, and institutional contexts. The framework provides a foundation for future empirical research and policy development aimed at promoting sustainable community enterprises in developing-country contexts.

Keywords

Community-Based Enterprise, Sustainability, Bibliometric Analysis, Resilience, Market Access, Policy Support.

บทนำ (Introduction)

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ระบบเศรษฐกิจและสังคมโลกได้เผชิญกับความท้าทายเชิงโครงสร้างอย่างต่อเนื่อง ทั้งความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ การกระจุกตัวของรายได้ การเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนความเปราะบางของเศรษฐกิจฐานราก โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (Roy et al., 2025; Suwanmaneepong et al., 2024; Dana et al., 2023) ซึ่งชุมชนท้องถิ่นมักได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมมากกว่าภาคส่วนอื่น ภายใต้บริบทดังกล่าว รัฐบาลของหลายประเทศได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ผ่านกลไกเชิงนโยบายที่มุ่งเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนการพัฒนาของตนเอง พึ่งพาตนเอง เพื่อลดความยากจน และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในระยะยาว (Dana et al., 2023) วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise: CE) มีความสำคัญในฐานะรูปแบบหนึ่งของธุรกิจที่ดำเนินการโดยชุมชนในการลดความเหลื่อมล้ำ เสริมสร้างความเข้มแข็งของสังคม สนับสนุนการใช้ทรัพยากรให้เกิดมูลค่าเพิ่ม จึงถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาในระดับท้องถิ่น และได้รับการยอมรับมากขึ้นในฐานะกลไกเชิงสถาบันในการลดความยากจนและพึ่งพาตนเองของเกษตรกร (Cavite et al., 2021, 284-304) การขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา

งานวิจัยด้านวิสาหกิจชุมชนในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาเติบโตอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมประเด็นที่หลากหลาย อาทิ การเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการ การพัฒนาศักยภาพขององค์กร การจัดการทรัพยากร การสร้างนวัตกรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนบทบาทของภาครัฐและภาคีเครือข่ายในการสนับสนุนการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชน แต่จากการสังเคราะห์วรรณกรรมที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าองค์ความรู้ในสาขานี้

ยังมีลักษณะกระจัดกระจาย (Fragmented) ทั้งในเชิงแนวคิด ทฤษฎี และระเบียบวิธีวิจัย โดยงานวิจัยส่วนใหญ่มักศึกษาประเด็นเฉพาะด้านหรือให้ความสำคัญกับบริบทของกรณีศึกษาเป็นรายพื้นที่ ส่งผลให้ยังขาดกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่สามารถอธิบายพลวัตของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในประเทศพัฒนาแล้ว ขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาซึ่งวิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อการลดความเหลื่อมล้ำ การสร้างอาชีพ และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากกลับมีการศึกษาอย่างจำกัด ส่งผลให้ยังขาดองค์ความรู้ที่สะท้อนถึงบริบททางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสถาบันที่ส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในประเทศกำลังพัฒนา (Sharma & Shenoy, 2024)

สำหรับเชิงทฤษฎี งานวิจัยที่ผ่านมาได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดที่หลากหลายในการอธิบายการดำเนินงานและความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน อาทิ ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) (Barney, 1991, 99-120) ซึ่งมุ่งอธิบายบทบาทของทรัพยากรและความสามารถขององค์กรในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) (Teece, 2007, 1319-1350) ที่ใช้อธิบายความสามารถในการรับรู้โอกาส การคว้าโอกาส และการปรับเปลี่ยนหรือแปรสภาพทรัพยากรเพื่อสร้างคุณค่าอย่างต่อเนื่องภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง แนวคิดวิสาหกิจชุมชน (Community-Based Enterprise) ที่เน้นความฝังตัวขององค์กรและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในบริบททางสังคมและการสร้างคุณค่าร่วมแก่ชุมชน (Peredo & Chrisman, 2006, 309-328) รวมถึง ทฤษฎีสถาบัน (Institutional Theory) และแนวคิดด้านการกำกับดูแล ที่อธิบายอิทธิพลของสถาบัน นโยบาย และกลไกการกำกับดูแลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน (Scott, 2014; Aguilera et al., 2008) อย่างไรก็ตาม การประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้ดำเนินไปในลักษณะแยกส่วน โดยให้ความสำคัญกับมิติใดมิติหนึ่งเป็นหลัก แต่ยังขาดการสังเคราะห์เชิงบูรณาการในมิติด้านทรัพยากร (Resource Perspective) ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Perspective) ความฝังตัวทางสังคม (Social Embeddedness Perspective) และบริบทเชิงสถาบัน (Institutional Perspective) เพื่ออธิบายความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา

การวิเคราะห์เชิงบรรณมิติ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสำรวจโครงสร้างองค์ความรู้และพัฒนาการของสาขาวิชาที่มีความน่าสนใจ (Ledwani et al., 2022, 8-30) โดยเฉพาะงานวิจัยด้านวิสาหกิจชุมชนครอบคลุมในประเด็นที่หลากหลาย ตั้งแต่การพัฒนาชนบท การใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ไปจนถึงการปฏิรูปภาคเกษตรกรรม การสังเคราะห์องค์ความรู้จึงมีความจำเป็น เพื่อทำความเข้าใจพัฒนาการ ระบุช่องว่างขององค์ความรู้ และกำหนดทิศทางการวิจัยในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Low & MacMillan (1988, 139-161) ที่กล่าวว่า เมื่อองค์ความรู้ในสาขามีการสะสมและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การทบทวนเป็นระยะเพื่อทบทวน ประเมินพัฒนาการ และทิศทางและการเติบโตในอนาคต ถือเป็นสิ่งที่สร้างคุณประโยชน์ทางวิชาการ

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งวิเคราะห์ภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ผ่านวิธีการวิเคราะห์เชิงบรรณมิติจากฐานข้อมูลนานาชาติ ควบคู่กับการสังเคราะห์และตีความเชิงบริบท เพื่อนำไปสู่การอธิบายความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน อันจะเป็นฐานเชิงทฤษฎีสำหรับการวิจัยเชิงประจักษ์ในอนาคต และเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างองค์ความรู้และแนวโน้มการศึกษาด้านความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนด้วยการวิเคราะห์เชิงบรรณมิติ
2. เพื่อสังเคราะห์ประเด็นและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในบริบทประเทศกำลังพัฒนา
3. เพื่อพัฒนากรอบแนวคิดเชิงบูรณาการสำหรับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในบริบทประเทศกำลังพัฒนา

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1. แนวคิดความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

Mettathamrong et al., (2023, 5338) สรุปว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน เกิดจากการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารจัดการองค์กร เน้นความพอประมาณ ความมีเหตุผล และความรอบคอบ ควบคู่กับเงื่อนไขด้านความรู้และคุณธรรม ซึ่งจะนำไปสู่การพึ่งพาตนเอง โดยใช้กรอบ 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ขณะที่ Joshi and Nandram (2026) ได้ขยายมุมมองว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเป็นการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการสร้างคุณค่าภายในของผู้นำและสมาชิก (Inner Values) การสร้างเจตนารมณ์ร่วม (Shared Intent) และการมีเป้าหมายร่วมขององค์กร (Shared Purpose) ด้วยความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลระหว่างกันภายในชุมชน และมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ Shaengchart et al., (2026) ชี้ให้เห็นว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนต้องตั้งอยู่บนฐานเศรษฐกิจสังคมที่เน้นความเป็นเจ้าของร่วม ความเป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์ในชุมชน เมื่อพิจารณาร่วมกัน จึงเห็นได้ว่า องค์ความรู้ร่วมสมัยเกี่ยวกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนได้เปลี่ยนจากการมุ่งเน้นผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สู่การให้ความสำคัญด้านการสร้างคุณค่า ความสัมพันธ์ทางสังคม และบริบทเชิงพื้นที่มากขึ้น ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นรูปแบบหนึ่งของการดำเนินธุรกิจโดยชุมชนในการลดความเหลื่อมล้ำ เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยใช้ทุนทางสังคม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรในพื้นที่เป็นฐานในการพัฒนา ดังนั้น การทำความเข้าใจถึงความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน จึงต้องอาศัยการบูรณาการทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และ

บริบทเชิงสถาบัน เพื่อสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของการพัฒนารากฐานของเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนาได้อย่างครอบคลุม

2. ทฤษฎีฐานทรัพยากร ความสามารถเชิงพลวัต และทฤษฎีสถาบัน

งานวิจัยด้านความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนต้องอาศัยกรอบทฤษฎีที่หลากหลายในการอธิบายกลไกความสำเร็จ ทฤษฎีที่ 1 คือ ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) มองว่าทรัพยากรภายในองค์กร ได้แก่ (1) ทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น เงินทุน เครื่องจักร อุปกรณ์ ที่ดิน อาคาร และเทคโนโลยีการผลิต (2) ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เช่น ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ วัฒนธรรม ความรู้ สิทธิบัตร และ (3) ทรัพยากรด้านมนุษย์ เช่น ทักษะ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์และความเป็นผู้นำ เป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งต้องมีคุณลักษณะเฉพาะและยากต่อการเลียนแบบ (Barney, 1991, 99-120) ในบริบทของ CE ทรัพยากรนี้มักเชื่อมโยงกับทุนทางสังคมและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ทฤษฎีที่ 2 ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) ประกอบด้วย การรับรู้และตรวจจับโอกาส, การคว้าโอกาสและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และ การปรับโครงสร้างและเปลี่ยนแปลงองค์กร ถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายความสามารถขององค์กรในการรับรู้โอกาส คว้าโอกาส และปรับเปลี่ยนทรัพยากรภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (Teece, 2007, 1319-1350) โดยเฉพาะในบริบทหลังวิกฤตโควิด-19 ซึ่งเน้นความยืดหยุ่นและการปรับตัว และ ทฤษฎีที่ 3 สถาบัน (Institutional Theory) ชี้ให้เห็นว่าความยั่งยืนของ CE ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรและความสามารถภายในเพียงอย่างเดียว แต่ถูกกำหนดโดยโครงสร้างการสนับสนุนเชิงนโยบาย ทุนสนับสนุน กฎระเบียบ และความคาดหวังทางสังคมภายนอก (Scott, 2014)

3. ทฤษฎีทุนทางสังคม และธรรมาภิบาลแบบมีส่วนร่วม

ทุนทางสังคม (Social Capital) หมายถึงโครงสร้างของเครือข่ายความสัมพันธ์ในสังคม เช่น เครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่ม และการเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากร เป็นปัจจัยสำคัญและได้รับการอ้างอิงในวรรณกรรม CE โดยเฉพาะในบริบทประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งความไว้วางใจ ความผูกพัน การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือภายในชุมชน มีบทบาทสำคัญต่อการระดมทรัพยากรและการตัดสินใจร่วมกัน (Aguilera et al., 2008) โดย CE ที่มีทุนทางสังคมเข้มแข็งมีแนวโน้มที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืนกว่า ในขณะเดียวกัน ธรรมาภิบาลแบบมีส่วนร่วมที่สมาชิกทุกคนมีบทบาทในการกำหนดทิศทางและควบคุมทรัพยากรขององค์กรร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างความชอบธรรมและความโปร่งใส ส่งผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของสมาชิกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4. การวิจัยเชิงบรรณมิติและโครงสร้างองค์ความรู้ในการศึกษาด้านวิสาหกิจชุมชน

การวิเคราะห์เชิงบรรณมิติ (Bibliometric Analysis) เป็นระเบียบวิธีที่ใช้สำรวจโครงสร้างทางปัญญาและแนวโน้มการพัฒนาของสาขาวิชา โดยอาศัยข้อมูลการอ้างอิงและคำสำคัญในการทำแผนที่องค์ความรู้ เช่น การวิเคราะห์คำสำคัญร่วม (co-word analysis) และการวิเคราะห์การอ้างอิงร่วม (co-citation analysis) เพื่อช่วยระบุธีมหลัก เครือข่ายแนวคิด และทิศทางการวิจัย เพื่อจัดระเบียบองค์ความรู้ที่มีลักษณะกระจัด

กระจาย (Ledwani et al., 2022, 8-30) งานบรรณมิติที่มุ่งเน้นเฉพาะวิสาหกิจชุมชนยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะงานที่เชื่อมโยงผลการวิเคราะห์ระดับสากลเข้ากับการตีความเชิงบริบทของประเทศกำลังพัฒนา

ดังนั้น การวิเคราะห์โครงสร้างองค์ความรู้ด้าน CE ผ่านมุมมองเชิงระบบจึงมีความสำคัญในการระบุแกนองค์ความรู้ ช่องว่างการวิจัย และโอกาสในการบูรณาการทฤษฎีที่กระจัดกระจาย เพื่อพัฒนาแนวคิดที่สนับสนุนการวิจัยเชิงประจักษ์และการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนในอนาคต

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การศึกษานี้ใช้แนวทางการทบทวนวรรณกรรมเชิงโครงสร้าง (Structured Literature Review: SLR) ของ Block and Fisch (2020); Block et al., (2020) ซึ่งประกอบด้วยการกำหนดคำถามการวิจัย กระบวนการสืบค้นและคัดกรองบทความอย่างเป็นระบบ และการสังเคราะห์เชิงแนวคิดเพื่ออธิบายโครงสร้างและพัฒนาการองค์ความรู้ โดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์เชิงบรรณมิติ (Bibliometric Research) ควบคู่กับการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ดังนี้

1. การสืบค้นวรรณกรรมและแหล่งข้อมูล (Search Strategy and Data Sources)

การสืบค้นวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic literature search) จากฐานข้อมูล Scopus และ Thai-Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 โดยใช้คำสำคัญ ได้แก่ Community enterprise, Community-based enterprise, Local enterprise, Community participation, Sustainability และ Sustainable development ซึ่งค้นจากชื่อเรื่อง (Title) บทคัดย่อ (Abstract) และคำสำคัญ (Keywords) ทั้งนี้ ชุดคำค้นผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์และมีความเชี่ยวชาญด้านการเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

2. กระบวนการคัดกรองบทความและเกณฑ์การคัดเลือก (Screening and Inclusion–Exclusion Criteria)

บทความวิจัยที่ได้จากการสืบค้นถูกนำมาคัดกรองตามแนวทาง PRISMA 2020 โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเข้า ได้แก่ ตีพิมพ์ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2022–2026, เป็นบทความวิจัยที่ผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer-reviewed), ตีพิมพ์ในฐานข้อมูล Scopus หรือ Thai-Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 และมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise หรือ Community-based Enterprise) โดยตรง และเกณฑ์คัดออก (Exclusion Criteria) ได้แก่ บทความซ้ำ, บทความที่ไม่สามารถเข้าถึงฉบับเต็ม, บทความที่ศึกษาเฉพาะกิจการรูปแบบอื่น เช่น Social Enterprise หรือ SMEs ซึ่งไม่มีลักษณะของวิสาหกิจชุมชนตามขอบเขตการศึกษา และ บทความที่ไม่สอดคล้องกับขอบเขตการศึกษา หรืออยู่นอกช่วงเวลาที่กำหนด

ผลจากการสืบค้นเบื่องต้น พบจำนวณ 100 บทความ แบ่งเป็นฐานข้อมูล scopus จำนวน 75 บทความ และ TCI กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวน 25 บทความ หลังตรวจสอบชื่อเรื่องและบทคัดย่อ คงเหลือ 70 บทความ จากนั้นประเมินบทความแบบเต็ม จำนวน 54 บทความ และเมื่อพิจารณาความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตที่ศึกษา จึงเหลือบทความที่ผ่านเกณฑ์และนำมาวิเคราะห์ทั้งสิ้น 50 บทความ

3. เหตุผลในการเลือกใช้การวิเคราะห์เชิงบรรณมิติ (Rationale for Bibliometric Analysis)

การวิเคราะห์เชิงบรรณมิติเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการสำรวจองค์ความรู้และโครงสร้างทางปัญญาของสาขาวิชาที่ทำการศึกษา เนื่องจากสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแนวคิดและทิศทางการวิจัยได้อย่างเป็นระบบ (Donthu et al., 2021; Cobo et al., 2011) โดยการศึกษาครั้งนี้เลือกใช้แนวทางดังกล่าว เนื่องจากสอดคล้องกับข้อเสนอของ Sharma and Shenoy (2024) ที่เห็นว่าการวิเคราะห์เชิงบรรณมิติเหมาะสมต่อการศึกษาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการสร้างแผนที่องค์ความรู้ การวิเคราะห์โครงสร้างเชิงแนวคิด และการสังเคราะห์ทิศทางการวิจัยทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

4. ขอบเขตข้อมูลและชุดบทความวิจัยที่ใช้ในการศึกษา (Data Scope and Corpus)

ชุดข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยบทความวิจัยจำนวน 50 บทความ ซึ่งผ่านการคัดกรองอย่างเป็นระบบจากบทความที่สืบค้นได้ทั้งหมด 100 บทความ แบ่งเป็นบทความจากฐานข้อมูล Scopus จำนวน 45 บทความ และ TCI กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวน 5 บทความ โดยบทความส่วนใหญ่เป็นการศึกษาที่ดำเนินการในประเทศรายได้ต่ำและรายได้ปานกลาง (Low- and Middle-Income Economies: LMICs) ตามการจัดประเภทของธนาคารโลก (World Bank, 2025) ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ บังกลาเทศ อินเดีย อินโดนีเซีย จีน เวียดนาม และบราซิล ซึ่งเป็นประเทศที่วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและการพัฒนาที่ยั่งยืน ทำให้ชุดข้อมูลสามารถสะท้อนองค์ความรู้ทั้งในระดับนานาชาติและบริบทของประเทศกำลังพัฒนาได้อย่างเหมาะสม

5. กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรณมิติ (Bibliometric Analysis Procedures)

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายแนวโน้มการตีพิมพ์ ประเทศที่ศึกษา ประเภทของบทความวิจัย และลักษณะระเบียบวิธีวิจัย (2) การวิเคราะห์คำสำคัญร่วม เพื่อระบุธีมหลักและโครงสร้างเชิงแนวคิดขององค์ความรู้ และ (3) การวิเคราะห์การอ้างอิงร่วม เพื่อสำรวจความเชื่อมโยงของแนวคิดและทฤษฎี โดยใช้โปรแกรม VOSviewer Version 1.6.21 เพื่อสร้างแผนภาพเครือข่าย (Network Visualization)

6. การสังเคราะห์เชิงแนวคิดและการจัดกลุ่มธีม (Conceptual and Thematic Synthesis)

ภายหลังการวิเคราะห์เชิงบรรณมิติ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงธีม (Thematic analysis) เพื่อจัดกลุ่มงานวิจัยตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี ตัวแปร และข้อค้นพบที่ปรากฏซ้ำ นำไปสู่การสังเคราะห์ธีมและอธิบายพลวัตของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

7. การตรวจสอบคุณภาพและความน่าเชื่อถือของการวิจัย (Quality Assurance and Research Validity)

เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบแบบพหุวิธี (Triangulation) โดยเปรียบเทียบผลจากการวิเคราะห์เชิงบรรณมิติกับการสังเคราะห์เชิงเนื้อหา และใช้การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert-based validation) จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของชุดคำค้น เกณฑ์การคัดเลือกบทความ การจัดกลุ่มธีม และการตีความผลการวิเคราะห์ เพื่อเพิ่มความถูกต้องและความน่าเชื่อถือเชิงวิชาการของผลการศึกษา

ผลการวิจัย (Results)

1. ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาถึงแนวโน้มการตีพิมพ์ ประเทศที่ศึกษา ประเภทของบทความวิจัย ลักษณะระเบียบวิธีวิจัย และผลการวิเคราะห์การอ้างอิงร่วม

จากการวิเคราะห์บทความจำนวน 50 เรื่อง พบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านวิสาหกิจชุมชนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเด่นชัดในช่วงปี ค.ศ. 2022–2026 โดยมีบทความสูงสุดในปี 2025 จำนวน 20 เรื่องรองลงมาคือปี 2026 จำนวน 10 เรื่อง ปี 2024 จำนวน 9 เรื่อง ปี 2023 จำนวน 6 เรื่อง และ ปี 2022 จำนวน 5 เรื่อง ทั้งนี้ จำนวนบทความในปี 2026 เป็นข้อมูลของปีที่ยังไม่สิ้นสุด จึงยังไม่สามารถเปรียบเทียบกับปี 2025 ได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม ภาพรวมดังกล่าวสะท้อนถึงความสนใจในระดับที่เพิ่มขึ้นต่อการพัฒนาความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ประเทศที่พบการศึกษามากที่สุดคือประเทศไทย จำนวน 17 เรื่อง รองลงมาคือฟิลิปปินส์ จำนวน 8 เรื่อง อินเดียและเวียดนาม ประเทศละ 5 เรื่อง อินโดนีเซีย จำนวน 4 เรื่อง จีนจำนวน 3 เรื่อง บังกลาเทศ จำนวน 2 เรื่อง และบราซิล จำนวน 1 เรื่อง นอกจากนี้ ยังพบบทความที่เป็นการศึกษาหลายประเทศในลักษณะการทบทวนวรรณกรรม (Multi-country/Global Review) จำนวน 5 เรื่อง ด้านระเบียบวิธีวิจัย พบว่างานวิจัยเชิงคุณภาพมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 32 เรื่อง รองลงมาคืองานวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 17 เรื่อง และการวิจัยแบบผสมผสาน จำนวน 1 เรื่อง ส่วนประเภทวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับความสนใจมากที่สุด ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนด้านเกษตรกรรม จำนวน 19 เรื่อง รองลงมา คือ ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 10 เรื่อง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 7 เรื่อง วิสาหกิจชุมชนด้านบริการสังคม จำนวน 7 เรื่อง ด้านสร้างสรรค์และดิจิทัลจำนวน 3 เรื่อง และบทความประเภทการทบทวนวรรณกรรมหรืออื่น ๆ จำนวน 4 เรื่อง

ในส่วนผลการวิเคราะห์เครือข่ายการอ้างอิงร่วม (Co-citation Network Analysis) พบว่า Peredo and Chrisman (2006, 309-328) เป็นแหล่งอ้างอิงศูนย์กลางที่มีความโดดเด่นที่สุด สะท้อนบทบาทของแนวคิดวิสาหกิจฐานชุมชนในการเป็นฐานองค์ความรู้สำคัญ ขณะที่เครือข่ายมีความเชื่อมโยงกับ Teece (2007, 1319-1350) ด้านความสามารถเชิงพลวัต Porter and Kramer (2011, 2) ด้านการสร้างคุณค่าร่วม ตลอดจนงานด้านการเป็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจเพื่อสังคม แสดงให้เห็นว่าองค์ความรู้ด้านวิสาหกิจชุมชน

มีลักษณะสหวิทยาการ โดยเชื่อมโยงแนวคิดด้านการเป็นผู้ประกอบการ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการสร้างคุณค่าเพื่ออธิบายการพัฒนาและความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์เครือข่ายการอ้างอิงร่วม (Co-citation Network Analysis) ด้วยโปรแกรม VOSviewer (ที่มา : ผู้เขียน, 2026)

2. ผลการวิเคราะห์คำสำคัญร่วม เพื่อระบุธีมหลักและโครงสร้างเชิงแนวคิดขององค์ความรู้

ผลการวิเคราะห์คำสำคัญร่วม (Keyword Co-occurrence Analysis) ด้วยโปรแกรม VOSviewer พบคำสำคัญจำนวน 20 คำ เชื่อมโยง 81 ความสัมพันธ์ และมีค่าความเชื่อมโยงรวม (Total Link Strength) เท่ากับ 133 โดยมีคำว่า “community-based enterprise” เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายที่เชื่อมโยงเด่นชัดกับ “sustainability” และ “resilience” สะท้อนให้เห็นว่าองค์ความรู้ด้านวิสาหกิจชุมชนมุ่งเน้นความยั่งยืนและความสามารถในการปรับตัวเป็นแกนสำคัญ พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับการตลาด การบริหารจัดการ นวัตกรรม การพัฒนาชุมชน และการสนับสนุนเชิงนโยบาย ทั้งนี้ สามารถจำแนกโครงสร้างองค์ความรู้ออกเป็น 5 คลัสเตอร์หลัก ดังนี้

คลัสเตอร์ที่ 1 ความยั่งยืนและการเข้าถึงตลาด (Sustainability and Market Access) กลุ่มสีแดง สะท้อนประเด็นการศึกษาที่มุ่งเน้นความยั่งยืนของวิสาหกิจฐานชุมชนผ่านการสร้างคุณค่า การจัดการด้านการตลาด และการเข้าถึงตลาด โดยมีคำสำคัญเด่น ได้แก่ วิสาหกิจฐานชุมชน (community-based enterprise) ความยั่งยืน (sustainability) การเข้าถึงตลาดและการสร้างคุณค่า (market access and value creation) การจัดการการตลาด (marketing management) และ ความยั่งยืนทางธุรกิจ (business sustainability) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจฐานชุมชนมีความเชื่อมโยงกับความสามารถในการสร้างคุณค่าทางธุรกิจและการบริหารจัดการตลาด เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดและนำไปสู่ความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

กลุ่มคลัสเตอร์ที่ 2 การบริหารจัดการและการสร้างคุณค่า (Management and Value Creation) กลุ่มสีเขียว สะท้อนประเด็นการศึกษาที่มุ่งเน้นความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่เกิดจากความสามารถในการบริหารจัดการ การปรับตัวขององค์กร และการใช้ทุนทางปัญญาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานและสร้างคุณค่าร่วม โดยมีคำสำคัญ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชน (community enterprise) การบริหารผลการดำเนินงาน

(performance management) ความคล่องตัวขององค์กร (organizational agility) การสร้างคุณค่าร่วม (creating shared value) และ ทุนทางปัญญา (intellectual capital) ซึ่งสะท้อนว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนไม่ได้ขึ้นอยู่เพียงกับทรัพยากรที่มีอยู่ แต่เชื่อมโยงกับความสามารถในการบริหารจัดการ การปรับตัว และการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรและชุมชนอย่างต่อเนื่อง

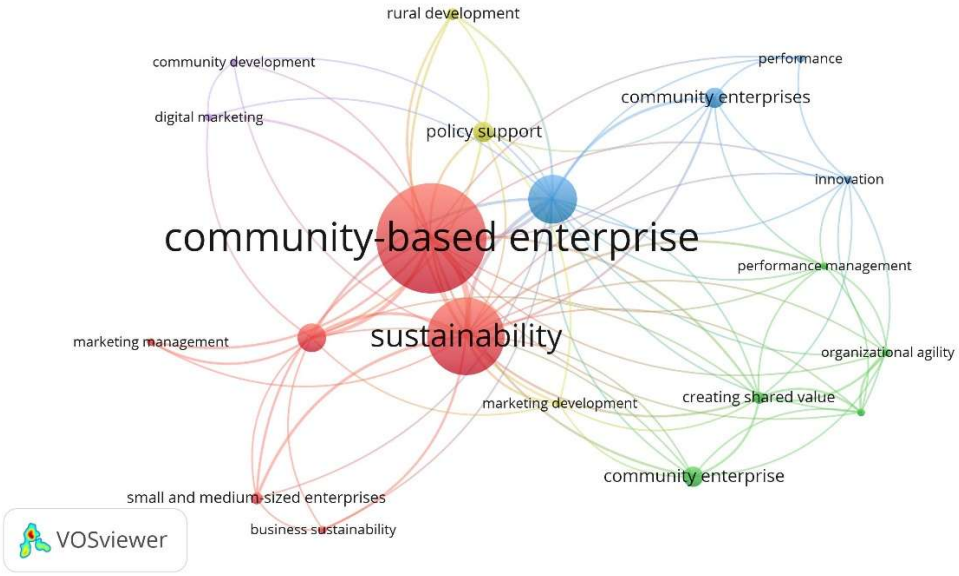
คลัสเตอร์ที่ 3 ความยืดหยุ่น นวัตกรรม และผลการดำเนินงาน (Resilience, Innovation and Performance) กลุ่มสีน้ำเงิน สะท้อนประเด็นการศึกษาที่มุ่งเน้นความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนผ่านความสามารถในการปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลง การพัฒนานวัตกรรม และการยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยมีคำสำคัญ ได้แก่ ความยืดหยุ่น (resilience) วิสาหกิจชุมชน (community enterprises) ผลการดำเนินงาน (performance) และ นวัตกรรม (innovation) ซึ่งสะท้อนว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนมีความเชื่อมโยงกับความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง การสร้างและประยุกต์ใช้นวัตกรรม ตลอดจนการพัฒนาผลการดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

คลัสเตอร์ที่ 4 การพัฒนาชุมชนและการตลาดดิจิทัล (Community Development and Digital Marketing) กลุ่มสีม่วง สะท้อนประเด็นการศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบนพื้นฐานของการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลและเชื่อมโยงวิสาหกิจชุมชนกับผู้บริโภคและตลาด โดยมีคำสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาชุมชน (community development) และ การตลาดดิจิทัล (digital marketing) ซึ่งสะท้อนว่าการเติบโตและความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเชื่อมโยงกับความเข้มแข็งของชุมชนและความสามารถในการประยุกต์ใช้ช่องทางดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจและขยายโอกาสทางการตลาด

กลุ่มคลัสเตอร์ที่ 5 การสนับสนุนเชิงนโยบายและการพัฒนา (Policy Support and Development) กลุ่มสีเหลือง สะท้อนประเด็นการศึกษาที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนผ่านการสนับสนุนเชิงนโยบายจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควบคู่ไปกับการส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาดเพื่อสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน โดยมีคำสำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนเชิงนโยบาย (policy support) การพัฒนาชนบท (rural development) และ การพัฒนาด้านการตลาด (marketing development) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืนเชื่อมโยงกับกลไกสนับสนุนจากภายนอก ทั้งด้านนโยบาย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมโอกาสทางการตลาด

กล่าวโดยสรุป ผลการวิจัยด้านวิสาหกิจชุมชนสามารถจำแนกออกเป็น 5 คลัสเตอร์ ดังแสดงไว้ในภาพที่ 2 ซึ่งสะท้อนพัฒนาการขององค์ความรู้ที่ขยายจากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนภายใต้กรอบการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม การพัฒนาเศรษฐกิจและชุมชน การลดความยากจน การมีส่วนร่วม และทุนทางสังคม (Sharma & Shenoy, 2024) ไปสู่การให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ความยืดหยุ่น นวัตกรรม ผลการดำเนินงาน การเข้าถึงตลาด และการสนับสนุนเชิงนโยบายมากขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงการต่อยอดองค์ความรู้

จากแนวคิดพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนสู่การศึกษาปัจจัยและกลไกที่ส่งเสริมความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งระดับองค์กร ชุมชน ตลาด และสถาบัน



ภาพที่ 2 การใช้คำสำคัญร่วม (Co-occurrences) ด้วยโปรแกรม VOSviewer (ที่มา : ผู้เขียน, 2026)

จากการสังเคราะห์ ทบทวนวรรณกรรม ร่วมกับการวิเคราะห์คำสำคัญร่วมและเครือข่ายการอ้างอิงร่วม สามารถพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการของความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยเริ่มจากการพัฒนาชุมชนเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินงาน ในขณะที่ความสามารถด้านการบริหารจัดการองค์กร การสร้างคุณค่า ความยืดหยุ่น และการมีนวัตกรรม เป็นกลไกภายในที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถปรับตัวและยกระดับผลการดำเนินงาน โดยเชื่อมโยงกับการจัดการตลาด การประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัล และการเข้าถึงตลาด เพื่อสนับสนุนการสร้างคุณค่าและความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ขณะเดียวกัน การสนับสนุนเชิงนโยบายและสถาบันทำหน้าที่เป็นกลไกภายนอกที่เอื้อต่อการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน องค์ประกอบดังกล่าวจึงมีความเชื่อมโยงร่วมกันในระดับชุมชน องค์กร ตลาด และสถาบัน เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ดังแสดงในภาพที่ 3

3. องค์ความรู้และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในช่วง ค.ศ. 2022–2026

การสังเคราะห์วรรณกรรมเชิงบรรณมิติ ในช่วง ค.ศ. 2022–2026 ร่วมกับผลการวิเคราะห์คำสำคัญร่วม สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างขององค์ความรู้ด้านวิสาหกิจชุมชนว่ามีการขยายขอบเขตไปสู่การอธิบายปัจจัยและกลไกที่หลากหลายและเชื่อมโยงกันมากขึ้น เมื่อพิจารณาเทียบกับฐานองค์ความรู้ที่รายงานโดย Sharma และ Shenoy (2024) ที่ได้วิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนจนถึงปี ค.ศ. 2021 พบว่า องค์ความรู้เดิมมีฐานสำคัญอยู่ที่การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (social entrepreneurship) การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship) ทุนทางสังคม (social capital) การลดความยากจน (poverty

alleviation) การพัฒนาเศรษฐกิจ (economic development) รวมถึงความยั่งยืนและนวัตกรรมที่เริ่มมีบทบาทเพิ่มขึ้น แต่ผลการศึกษาในครั้งนี้กลับพบว่า วรรณกรรมในช่วง ค.ศ. 2022–2026 ให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับ ความยั่งยืน (sustainability) ความยืดหยุ่น (resilience) ความคล่องตัวขององค์กร (organizational agility) นวัตกรรม (innovation) ผลการดำเนินงาน (performance) การสร้างคุณค่า (value creation) การเข้าถึงตลาด (market access) การตลาดดิจิทัล (digital marketing) การพัฒนาชุมชน (community development) และ การสนับสนุนเชิงนโยบาย (policy support) ซึ่งสะท้อนให้เห็นการต่อยอดองค์ความรู้จากการอธิบายบทบาทของวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ ไปสู่การทำความเข้าใจปัจจัยและกลไกที่สนับสนุนการดำรงอยู่ การปรับตัว และความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง เมื่อพิจารณาร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาของบทความ สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงขึ้นได้ 3 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านความสามารถในการบริหารจัดการ การปรับตัว และนวัตกรรมขององค์กร (Management, Adaptive and Innovation Capabilities) วรรณกรรมในช่วง ค.ศ. 2022–2026 ให้ความสำคัญกับความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในการเรียนรู้ การจัดสรรและใช้ทรัพยากร การปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การสร้างนวัตกรรม และการยกระดับผลการดำเนินงาน สะท้อนให้เห็นว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนมิได้หมายถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ครอบคลุมถึงความสามารถในการบริหารจัดการ ปรับตัว พัฒนานวัตกรรม และรักษาความต่อเนื่องของการดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน

(2) ด้านการพัฒนาชุมชนและการสร้างศักยภาพภายในชุมชน (Community Development and Community Capacity) ผลการวิเคราะห์วรรณกรรมสะท้อนบทบาทของการพัฒนาชุมชนในฐานะกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ผ่านการระดมและใช้ทรัพยากร การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ การเรียนรู้ร่วมกัน การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอกที่ให้การสนับสนุน โดยสอดคล้องกับฐานแนวคิดเดิมที่ให้ความสำคัญกับทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม และการใช้ศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(3) ด้านการเชื่อมโยงตลาดและการสนับสนุนเชิงสถาบัน (Market Linkage and Institutional Support) วรรณกรรมช่วง ค.ศ. 2022–2026 แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกับความสามารถด้านการตลาด การสนับสนุนเชิงนโยบาย และการพัฒนาชนบท สะท้อนว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนนอกจากศักยภาพภายในองค์กรและชุมชนแล้ว ยังขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างและส่งมอบคุณค่าสู่ตลาด รวมถึงสภาพแวดล้อมเชิงนโยบายและสถาบันที่เอื้อต่อการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับ Sharma และ Shenoy (2024) ที่ชี้ให้เห็นบทบาทของนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจฐานชุมชนและลดความเหลื่อมล้ำในพื้นที่

โดยสรุป ผลการสังเคราะห์คำสำคัญร่วมและการวิเคราะห์เนื้อหาสะท้อนว่า ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากความเชื่อมโยงระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการและปรับตัวขององค์กร ศักยภาพของชุมชน การเชื่อมโยงตลาด และการสนับสนุนเชิงสถาบัน ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นฐานสำคัญของกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

4. แนวโน้มและทิศทางองค์ความรู้ด้านวิสาหกิจชุมชน

ผลการวิเคราะห์วรรณกรรมในช่วง ค.ศ. 2022–2026 โดยเปรียบเทียบกับฐานองค์ความรู้ที่รายงานโดย Sharma and Shenoy (2024) พบพัฒนาการของประเด็นการวิจัยด้านวิสาหกิจชุมชนที่มีความชัดเจนและมีทิศทางการต่อยอดและเพิ่มน้ำหนักขององค์ความรู้ใน 4 ทิศทางสำคัญ ดังนี้

ประการแรก การขยายจากการอธิบายบทบาทของวิสาหกิจชุมชนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไปสู่การศึกษาความยืดหยุ่นและการปรับตัวขององค์กร โดยให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่น (resilience) ความคล่องตัวขององค์กร (organizational agility) นวัตกรรม (innovation) และผลการดำเนินงาน (performance) มากขึ้น สะท้อนว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนครอบคลุมถึงความสามารถในการปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลง และรักษาความต่อเนื่องของการดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน

ประการที่สอง การต่อยอดจากทุนทางสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน ไปสู่การบูรณาการทุนชุมชนกับความสามารถเชิงองค์กร โดยการบริหารจัดการ การสร้างคุณค่า การเรียนรู้ นวัตกรรม และการใช้ทรัพยากร ถูกนำมาอธิบายร่วมกับความเข้มแข็งของชุมชนมากขึ้น เมื่อเทียบกับฐานองค์ความรู้เดิมที่ให้ความสำคัญกับทุนทางสังคม การพัฒนาชุมชน และการมีส่วนร่วม (Sharma & Shenoy, 2024) สะท้อนให้เห็นว่าแนวโน้มการศึกษาได้ขยายจากระดับชุมชนไปสู่การเชื่อมโยงศักยภาพของชุมชนกับความสามารถขององค์กรเพื่อสร้างความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

ประการที่สาม การเพิ่มความสำคัญของการเชื่อมโยงตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัล โดยการจัดการตลาด การเข้าถึงตลาดและการสร้างคุณค่า การพัฒนาด้านการตลาด และการตลาดดิจิทัล เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในการเชื่อมโยงทรัพยากร ผลิตภัณฑ์ เรื่องราว และอัตลักษณ์ของชุมชนออกสู่ตลาด สะท้อนการขยายองค์ความรู้จากการพัฒนาภายในชุมชนสู่การสร้างและส่งมอบคุณค่าแก่ตลาดภายนอกอย่างเป็นระบบ

ประการที่สี่ การขยายบทบาทของบริบทเชิงนโยบายและสถาบันต่อความยั่งยืน โดยการสนับสนุนเชิงนโยบายและการพัฒนาชนบทถูกนำมาพิจารณาร่วมกับปัจจัยภายในองค์กรและชุมชนมากขึ้น สะท้อนว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมเชิงนโยบายและสถาบันที่เอื้อต่อการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับ Sharma and Shenoy (2024) ที่ชี้ถึงบทบาทของนโยบายภาครัฐในการพัฒนาวิสาหกิจฐานชุมชน

โดยสรุป แนวโน้มองค์ความรู้ด้านวิสาหกิจชุมชนในช่วง ค.ศ. 2022–2026 สะท้อนการต่อยอดจากฐานแนวคิดด้านการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม การพัฒนาเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชน ไปสู่การอธิบายความยั่งยืนในลักษณะเชิงระบบมากขึ้น โดยเชื่อมโยง ความสามารถในการบริหาร

จัดการ การปรับตัวและนวัตกรรมขององค์กร การพัฒนาชุมชนและศักยภาพภายในชุมชน การเชื่อมโยงตลาด และการสนับสนุนเชิงสถาบัน ซึ่งเป็นฐานของกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โครงสร้างเชิงแนวคิดและกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการของความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน (ที่มา : ผู้เขียน, 2026)

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

วัตถุประสงค์ที่ 1 โครงสร้างองค์ความรู้และแนวโน้มการศึกษาด้านความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ผลการวิเคราะห์เชิงบรรณมิติสะท้อนให้เห็นว่า โครงสร้างองค์ความรู้ด้านความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนมีลักษณะสหวิทยาการ โดยผลจากการวิเคราะห์เครือข่ายการอ้างอิงร่วมพบว่า Peredo and Chrisman (2006, 309-328) เป็นฐานองค์ความรู้สำคัญด้านวิสาหกิจฐานชุมชน และเชื่อมโยงกับ Teece (2007, 1319-1350) ด้านความสามารถเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อการปรับตัวขององค์กร และ Porter and Kramer (2011, 2) ด้านการสร้างคุณค่าร่วมให้กับองค์กร สะท้อนการบูรณาการแนวคิดทางด้านการเป็นผู้ประกอบการ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการสร้างคุณค่า เพื่ออธิบายความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับ Sharma และ Shenoy (2024) ที่ชี้ให้เห็นว่าองค์ความรู้ด้านวิสาหกิจชุมชนมีพื้นฐานสำคัญจากการเป็นผู้ประกอบการเพื่อ

สังคม การพัฒนาเศรษฐกิจ การลดความยากจน ทุนทางสังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชน ก่อนขยายไปสู่ประเด็นด้านความยั่งยืนและนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์คำสำคัญร่วม พบว่า วิสาหกิจฐานชุมชน (community-based enterprise) ความยั่งยืน (sustainability) และ ความยืดหยุ่น (resilience) เป็นคำสำคัญที่เชื่อมโยงเด่นในเครือข่าย โดยสามารถจำแนกองค์ความรู้ได้เป็น 5 คลัสเตอร์ ได้แก่ (1) ความยั่งยืนและการเข้าถึงตลาด (2) การบริหารจัดการและการสร้างคุณค่า (3) ความยืดหยุ่น นวัตกรรมและผลการดำเนินงาน (4) การพัฒนาชุมชนและการตลาดดิจิทัล และ (5) การสนับสนุนเชิงนโยบายและการพัฒนา โดยโครงสร้างดังกล่าวสะท้อนว่า ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนต้องเกิดจากการเชื่อมโยงมิติด้านองค์กร ชุมชน ตลาด และสถาบันเข้าด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเชิงสถาบันของ Scott (2014) ที่มองว่าการดำเนินงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพ ต้องเกิดจากการดำเนินงานภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางสังคม กฎระเบียบและสถาบัน

ในด้านแนวโน้มองค์ความรู้ เมื่อเปรียบเทียบวรรณกรรมช่วง ค.ศ. 2022–2026 กับฐานองค์ความรู้ที่รายงานโดย Sharma and Shenoy (2024) พบการต่อยอดจากการศึกษาบทบาทของวิสาหกิจชุมชนด้านการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม การพัฒนาเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชน สู่การให้ความสำคัญกับ ความสามารถในการปรับตัวและนวัตกรรม การพัฒนาชุมชนและศักยภาพในการดำเนินงาน การเชื่อมโยงตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนการสนับสนุนเชิงนโยบายและสถาบัน มากขึ้น สะท้อนถึงขอบเขตจากการอธิบายที่มุ่งเน้นบทบาททางเศรษฐกิจและสังคมของวิสาหกิจชุมชน ไปสู่การศึกษากลไกที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัว การดำเนินงาน และความยั่งยืนภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

วัตถุประสงค์ที่ 2 การสังเคราะห์ประเด็นและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในบริบทประเทศกำลังพัฒนา ผลการสังเคราะห์คำสำคัญร่วมและการวิเคราะห์เนื้อหาวรรณกรรมสามารถจัดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนได้ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความสามารถในการบริหารจัดการ การปรับตัว และนวัตกรรมขององค์กร ผลการศึกษาสะท้อนว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนครอบคลุมถึงความสามารถในการเรียนรู้ การจัดสรรทรัพยากร การปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงาน และการสร้างนวัตกรรม เพื่อรองรับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความสามารถเชิงพลวัตของ Teece (2007, 1319-1350) ที่ให้ความสำคัญกับการรับรู้โอกาส การใช้ประโยชน์จากโอกาส และการปรับเปลี่ยนทรัพยากรเพื่อคงไว้ซึ่งความสามารถขององค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ รวมถึงผลการศึกษาของ Suwanmaneepong et al. (2024) และ Somwethee et al. (2025) ที่ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่น การปรับตัว และการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน (2) การพัฒนาชุมชนและการสร้างศักยภาพภายในชุมชน ผลการศึกษาสะท้อนความสำคัญของการระดมและใช้ทรัพยากร การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ การเรียนรู้ร่วมกัน ตลอดจนการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย ซึ่งสอดคล้องกับ Sharma and Shenoy (2024) ที่ให้ความสำคัญกับทุนทางสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน และสอดคล้องกับ Aguilera et al. (2008, 475-492) ที่เสนอว่าการมีส่วน

ร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียช่วยเสริมสร้างความชอบธรรมและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดวิสาหกิจฐานชุมชนของ Peredo and Chrisman (2006) ที่มองว่าชุมชนมิได้เป็นเพียงสถานที่ตั้งของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่มีบทบาทสำคัญในการใช้ทรัพยากรและดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชน และ (3) การเชื่อมโยงตลาดและการสนับสนุนเชิงสถาบัน ผลการศึกษาสะท้อนความสำคัญของการจัดการและการเข้าถึงตลาด การสร้างและส่งมอบคุณค่า การตลาดดิจิทัล ตลอดจนสภาพแวดล้อมเชิงนโยบายและสถาบันที่เอื้อต่อการพัฒนา ซึ่งเชื่อมโยงกับความอยู่รอดทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ Sharma and Shenoy (2024) และ Suwanmaneepong et al. (2024) ที่สะท้อนบทบาทของการตลาด การปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และกลไกสนับสนุนที่เหมาะสมต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในบริบทประเทศกำลังพัฒนา

วัตถุประสงค์ที่ 3 การพัฒนากรอบแนวคิดเชิงบูรณาการสำหรับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในบริบทประเทศกำลังพัฒนา ผลการพัฒนากรอบแนวคิดเชิงบูรณาการสะท้อนว่า ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการเชื่อมโยงระหว่าง ความสามารถในการบริหารจัดการ การปรับตัวและนวัตกรรมขององค์กร การพัฒนาชุมชนและศักยภาพภายในชุมชน การเชื่อมโยงตลาด และการสนับสนุนเชิงสถาบัน โดยองค์ประกอบเหล่านี้มิได้แยกออกจากกัน แต่ทำงานเชื่อมโยงระหว่างระดับองค์กร ชุมชน ตลาด และสถาบัน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในบริบทประเทศกำลังพัฒนา

ในระดับชุมชน การพัฒนาชุมชนและการสร้างศักยภาพภายในชุมชน เป็นฐานสำคัญของกรอบแนวคิด โดยการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ การเรียนรู้ร่วมกัน ตลอดจนการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย ช่วยเสริมศักยภาพการดำเนินงานในระดับพื้นฐาน สอดคล้องกับ Dana et al. (2023), Suwanmaneepong et al. (2024) และ Sharma and Shenoy (2024) ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนทางสังคม การส่งเสริมการมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทั้งจากหน่วยงานภายในและภายนอกที่ให้การสนับสนุน ถือเป็นทรัพยากรสำคัญของวิสาหกิจชุมชน

ในระดับองค์กร ความสามารถในการบริหารจัดการ การปรับตัว และนวัตกรรม เป็นกลไกที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถนำทรัพยากรและศักยภาพของชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยสามารถอธิบายผ่านแนวคิดความสามารถเชิงพลวัตของ Teece (2007, 1319-1350) ซึ่งเน้นการรับรู้โอกาส การใช้ประโยชน์จากโอกาส และการปรับเปลี่ยนทรัพยากรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับ Somwethee et al. (2025) ที่ให้ความสำคัญของการเรียนรู้และการปรับตัวเพื่อคงไว้ซึ่งความต่อเนื่องของการดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน

ในระดับตลาด การเชื่อมโยงตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัล ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างและส่งมอบคุณค่า ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาด สอดคล้องกับ Sharma and Shenoy (2024) และ Suwanmaneepong et al. (2024) ที่สะท้อนความสำคัญของการตลาดและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อม

ทางธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาศักยภาพภายในองค์กร ชุมชน และความอยู่รอดทางเศรษฐกิจจำเป็นต้องเชื่อมโยงกับตลาดเพื่อสนับสนุนความต่อเนื่องและความยั่งยืนในการดำเนินงาน

ในระดับสถาบัน การสนับสนุนเชิงนโยบายและสถาบัน เป็นกลไกภายนอกที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสามารถอธิบายผ่านทฤษฎีสถาบันที่มองว่า ความอยู่รอดขององค์กรขึ้นอยู่กับการดำเนินงานภายใต้อิทธิพลของนโยบาย กฎระเบียบ บรรทัดฐาน และสภาพแวดล้อมเชิงสถาบัน โดย Suwanmaneepong et al. (2024) ได้สะท้อนบทบาทของกลไกสนับสนุนในเชิงนโยบายและโครงสร้างพื้นฐานจากภาครัฐ ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ดังนั้น กรอบแนวคิดเชิงบูรณาการจึงสะท้อนว่า ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากความเชื่อมโยงระหว่างศักยภาพของชุมชน ความสามารถในการบริหารจัดการและปรับตัว การเชื่อมโยงตลาด และการสนับสนุนเชิงสถาบัน ภายใต้บริบทของประเทศกำลังพัฒนา

สรุป (Conclusion)

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า องค์ความรู้ด้านวิสาหกิจชุมชนมีการขยายไปสู่การให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ความสามารถในการปรับตัว นวัตกรรม การเชื่อมโยงตลาด และการสนับสนุนเชิงสถาบันมากขึ้น โดยความยั่งยืนมีลักษณะเชิงระบบที่เกิดจากความเชื่อมโยงระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการและปรับตัวขององค์กร ศักยภาพของชุมชน การเชื่อมโยงตลาด และการสนับสนุนเชิงสถาบัน ผลการศึกษาจึงเป็นฐานสำหรับการวิจัยเชิงประจักษ์และการกำหนดแนวทางส่งเสริมความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในบริบทประเทศกำลังพัฒนา

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ควรนำกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่พัฒนาขึ้นไปทดสอบเชิงประจักษ์ในบริบทของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ หรือแบบผสมผสาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการและปรับตัว ศักยภาพของชุมชน การเชื่อมโยงตลาด และการสนับสนุนเชิงสถาบันต่อความยั่งยืน รวมถึงการศึกษาเชิงระยะยาวและการเปรียบเทียบระหว่างประเภทธุรกิจหรือประเทศ เพื่ออธิบายความแตกต่างของกลไกความยั่งยืนในแต่ละบริบท

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานสนับสนุนควรส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการ การปรับตัว นวัตกรรม และการเข้าถึงตลาด ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนและเครือข่ายความ

ร่วมมือ โดยออกแบบมาตรการสนับสนุนให้เหมาะสมกับบริบท ศักยภาพ และความต้องการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินงานและความยั่งยืนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง (References)

Aguilera, R. V., Filatotchev, I., Gospel, H., & Jackson, G. (2008). An organizational approach to comparative corporate governance. *Academy of Management Review*, *33*(3), 475–492. DOI:10.2139/ssrn.955043

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, *17*(1), 99–120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Block, J. H., & Fisch, C. (2020). Eight tips and questions for your bibliographic study in business and management research. *Management Review Quarterly, 70*, 307–312. https://doi.org/10.1007/s11301-020-00188-4

Block, J., Fisch, C., & Rehan, F. (2020). Religion and entrepreneurship: A map of the field and a bibliometric analysis. *Management Review Quarterly, 70*(4), 591–627. https://doi.org/10.1007/s11301-019-00177-2

Cavite, H. J., Kerdsriserm, C., & Suwanmaneepong, S. (2021). Strategic guidelines for community enterprise development: A case in rural Thailand. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 17*, 284–304. https://doi.org/10.1108/JEC-05-2021-0062

Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology, 62*(7), 1382–1402. https://doi.org/10.1002/asi.21525

Dana, L.-P., Sharma, N., Kumari, S., Tripathy, K. K., Pillai, B. P., & Jayalakshmi, R. (2023). *Cooperatives as a catalyst for sustainability: Lessons learned from Asian models* (Vol. 12). World Scientific. https://doi.org/10.1142/12764

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, *133*, 285–296. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070

Joshi, G., & Nandram, S. (2026). Lessons from sustainable community-based enterprise: Harmonizing values, intent and purpose. *Journal of Enterprising Communities: People*

and Places in the Global Economy. Advance online publication. https://doi.org/10.1108/JEC-04-2025-0099

Ledwani, S., Chakraborty, S., & Digal, S. K. (2022). The evolution of Indian Journal of Finance: A retrospective review and future directions. *Indian Journal of Finance, 16*(4), 8–30. https://doi.org/10.17010/ijf/2022/v16i4/169172

Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management, 14*(2), 139–161. https://doi.org/10.1177/014920638801400202

Mettathamrong, J., Upping, P., & Deeudom, S. (2023). Approach to applying sufficiency economy philosophy in community enterprise management towards sustainability. *Sustainability, 15*(6), 5338. https://doi.org/10.3390/su15065338

Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review, 31*(2), 309–328. https://doi.org/10.5465/amr.2006.20208683

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard business review*, *89*(1), 2. https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=39071&page=44&disciplines=1&eloqua_id=5081&elq=00000000000000000000000000000000&elqCampaignId=&elqTrackId=e50b820ed3ff47d8bf7ea07391d1153f&elqaid=2758&elqat=2

Roy, P., Rossi, M., Salloum, C., Jarrar, H., & Ghose, B. (2025). Working capital management efficiency in large firms during crisis: Implications for community-based enterprises. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 19*(3), 485–509. https://doi.org/10.1108/JEC-10-2024-0201

Scott, W. R. (2014). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities* (4th ed.). Sage Publications. https://doi.org/10.22439/cjas.v32i2.4764

Shaengchart, Y., Limna, P. Kraiwanit, T., & Siripipatthanakul, S. (2026). Community enterprise and social economy for sustainability in a developing country. In *Driving social enterprise and sustainability*. Hershey, PA: IGI Global. https://doi.org/10.4018/979-8-3373-6821-4.ch001

Sharma, A., & Shenoy, S. S. (2024). Bibliometric portrait of the theory of community-based enterprise: Evolution and future directions. *Cogent Business & Management, 11*(1), Article 2315685. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2315685

Somwethee, P., Ru-Zhue, J., Aujirapongpan, S., Chanthawong, A., & Usman, B. (2025). Developing social entrepreneurial capability in Thai community enterprises: The roles of intellectual capital, creating shared value, and organizational agility on sustainability. *Social Sciences & Humanities Open, 11*, 101269. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101269

Suwanmaneepong, S., Llones, C., Kerdsriserm, C., Khermkhan, J., Eamkijkarn Sabaijai, P., Samanakupt, T., Kaewtaphan, P., Chourwong, P., Mankeb, P., & Dana, L.-P. (2024). Participatory value chain development: Insights from community-based enterprise in rural Thailand. *International Journal of Agricultural Sustainability, 22*(1), Article 2371703. https://doi.org/10.1080/14735903.2024.2371703

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal, 28*(13), 1319–1350. https://doi.org/10.1002/smj.640

World Bank. (2025). *The Little Data Book on Financial Inclusion 2025*. World Bank. https://thedocs.worldbank.org/en/doc/be6615202d1f08a25855c8ac2d615122-0050012025/related/Little-Data-Book-2025-Web.pdf?utm_source=chatgpt.com.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับ Wordwall สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

The Development of Chinese Character Recognition Skills through Game-Based Learning Integrated with Wordwall among Undergraduate Students at Maejo University

วิชญ์สุดา ภูษณะวิวัฒน์*
Wichsuda Phusanawiwat*

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ถนนเชียงใหม่-พร้าว อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 50290
Faculty of Liberal Arts, Maejo University
Chiang Mai-Phrao Road, San Sai District, Chiang Mai 50290, Thailand.

***รับบทความ**: 16 มีนาคม 2569* ***ปรับปรุงบทความ**: 13 สิงหาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) แบบกลุ่มเดียว วัดผลก่อนและหลังการทดลอง (One-Group Pretest–Posttest Design) เนื่องจากเป็นข้อจำกัดในการจัดกลุ่มควบคุม และต้องการศึกษาการพัฒนาการจำอักษรจีนภายในกลุ่มทดลอง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบทักษะการจำตัวอักษรจีนก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชา 10700361 ภาษาจีนเบื้องต้น 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 43 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับโปรแกรมประยุกต์ Wordwall จำนวน 14 หน่วยการเรียนรู้ แบบทดสอบวัดความสามารถในการจำตัวอักษร

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: wichsuda.phu@gmail.com

จีน และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test แบบ Dependent และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนทักษะการจำตัวอักษรจีนหลังเรียน ($\bar{X}$= 26.06, S.D. = 11.25) สูงกว่าก่อนเรียน ($\bar{X}$= 10.81, S.D. = 10.64) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) อยู่ในระดับ 1.71 2) นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.20, S.D. = 0.91) โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านความสนุกสนานและน่าสนใจ และ 3) ความถี่ในการเข้าใช้โปรแกรมประยุกต์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคะแนนสอบหลังเรียนในระดับปานกลาง (r = 0.533) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ

การจำตัวอักษรจีน การจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐาน โปรแกรมประยุกต์ wordwall นักศึกษาระดับปริญญาตรี

***Received**: March 16, 2026* ***Revised**: August 13, 2026* ***Accepted**: August 28, 2026*

Abstract

This study employed a one-group quasi-experimental research design using a pretest–posttest approach due to the limitation of establishing a control group and the objective of examining the development of Chinese character recognition skills within a single experimental group. The objectives of the study were: (1) to compare students' Chinese character recognition skills before and after participating in game-based learning integrated with the Wordwall application, and (2) to investigate students' satisfaction with the instructional approach. The sample consisted of 43 undergraduate students enrolled in the course 10700361 Basic Chinese I during the first semester of the 2025 academic year at Maejo University. The participants were selected through purposive sampling. The research instruments included fourteen game-based learning lesson plans integrated with the Wordwall application, a Chinese character recognition test, and a student satisfaction questionnaire. The data were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation, a dependent-samples t-test, and Pearson's product-moment correlation coefficient. The findings revealed that: (1) the students' posttest scores on Chinese character recognition skills (M =

26.06, SD = 11.25) were significantly higher than their pretest scores (M = 10.81, SD = 10.64) at the .05 level of significance, with a large effect size (Cohen's d = 1.71); (2) the overall level of student satisfaction with the game-based learning approach integrated with the Wordwall application was high (M = 4.20, SD = 0.91), with the highest satisfaction reported for the enjoyment and attractiveness of the learning activities; and (3) the frequency of using the Wordwall application demonstrated a statistically significant moderate positive correlation with students' posttest scores (r = .533, p < .05).

Keywords

Chinese Character Memorization, Game-Based Learning, Wordwall Application, Undergraduate Students

บทนำ (Introduction)

ในยุคปัจจุบัน ภาษาจีนมีความสำคัญอย่างยิ่งในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศจีนมีเศรษฐกิจขนาดใหญ่และมีมูลค่าส่งออกสินค้าสูงมาก (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2567) ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศ โดยในปี 2566 มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมายังประเทศไทยถึง 3,521,095 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) จากความสำคัญดังกล่าว ทำให้ภาษาจีนเข้ามามีบทบาทในวงการศึกษาไทยอย่างมาก ปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยเปิดสอนหลักสูตรภาษาจีนรวมแล้วกว่า 130 หลักสูตร (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) และมีความต้องการบุคลากรในตลาดแรงงานอย่างต่อเนื่อง (ปิยนาถ ปิยสาธิต, 2564, 35–47)

อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้ภาษาจีนสำหรับชาวไทยมีความท้าทาย โดยเฉพาะการจดจำตัวอักษรจีน (ฮั่นจื้อ) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์รูปภาพที่มีความหมายแตกต่างจากตัวอักษรไทย (Zhou, 2007, 201–218) ความซับซ้อนของเส้นขีดและจำนวนอักษรที่มีมหาศาลทำให้ผู้เรียนใช้เวลาเรียนนานกว่าภาษาอื่น และมักเขียนผิดพลาด (Han, 2010, 45–53 และ Xu, 2008, 32–38) วิธีการเรียนแบบดั้งเดิมที่เน้นท่องจำทำให้ผู้เรียนเกิดความท้อแท้ เบื่อหน่าย และขาดแรงจูงใจ ซึ่งหากไม่สามารถจำตัวอักษรได้ จะส่งผลกระทบต่อทักษะการอ่านและการเขียนสื่อสาร (Shen, 2005, 49–68 และ Jin & Cortazzi, 2011)

การจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐาน (Game-Based Learning) จึงเป็นนวัตกรรมที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นวิธีการที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม ได้รับประสบการณ์ตรง ช่วยสร้างแรงจูงใจและความสนุกสนาน ลดความเครียดและป้องกันภาวะผิดปกติทางใจ (ทิศนา แขมมณี, 2557 และ ฐปนนท์ สุวรรณกนิษฐ์, 2560) เมื่อนำมาบูรณาการร่วมกับโปรแกรมประยุกต์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่หรือคอมพิวเตอร์ จะยิ่งส่งเสริมการเรียนรู้ภาษา

อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาการพัฒนาการจำตัวอักษรจีนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนระดับปริญญาตรี

ในบริบทของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ การเรียนการสอนในรายวิชาภาษาจีนเบื้องต้น 1 ซึ่งเปิดให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนเป็นกลุ่มวิชาเลือกเสรีนั้น ยังคงพบปัญหาสำคัญคือผู้เรียนขาดแรงจูงใจและประสบความยากลำบากในการจดจำตัวอักษรจีน ประกอบกับจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ Wordwall เพื่อพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีนในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยของไทย ทั้งนี้ โปรแกรมประยุกต์ Wordwall ถือเป็นเครื่องมือที่มีความเหมาะสมกว่านวัตกรรมอื่น ๆ เนื่องจากมีรูปแบบของเกมที่หลากหลาย ผู้เรียนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีระบบให้ผลย้อนกลับ (Feedback) ทันที ซึ่งช่วยลดความเครียดและสร้างบรรยากาศที่สนุกสนาน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาการพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับโปรแกรมประยุกต์ Wordwall เพื่อแก้ปัญหาด้านการจดจำตัวอักษรจีน กระตุ้นแรงจูงใจในการเรียนของผู้เรียน และนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนให้มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการจำตัวอักษรจีนก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐาน โดยการใช้โปรแกรมประยุกต์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานโดยการใช้โปรแกรมประยุกต์

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ภาษาที่สอง

การเรียนรู้ภาษาที่สองหมายถึงการเรียนรู้ภาษาหลังจากภาษาแม่ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสาร การศึกษา และการดำรงชีวิตในสังคม แนวคิดของ Krashen อธิบายว่าการเรียนรู้ภาษาที่สองเกิดขึ้นจากกระบวนการสำคัญ ได้แก่ การรับรู้ภาษาโดยไม่รู้ตัวผ่านบริบทที่มีความหมาย (acquisition) การได้รับข้อมูลภาษาที่เข้าใจได้และเหมาะสมกับระดับของผู้เรียน (comprehensible input) และปัจจัยด้านอารมณ์ของผู้เรียน เช่น แรงจูงใจ ความมั่นใจ และความวิตกกังวล ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพของการเรียนรู้ภาษา หากผู้เรียนได้รับข้อมูลที่เหมาะสมและมีบรรยากาศการเรียนรู้ที่ไม่กดดัน จะช่วยให้การเรียนรู้ภาษาและการจดจำตัวอักษรจีนเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Krashen, 1982)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจำ

ความจำเป็นกระบวนการทางสมองที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การจัดเก็บ และการเรียกคืนข้อมูล ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยเฉพาะการเรียนรู้ภาษา นักวิชาการหลายท่านอธิบายว่าความจำเกี่ยวข้องกับความสามารถในการเก็บรักษาข้อมูลและนำข้อมูลนั้นมาใช้ได้อย่างถูกต้อง (Guilford, 1956, 267–293) นอกจากนี้ ทฤษฎีความจำยังอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความจำระยะสั้นและความจำระยะยาว ซึ่งการฝึกฝนและทบทวนข้อมูลอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้ข้อมูลถูกถ่ายโอนไปสู่ความจำระยะยาวได้ดีขึ้น (Miller, 1956; Baddeley, 2000) อีกทั้งแนวคิดการฝึกทบทวนแบบเว้นระยะ (Spaced Repetition) และทฤษฎีการเข้ารหัสสองระบบ (Dual-Coding Theory) ยังชี้ว่าการนำเสนอข้อมูลทั้งในรูปแบบภาพและภาษาจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจดจำและการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น (Ebbinghaus, 1885 และ Paivio, 1986)

แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้และการจำตัวอักษรจีน

ตัวอักษรจีนเป็นระบบอักษรเชิงภาพ (logographic writing system) ที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากระบบอักษรแบบอัลฟาเบต เนื่องจากตัวอักษรแต่ละตัวทำหน้าที่เป็นหน่วยความหมายและมักประกอบด้วยองค์ประกอบหลายส่วน เช่น เส้น องค์ประกอบ และรากศัพท์ การเรียนรู้ตัวอักษรจีนจึงต้องอาศัยการประมวลผลเชิงภาพและโครงสร้าง รวมถึงการเชื่อมโยงระหว่างรูป เสียง และความหมาย งานวิจัยชี้ว่าการเข้าใจโครงสร้างของตัวอักษรและการรับรู้รากศัพท์ช่วยให้ผู้เรียนสามารถจดจำตัวอักษรได้ง่ายขึ้น และช่วยลดภาระทางความจำในการเรียนรู้ตัวอักษรใหม่ (Chen & Kao, 2002, 91–102 และ McBride, 2016 และ Kuo et al., 2025, 1114-1146)

Wei et al. (2024) ได้ศึกษาผ่านการถ่ายภาพสมองและชี้ให้เห็นว่า การประมวลผลอักษรจีนต้องอาศัยการทำงานร่วมกันของสมองในส่วนการรับรู้มิติสัมพันธ์เชิงสายตา (Visuospatial orthographic processes) อย่างซับซ้อน เนื่องจากโครงสร้างของตัวอักษรจีนประกอบด้วยรากศัพท์และการจัดวางพื้นที่ที่ละเอียดอ่อน

การให้ผู้เรียนท่องจำผ่านตัวอักษรแบบสองมิติบนกระดาษแบบเดิมจึงสร้างภาระทางปัญญา (Cognitive load) ให้แก่ผู้เรียนอย่างมาก ส่งผลให้ระบบความจำระยะสั้นทำงานหนักและเกิดความเบื่อหน่ายได้ง่าย

ด้วยเหตุนี้ การเปลี่ยนผ่านสื่อการสอนไปสู่ระบบเทคโนโลยีมัลติมีเดียที่มีปฏิสัมพันธ์สูง จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยกระตุ้นสมองทั้งระบบภาพ (Visual) และภาษา (Verbal) ไปพร้อมกัน สอดคล้องตามทฤษฎีการเข้ารหัสสองระบบ (Dual-Coding Theory) ซึ่งทำให้กระบวนการถอดรหัสและการจัดเก็บข้อมูลในสมองทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ Kuo et al. (2025) ได้ทำการวิจัยถึงปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวอักษรจีน (Character properties) และความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการจำของสิ่งพิมพ์อักษรจีน โดยระบุว่า อัตราการจำ

และการจดจำตัวอักษรใหม่นั้นขึ้นอยู่กับความคุ้นเคยเชิงโครงสร้างและการรับรู้ส่วนประกอบรากศัพท์อักษรจีนของผู้เรียนแต่ละคน

การจัดการเรียนรู้ที่มีนวัตกรรมเชิงเทคโนโลยีที่สามารถปรับความยากง่าย ปรับเปลี่ยนรูปแบบเกมและตอบสนองต่อผู้เรียนได้เป็นรายบุคคล (Individual differences) เช่น โปรแกรมประยุกต์ Wordwall จึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่เข้าไปช่วยลดช่องว่างด้านความจำของผู้เรียนที่มีความจำต่างกัน ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการจำที่ทนทานผ่านการทำซ้ำอย่างเป็นระบบต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐาน

การจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานเป็นแนวทางที่นำองค์ประกอบของเกมมาใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อเพิ่มแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน เกมช่วยสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกสนานท้าทาย และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงผ่านการเล่นและการแก้ปัญหา (Prensky, 2001) นอกจากนี้ เกมยังช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ และช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจมโนทัศน์ที่สำคัญได้ง่ายขึ้น (Fuszard et al., 2001) อย่างไรก็ตาม การใช้เกมในการเรียนการสอนจำเป็นต้องมีการออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เรียนอย่างแท้จริง (ทิศนา แขมมณี, 2557)

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีและโปรแกรมประยุกต์ในการจัดการเรียนรู้

เทคโนโลยีและโปรแกรมประยุกต์มีบทบาทสำคัญต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากช่วยสนับสนุนการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาและแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย แนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรอบแนวคิด TPACK ซึ่งเน้นการผสานความรู้ด้านเนื้อหา วิธีสอน และเทคโนโลยีเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสมในการจัดการเรียนรู้ (Mishra & Koehler, 2006, 1017–1054) นอกจากนี้ แบบจำลอง SAMR ยังอธิบายระดับการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาการเรียนรู้ ตั้งแต่การใช้เทคโนโลยีแทนสื่อเดิมไปจนถึงการสร้างรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากไม่มีเทคโนโลยี (Puentedura, 2014) อีกทั้งทฤษฎีการเรียนรู้แบบมัลติมีเดียยังชี้ว่าการนำเสนอข้อมูลผ่านภาพ เสียง และข้อความร่วมกันจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้และการจดจำของผู้เรียน (Mayer, 2009)

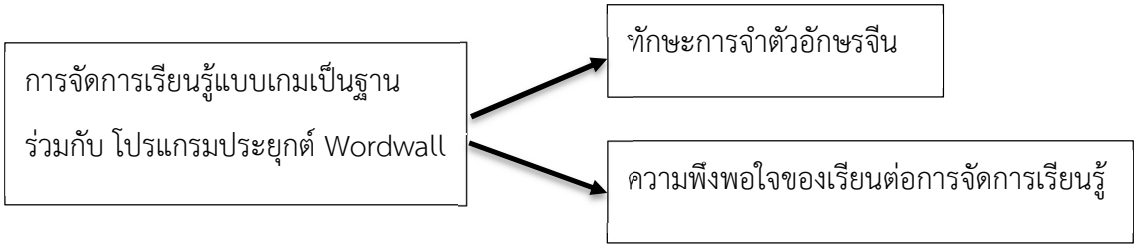
แนวคิดเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ Wordwall ในการเรียนรู้

Wordwall เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้สร้างกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบเกมและแบบทดสอบ เช่น เกมจับคู่ เกมคำศัพท์ และแบบทดสอบตอบคำถาม ซึ่งช่วยเพิ่มความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการเรียนรู้ ผู้สอนสามารถนำเนื้อหาการเรียนมาปรับใช้กับกิจกรรมเกมได้หลากหลายรูปแบบ และสามารถใช้ทั้งในชั้นเรียนและการเรียนออนไลน์ ส่งผลให้การเรียนรู้มีความยืดหยุ่นและช่วยกระตุ้นแรงจูงใจของผู้เรียนได้ดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถทบทวนเนื้อหาและฝึกทักษะได้อย่างต่อเนื่อง (ฝ่ายเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2566)

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

กรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) โดยใช้รูปแบบการทดลองแบบกลุ่มเดียววัดผลก่อนและหลังการทดลอง (One-Group Pretest–Posttest Design) เพื่อศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ต่อทักษะการจำตัวอักษรจีนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ คือ ผู้เรียนในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชา 10700361 ภาษาจีนเบื้องต้น 1 ที่เลือกเรียนเป็นวิชาเลือกเสรี จำนวน 43 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกนักศึกษาที่ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. แผนการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับโปรแกรมประยุกต์ Wordwall จำนวน 1 แผน (14 หน่วยการเรียนรู้ ครอบคลุมคำศัพท์บทที่ 3, 5, 6, 7, 8, 10 และ 11)

แผนการจัดการเรียนได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (OIC) โดยรวมอยู่ในช่วง 0.67-1.00 และได้ปรับปรุงแผนการจัดการเรียนรู้ตามข้อเสนอแนะข้อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้เป็นแผนการจัดการเรียนรู้ที่สมบูรณ์สำหรับการนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างในการทดลอง

ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับโปรแกรมประยุกต์ Wordwall ระยะเวลา 6 สัปดาห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสอนในแต่ละบทเรียนตามแผนการจัดการเรียนรู้จำนวน 14 หน่วยการเรียนรู้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นนำและการเรียนรู้เชิงรุก

- ผู้สอนนำเสนอตัวอักษรจีนผ่านสื่อมัลติมีเดีย (รูปภาพ, เส้นขีด, เสียงสะกด)

- อธิบายโครงสร้างรากศัพท์และการเชื่อมโยงภาพความหมายตามทฤษฎีการเข้ารหัสสองระบบ

ขั้นที่ 2 ขั้นฝึกฝนและทำซ้ำอย่างเป็นระบบ

- ผู้เรียนเข้าใช้โปรแกรมประยุกต์ Wordwall ผ่านแท็บเล็ตหรือสมาร์ตโฟน
- ทำกิจกรรมเกมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ (เช่น จับคู่, บัตรคำ, เปิดกล่อง)
- เกิดการดึงข้อมูลและทบทวนความจำแบบเว้นระยะ (Spaced Repetition)

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินและให้ผลย้อนกลับทันที

- ระบบรายงานคะแนนและเวลาที่ผู้เรียนใช้ทันทีหลังจบเกม
- ผู้เรียนบันทึกสรุปคำศัพท์ที่จดจำได้ยาก และสะท้อนคิดการเรียนรู้ในแบบบันทึก

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรายละเอียดกิจกรรมบนโปรแกรมประยุกต์ Wordwall

บทเรียน	รูปแบบเกมบน Wordwall	รายละเอียดและเป้าหมายกิจกรรมการจำตัวอักษรจีน
บทที่ 3 วันนี้คุณไปเข้าเรียนไหม (1)	เกมบัตรคำศัพท์ดิจิทัล	ดูแผ่นการ์ดคำศัพท์ดิจิทัล แล้วประมวลความจำเรื่องเสียงอ่านและความหมายในใจ จากนั้นจึงกดพลิกแผ่นการ์ดเพื่อดูเฉลย หากตนเองตอบถูกให้กดติ๊กถูกเพื่อเก็บคะแนน หากตอบผิดให้กดกากบาทเพื่อให้ระบบนำคำศัพท์นั้นกลับมาหมุนเวียนให้ฝึกจดจำซ้ำอีกครั้งตามรอบเวลา
บทที่ 3 วันนี้คุณไปเข้าเรียนไหม (2)		
บทที่ 5 คุณชื่ออะไร (1)	เกมลากเส้นจับคู่คำศัพท์และพินอิน	ลากกล่องคำศัพท์พินอินสะกดเสียงทางฝั่งขวา ไปจับคู่กับตัวอักษรจีนทางฝั่งซ้ายให้ถูกต้องตรงคู่กัน ช่วยฝึกทักษะการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์ภาพอักษรจีนและเสียงอ่านพินอิน
บทที่ 5 คุณชื่ออะไร (2)		
บทที่ 6 วันนี้เป็นวันที่เท่าไหร่ เดือนอะไร (1)	เกมจับคู่การ์ดความจำ	คลิกเปิดแผ่นป้ายทีละคู่เพื่อตามหาอักษรจีนและพินอินหรือคำแปลที่สัมพันธ์กัน หากเปิดป้ายไม่ตรงคู่ ป้ายจะคว่ำปิดลงไปใหม่ ช่วยกระตุ้นการทำงานของระบบประสาทสัมผัสและการจดจำตำแหน่งเชิงพื้นที่ของตัวอักษรจีน
บทที่ 6 วันนี้เป็นวันที่เท่าไหร่ เดือนอะไร (2)		
บทที่ 7 เขาเป็นใคร (1)	เกมเปิดกล่องปริศนาท้าทายความเร็ว	สุ่มเลือกกดเปิดกล่องตัวเลขทีละกล่อง เมื่อกล่องเปิดออกจะมีโจทย์ตัวอักษรจีนหรือคำถามปรากฏขึ้นมา และผู้เรียนจะต้องเลือกตอบความหมายหรือสะกดพินอินให้ถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด
บทที่ 7 เขาเป็นใคร (2)		
บทที่ 8 เบอร์โทรศัพท์ของเธอคือเบอร์อะไร (1)	เกมจับคู่พินอิน	ลากการ์ดพินอินจากด้านล่างขึ้นไปวางทับในกล่องอักษรจีนด้านบนที่สอดคล้องกัน
บทที่ 8 เบอร์โทรศัพท์ของเธอคือเบอร์อะไร (2)		

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรายละเอียดกิจกรรมบนโปรแกรมประยุกต์ Wordwall (ต่อ)

บทเรียน	รูปแบบเกมบน Wordwall	รายละเอียดและเป้าหมายกิจกรรมการจำตัวอักษรจีน
บทที่ 10 คุณพูดภาษาไทยได้ไหม (1)	เกมเปิดกล่องปริศนาท้าทายความเร็ว	สุ่มเลือกกดเปิดกล่องตัวเลขทีละกล่อง เมื่อกล่องเปิดออกจะมีโจทย์ตัวอักษรจีนหรือคำถามปรากฏขึ้นมา และผู้เรียนจะต้องเลือกตอบความหมายหรือสะกดพินอินให้ถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด
บทที่ 10 คุณพูดภาษาไทยได้ไหม (2)		
บทที่ 11 พวกคุณอยู่ไหน (1)	เกมค้นหาคู่แท้จับเวลา	อ่านคำเป้าหมายพินอินด้านบน แล้วรีบประมวลผลเลือกกดอักษรจีนด้านล่างที่มีการสะกดเสียงตรงกัน ให้ได้ถูกต้องและรวดเร็วที่สุดก่อนที่แถบจับเวลาด้านล่างจะหมดลง
บทที่ 11 พวกคุณอยู่ไหน (2)		

2. แบบทดสอบวัดความสามารถในการจำตัวอักษรจีน (ก่อนและหลังเรียน)

แบบทดสอบได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ และนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตร KR-20 ของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน ได้ค่าความเชื่อมั่น ทั้งฉบับเท่ากับ 0.64

3. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐาน ร่วมกับโปรแกรมประยุกต์ เพื่อพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีน ได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจเพื่อพิจารณาถึงรูปแบบการใช้ภาษา ความเที่ยงตรงในเนื้อหาโดยพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาสาระของบทเรียน โดยมีค่าดัชนีค่าความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC) อยู่ในช่วง 0.67-1.00

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นเตรียมการ ขั้นดำเนินการ และขั้นสรุปผล โดยในขั้นเตรียมการ ผู้วิจัยได้สร้างความเข้าใจและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับโปรแกรมประยุกต์ Wordwall เพื่อพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีนให้แก่ผู้เรียน จากนั้นในขั้นดำเนินการ ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน (Pretest) และเข้าร่วมการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการดังกล่าวเป็นระยะเวลา 6 สัปดาห์ พร้อมทั้งมีการบันทึกพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนตลอดการทดลอง และให้ผู้เรียนบันทึกการเรียนรู้หลังจบบทเรียนแต่ละครั้ง สุดท้ายในขั้นสรุปผล ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน (Posttest) และตอบแบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับโปรแกรมประยุกต์เพื่อพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับโปรแกรมประยุกต์เพื่อพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีน โดยใช้

สถิติ t-test แบบ Dependent Samples ตามแนวคิดของ ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2536) นอกจากนี้ยังใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน รวมถึงคะแนนจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เรียน ซึ่งเป็นแบบมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ตามแนวคิดของ สุจิตรา บุญยรัตพันธ์ (2546) เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นของผู้เรียนต่อการจัดการเรียนรู้ดังกล่าว อีกทั้งยังวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้โปรแกรมประยุกต์กับผลการทดสอบหลังการเรียนรู้ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสอง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบบันทึกการเรียนรู้ โดยมีกระบวนการลงรหัสข้อมูล (Coding Process) ด้วยการอ่านทบทวนข้อมูลทั้งหมด กำหนดรหัสข้อความที่มีความหมายเกี่ยวข้องกัน จัดกลุ่มรหัสเป็นหมวดหมู่ และสรุปประเด็นสำคัญ

ระยะเวลาและสถานที่ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 โดยใช้ระยะเวลาในการทดลองจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์เป็นเวลา 6 สัปดาห์ ในรายวิชา 10700361 ภาษาจีนเบื้องต้น 1 สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

การพิทักษ์สิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผู้เข้าร่วมการวิจัยได้รับการชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอน ประโยชน์ และสิทธิในการถอนตัวจากการวิจัยได้ทุกเวลา ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะถูกเก็บเป็นความลับและนำเสนอผลในภาพรวมโดยไม่ระบุชื่อผู้ให้ข้อมูล

ผลการวิจัย (Results)

1. ผลการเปรียบเทียบทักษะการจำตัวอักษรจีนก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์

ผู้วิจัยได้นำคะแนนจากแบบทดสอบวัดความสามารถในการจำตัวอักษรจีนก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 43 คน มาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test for Dependent Samples) ปรากฏผลดังตาราง

.

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนทักษะการจำตัวอักษรจีนก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์

การทดสอบ	จำนวน (n)	คะแนนเต็ม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	t	Sig. (p-value)	Effect Size (Cohen's d)
ก่อนเรียน (Pre-test)	43	50	10.81	10.64	11.19*	.000	1.71
หลังเรียน (Post-test)	43	50	26.06	11.25			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05*

จากตารางที่ 1 พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนทักษะการจำตัวอักษรจีนหลังเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 26.06 คะแนน (S.D. = 11.25) สูงกว่าก่อนเรียนที่มีค่าเฉลี่ย 10.81 คะแนน (S.D. = 10.64) โดยค่า t เท่ากับ 11.19 ซึ่งแสดงว่าทักษะหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) อยู่ในระดับ 1.71

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานโดยการใช้โปรแกรมประยุกต์

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) จำนวน 10 ข้อคำถาม มาคำนวณหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ยกำหนดให้ 4.51–5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด, 3.51–4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก, 2.51–3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง, 1.51–2.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย และ 1.00–1.50 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด ผลการประเมินปรากฏดังตาราง

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานโดยการใช้โปรแกรมประยุกต์

ประเด็นการประเมินความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เกมในโปรแกรมประยุกต์มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับบทเรียน	4.25	0.85	มาก
2. เกมในโปรแกรมประยุกต์มีความความหลากหลาย น่าสนใจและสอดคล้องตามจุดประสงค์การเรียนรู้	4.18	0.92	มาก
3. การใช้โปรแกรมประยุกต์ช่วยในการจดจำตัวอักษรจีนได้ดีขึ้น	4.28	0.88	มาก
4. การใช้โปรแกรมประยุกต์ช่วยให้เข้าใจความหมายของตัวอักษรจีนได้ดีขึ้น	4.15	0.95	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานโดยการใช้โปรแกรมประยุกต์ (ต่อ)

ประเด็นการประเมินความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
5. การใช้โปรแกรมประยุกต์ช่วยช่วยพัฒนาทักษะการเขียนตัวอักษรจีนได้ดีขึ้น	4.08	1.05	มาก
6. การใช้โปรแกรมประยุกต์ในการจดจำอักษรจีนมีความสนุกสนานและน่าสนใจ	4.35	0.80	มาก
7. โปรแกรมประยุกต์มีความสะดวกในการควบคุมและใช้งานของเกม	4.20	0.88	มาก
8. โปรแกรมประยุกต์มีความสวยงามและความน่าสนใจของกราฟิก	4.10	1.02	มาก
9. โปรแกรมประยุกต์ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.22	0.90	มาก
10. นักศึกษามีความสุขกับการเรียนภาษาโดยใช้โปรแกรมประยุกต์	4.25	0.85	มาก
รวมเฉลี่ย	**4.20**	**0.91**	**มาก**

จากตารางที่ 2 ภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.20) โดยประเด็นที่คะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ การใช้โปรแกรมประยุกต์ในการจดจำอักษรจีนมีความสนุกสนานและน่าสนใจ ($\bar{X}$= 4.35)

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเข้าใช้โปรแกรมประยุกต์ Wordwall กับคะแนนสอบหลังเรียน พบว่าความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลาง (r = 0.533) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้โปรแกรมประยุกต์กับผลการทดสอบหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐาน

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลความถี่ในการเข้าใช้โปรแกรมประยุกต์ Wordwall ใน 14 หน่วยการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 43 คน มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับคะแนนทดสอบวัดความสามารถในการจำตัวอักษรจีนหลังเรียน (Post-test) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ปรากฏผลดังตาราง

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้โปรแกรมประยุกต์กับคะแนนสอบหลังเรียน

ตัวแปร	จำนวน (N)	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (rxy)	Sig. (p-value)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ความถี่ในการเข้าใช้โปรแกรมประยุกต์ (X) กับคะแนนทดสอบหลังเรียน (Y)	43	0.533*	.000	ปานกลาง	เชิงบวก

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05*

จากตารางที่ 3 พบว่า ความถี่ในการเข้าใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคะแนนทักษะการจำตัวอักษรจีนหลังเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (rxy) เท่ากับ 0.533 ซึ่งอยู่ในระดับความสัมพันธ์ปานกลาง (Moderate Correlation)

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

จากผลการวิจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีนและความพึงพอใจของผู้เรียน ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลโดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อย่างลึกซึ้งได้ดังนี้

1. อภิปรายผลด้านการพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีน ผลการศึกษาที่พบว่าผู้เรียนมีคะแนนทักษะการจำอักษรจีนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิตินั้น สามารถอธิบายได้จากลักษณะเฉพาะของ "อักษรจีน" ร่วมกับ "ทฤษฎีการจัดการข้อมูลและความจำ"

Wei et al. (2024) ได้อธิบายถึงความสอดคล้องกับธรรมชาติของอักษรจีนและทฤษฎีการเข้ารหัสสองระบบ (Dual-Coding Theory) อักษรจีนเป็นระบบอักษรแบบภาพหรือโลโกกราฟ (Logographic) ที่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบอักษรกับเสียงโดยตรง แต่มีความซับซ้อนของการจัดวางเชิงพื้นที่ (Visuospatial complexity) ซึ่งประกอบด้วยเส้นและรากศัพท์ การให้ผู้เรียนท่องจำบนกระดาษแบบดั้งเดิมจึงสร้างภาระให้สมองอย่างมาก อย่างไรก็ตาม การใช้โปรแกรมประยุกต์ Wordwall ที่มีรูปแบบมัลติมีเดีย ได้นำเสนอภาพ เสียง สีสัน และความหมายไปพร้อมๆ กัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเข้ารหัสสองระบบของ Paivio (1986) ที่อธิบายว่ามนุษย์จะจดจำข้อมูลได้ดีที่สุดเมื่อสมองได้รับการกระตุ้นทั้งใน "ระบบภาพ" (Visual) และ "ระบบภาษา" (Verbal) พร้อมกัน ทำให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงรูปอักษรกับความหมายได้ง่ายขึ้น

ทฤษฎีการฝึกฝนแบบสม่ำเสมอ (Spaced Repetition) และทฤษฎีการประมวลผลข้อมูล (Information Processing Theory) การเล่นเกมในแอปพลิเคชันช่วยบังคับให้ผู้เรียนต้องดึงข้อมูลออกจากความจำระยะสั้น (Short-Term Memory) เพื่อนำมาใช้แก้โจทย์ในเกมซ้ำแล้วซ้ำเล่า ซึ่งตามทฤษฎีการประมวลผลข้อมูลของ Atkinson & Shiffrin (1968, 89–195) ระบุว่าข้อมูลที่ถูกฝึกซ้ำจะถูกโอนถ่ายไปสู่ความจำระยะยาว (Long-Term Memory) นอกจากนี้ แอปพลิเคชันยังเอื้อให้เกิดการฝึกฝนแบบ Spaced Repetition คือการทบทวนในช่วงเวลาที่เหมาะสม ซึ่งช่วยลดการลืม (Ebbinghaus) ทำให้ทักษะการจำอักษรจีนมีความคงทน

การลดตัวกรองทางอารมณ์ (Affective Filter Hypothesis) ตามสมมติฐานของ Stephen Krashen การเรียนภาษาที่สองจะประสบผลสำเร็จได้ดีเมื่อผู้เรียนมีแรงจูงใจสูง มีความมั่นใจ และมีความวิตกกังวลต่ำ การเขียนและการจำอักษรจีนเป็นเรื่องที่ยากและสร้างความเครียดให้ผู้เรียนชาวไทย แต่เมื่อเปลี่ยนบริบทการ

ท่องจำมาอยู่ในรูปแบบ "เกม" ความสนุกสนานและสภาพแวดล้อมที่ผ่อนคลายได้ทำหน้าที่เป็นตัวลดความเครียด (Lower Affective Filter) ทำให้ผู้เรียนเปิดรับข้อมูล (Input) เข้าสู่สมองได้อย่างเต็มที่

ความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศหลายฉบับ เช่น งานวิจัยของ พิมพร วัฒนากมลกุล และ มโนรัตน์ สมคะเนย์ (2564, 98–109) ที่พบว่าการใช้เกมแอปพลิเคชันช่วยให้คะแนนเฉลี่ยการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับขั้น สอดคล้องกับ กุลนิษฐ์ กลัดเจริญ (2566, 87–101) ที่ใช้สื่อเกม Wordwall ในนักเรียนระดับประถมศึกษาและพบว่าผลสัมฤทธิ์ด้านการจำสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับ พรวฤณ ท้วมกลัด (2567, 73–88) ที่ยืนยันว่าการใช้เกม Blooket ทำให้ทักษะการจำภาษาจีนของผู้เรียนสูงขึ้น รวมถึงงานวิจัยของ Wang (2018, 55-62) และ Darfilal (2015, 321–328) ที่ต่างสนับสนุนประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันมือถือและเกมทางภาษา

2. อภิปรายผลด้านความพึงพอใจของผู้เรียน ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20) โดยเฉพาะในประเด็นความสนุกสนานและความสุขในการเรียน สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการเรียนรู้ดังนี้

การเปลี่ยนบทบาทผู้เรียน (Active Learning & Game-Based Learning) แนวคิดการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐาน (Game-Based Learning) ตามที่ ทิศนา แขมมณี (2557) และ Prensky (2001) กล่าวไว้ว่า เกมเปลี่ยนบทบาทผู้เรียนจาก "ผู้รับข้อมูล" (Passive) มาเป็น "ผู้เล่นและผู้ตัดสินใจ" (Active) กลไกของเกมที่มีความท้าทาย รางวัล (Rewards) และข้อมูลย้อนกลับทันที (Immediate Feedback) ช่วยสร้างแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ทำให้ผู้เรียนไม่รู้สึกเบื่อหน่ายเหมือนการคัดลายมือแบบดั้งเดิม

การบูรณาการเทคโนโลยี (TPACK และ SAMR Model) ความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกและความง่ายต่อการใช้งาน สอดคล้องกับโมเดลการใช้เทคโนโลยี (SAMR Model) ของ Puentedura (2014) ที่เทคโนโลยีไม่ได้เข้ามาแค่แทนที่สื่อเดิม (Substitution) แต่ช่วยยกระดับและสร้างรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ที่มีปฏิสัมพันธ์สูง (Redefinition) แอปพลิเคชัน Wordwall ที่ใช้ในงานวิจัยมีฟังก์ชันให้เลือกหลากหลายรูปแบบ (เช่น เปิดกล่อง, ตีตัวตุ่น, จับคู่) ทำให้ตอบสนองต่อสไตล์การเรียนรู้ (Learning Styles) ที่แตกต่างกันของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาได้อย่างครบถ้วน

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการ ได้แก่ การใช้แบบแผนการทดลองแบบกลุ่มเดียว ซึ่งไม่มีกลุ่มควบคุม ทำให้มีภัยคุกคามต่อความตรงภายใน เช่น วุฒิภาวะของผู้เรียนหรือประสบการณ์เดิม นอกจากนี้ อาจมีคำอธิบายทางเลือกอื่น ที่ส่งผลต่อคะแนนที่เพิ่มขึ้น เช่น ผู้เรียนอาจมีการทบทวนบทเรียนนอกเวลาด้วยตนเองผ่านสื่ออื่นๆ

สรุป (Conclusion)

การวิจัยเพื่อพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำนวน 43 คน ที่ลงทะเบียนรายวิชา

ภาษาจีนเบื้องต้น 1 ผ่านแผนการจัดการเรียนรู้จำนวน 14 หน่วยการเรียนรู้ ดำเนินการทดลองระยะเวลา 6 สัปดาห์ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการจำตัวอักษรจีน

ภายหลังการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ Wordwall นักศึกษามีคะแนนทักษะการจำตัวอักษรจีนหลังเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 26.06 คะแนน (S.D. = 11.25) สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนซึ่งมีค่าเท่ากับ 10.81 คะแนน (S.D. = 10.64) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า t เท่ากับ 11.19 และมีค่าขนาดอิทธิพล (Cohen's d) เท่ากับ 1.71 ซึ่งแสดงว่าโปรแกรมประยุกต์นี้มีขนาดอิทธิพลต่อพัฒนาการด้านทักษะความจำของผู้เรียนในระดับมากเชิงปฏิบัติ

2. ความพึงพอใจของเรียนต่อการจัดการเรียนรู้

ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบเกมเป็นฐานร่วมกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ Wordwall ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.20, S.D. = 0.91) โดยผู้เรียนมีระดับความพึงพอใจสูงสุดในประเด็นด้านกระบวนการเรียนรู้และกลไกเกมที่มีความสนุกสนานและน่าสนใจในการช่วยจดจำอักษรจีน ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.80)

3. ผลการวิเคราะห์สถิติเพิ่มเติม

ความถี่ในการเข้าใช้งานโปรแกรมประยุกต์ Wordwall ของผู้เรียนเพื่อทบทวนบทเรียน มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับคะแนนทดสอบหลังเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (r = 0.533)

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ประมวลผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย ทั้งเชิงปริมาณและข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพของผู้เรียน นำมาสู่ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการศึกษาและการวิจัยในอนาคต ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน

ผู้สอนควรให้ความสำคัญกับการบริหารเวลาและจังหวะการเรียนรู้ (Pacing) เกมบางรูปแบบใน Wordwall ที่มีการจับเวลาอาจสร้างความกดดันทางปัญญา (Cognitive Load) มากเกินไปสำหรับผู้เริ่มเรียนภาษาจีน ผู้สอนควรเริ่มจากเกมที่ผู้เรียนควบคุมจังหวะได้เอง (Self-paced) ก่อน แล้วจึงค่อย ๆ เพิ่มระดับความท้าทายด้วยเกมที่จำกัดเวลา (i+1 ตามหลักของ Krashen)

2. ด้านการออกแบบหลักสูตรและรายวิชาภาษาจีน

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาควรสนับสนุนให้มีการบูรณาการเทคโนโลยีและโปรแกรมประยุกต์แบบ Gamification เข้าไปในประมวลรายวิชา (Syllabus) ของรายวิชาภาษาต่างประเทศอย่างเป็นระบบ ไม่ใช่เพียงแค่สื่อเสริมชั่วคราว เพื่อลดอุปสรรคในการจำอักษรจีนและสร้างแรงจูงใจอย่างยั่งยืน

3. ด้านการฝึกอบรมบุคลากร

ผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่อาจารย์ผู้สอนภาษาต่างประเทศเกี่ยวกับทักษะ TPACK (Technological Pedagogical Content Knowledge) เพื่อให้ผู้สอนสามารถเลือก ปรับใช้ และสร้างสื่อการสอนดิจิทัลบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ (เช่น Wordwall, Quizizz, Blooket) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตการศึกษาตัวแปรด้านทักษะทางภาษาด้านอื่นๆ: เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้มีขอบเขตการทดสอบจำกัดอยู่เฉพาะการจำตัวอักษรจีนเป็นตัวแปรตามตัวเดียวเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรขยายผลในการนำโปรแกรมประยุกต์ Wordwall ไปประยุกต์ใช้ศึกษาและพัฒนาทักษะทางภาษาระดับที่กว้างขึ้น เช่น ทักษะการฟังเพื่อความเข้าใจ การพูดโต้ตอบในชีวิตประจำวัน การอ่านจับใจความ หรือการเขียนและเรียบเรียงโครงสร้างไวยากรณ์ภาษาจีนที่ซับซ้อน

2. ควรศึกษาความคงทนของความจำระยะยาว (Retention Test) ควรมีการออกแบบการวิจัยเชิงติดตามระยะยาว (Longitudinal Study) โดยทำการเก็บข้อมูลและการทดสอบซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างอีกครั้งภายหลังจากการทดลองจัดกิจกรรมเสร็จสิ้นไปแล้ว 1 เดือน หรือ 3 เดือน เพื่อประเมินผลเชิงประจักษ์ถึงความคงอยู่และความมั่นคงของข้อมูลในระบบความจำระยะยาว (Long-Term Memory) ของผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรม

3. ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบประสิทธิผลของเครื่องมือดิจิทัล ควรศึกษาเปรียบเทียบเชิงวิเคราะห์ระหว่างความพึงพอใจและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ได้จากโปรแกรมประยุกต์ Wordwall กับแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มการศึกษายอดนิยมรูปแบบอื่น เช่น Quizizz, Blooket หรือ Kahoot! เพื่อหาข้อสรุปเชิงโครงสร้างว่าระบบกลไกเกม (Game Mechanics) และคุณลักษณะปฏิสัมพันธ์ของโปรแกรมประยุกต์ชนิดใดที่มีความสอดคล้องกับสไตล์การเรียนรู้ (Learning Styles) ของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาของไทยมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง (References)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย*. https://www.mots.go.th

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). *รายงานสถานการณ์การจัดการศึกษาภาษาจีนในประเทศไทย*. สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

กุลนิษฐ์ กลัดเจริญ. (2566). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคำศัพท์ภาษาจีนโดยใช้เกม Wordwall สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 31*(2), 87–101. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husocjournal/article/view/261947

ฐปนนท์ สุวรรณกนิษฐ์. (2560). *การใช้เกมเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทิศนา แขมมณี. (2557). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 18). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2567). *เศรษฐกิจจีนกับการค้าระหว่างประเทศ.* https://www.prachachat.net

ปิยนาถ ปิยสาธิต. (2564). การวิเคราะห์ความต้องการบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านภาษาจีนในตลาดแรงงานไทยผ่านสื่อสารสนเทศออนไลน์. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, 14(2), 35–47. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JLIS_SWU/article/view/250919

ฝ่ายเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2566). *การใช้ Wordwall เพื่อการจัดการเรียนรู้แบบเกม*. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

พรวฤณ ท้วมกลัด. (2567). การพัฒนาทักษะการจำคำศัพท์ภาษาจีนโดยใช้เกม Blooket สำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษา. *วารสารวิจัยทางการศึกษา, 19*(1), 73–88. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jer/article/view/269152

พิมพร วัฒนากมลกุล, และ มโนรัตน์ สมคะเนย์. (2564). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคำศัพท์ภาษาจีนโดยใช้เกมแอปพลิเคชัน. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 13(1), 98–109*. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/irdssru/article/view/249535

ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2536). *การวัดผลการศึกษา*. สุวีริยาสาส์น.

สุจิตรา บุญยรัตพันธ์. (2546). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์*. เสมาธรรม.

Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1968). Human memory: A proposed system and its control processes. In K. W. Spence & J. T. Spence (Eds.), *The psychology of learning and motivation* (Vol. 2, pp. 89–195). Academic Press. https://doi.org/10.1016/S0079-7421(08)60422-3

Baddeley, A. D. (2000). The episodic buffer: A new component of working memory. *Trends in Cognitive Sciences, 4*(11), 417–423. https://doi.org/10.1016/S1364-6613(00)01538-2

Chen, X., & Kao, H. S. R. (2002). Visual-spatial properties and orthographic processing of Chinese characters. *Journal of Educational Psychology, 94*(1), 91–102. https://www.worldcat.org/title/cognitive-neuroscience-studies-of-the-chinese-language/oclc/51252135

Darfilal, D. (2015). The effectiveness of using mobile applications in language learning. *Journal of Language Teaching and Research, 6*(2), 321–328. https://doi.org/10.17507/jltr.0602.13

Ebbinghaus, H. (1885). *Memory: A contribution to experimental psychology*. Teachers College, Columbia University.

Fuszard, B., Innovative Teaching Strategies in Nursing. (2001). *Innovative teaching strategies in nursing* (2nd ed.). Aspen Publishers.

Guilford, J. P. (1956). *The structure of intellect*. *Psychological Bulletin*, 53(4), 267–293. https://doi.org/10.1037/h0040755

Han, J. (2010). Research on Chinese character acquisition among second language learners. *Chinese Teaching Research, 7*(2), 45–53. https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=18115209-201006-201007210041-201007210041-45-53

Jin, L., & Cortazzi, M. (2011). *Researching Chinese learners: Skills, perceptions and intercultural adaptations*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230299481

Krashen, S. D. (1982). *Principles and practice in second language acquisition*. Pergamon Press.

Kuo, L.-J., Ku, Y.-M., Chen, Z., & Shih, C.-Y. (2025). Acquisition of Chinese characters: The impact of character properties and the contribution of individual differences. *Applied Psycholinguistics, 45*(6), 1114–1146. https://doi.org/10.1017/S0142716424000420.

Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning* (2nd ed.). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511811678

McBride, C. (2016). *Children's literacy development: A cross-cultural perspective on learning to read and write*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315689401

Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review, 63*(2), 81–97. https://doi.org/10.1037/h0043158

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

Paivio, A. (1986). *Mental representations: A dual coding approach*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195039368.001.0001

Prensky, M. (2001). *Digital game-based learning*. McGraw-Hill.

Puentedura, R. R. (2014). *SAMR: A model for educational technology integration*. Retrieved from http://www.hippasus.com

Shen, H. H. (2005). An investigation of Chinese-character learning strategies among non-native speakers of Chinese. *System, 33*(1), 49–68. https://doi.org/10.1016/j.system.2004.11.001

Wang, H. (2018). An empirical study of an academic English literacies teaching model based on online learning resources. *Foreign Language World*, 5(2), 55-62. http://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&filename=WYJI201805008

Wei, Y., Wang, J., Wang, H., & Paz-Alonso, P. M. (2024). Functional interactions underlying visuospatial orthographic processes in Chinese reading. *Cerebral Cortex, 34*(9), bhae359. https://doi.org/10.1093/cercor/bhae359

Xu, B. (2008). Difficulties in Chinese character learning among foreign learners. *Chinese Language Teaching Journal, 5*(1), 32–38. https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=18115209-200806-5-1-32-38

Zhou, X. (2007). The cognitive processing of Chinese characters. *Journal of Chinese Linguistics, 35*(2), 201–218. https://www.jstor.org/stable/23754191

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูล

Developing a Holistic Marketing Strategy for Satun UNESCO Global Geopark through Multi-Stakeholder Participatory Processes

ณฐา อภิธาวินวสุ*, สมเกียรติ สายธนู, ทวีศักดิ์ พุฒสุขี, ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์

Natha Apithawinwasu*, Somkiat Saithanoo, Thaweesak Putsukee, Nattaphan Kechareananta

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ
140 หมู่ที่ 4 ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา 90000
International College, Thaksin University
140 Kanchanawanit Road, Village No. 4, Khao Rup Chang Subdistrict, Mueang Songkhla District, Songkhla Province 90000, Thailand.

***รับบทความ**: 25 มีนาคม 2569* ***ปรับปรุงบทความ**: 6 สิงหาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

อุทยานธรณีโลกสตูลมีทุนทางธรณีวิทยา ระบบนิเวศ และวัฒนธรรมโดดเด่น แต่การบริหารจัดการร่วมและระบบติดตามประเมินผลยังขาดการบูรณาการ การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาและออกแบบกลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม (2) ออกแบบแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์และระบบติดตามประเมินผล และ (3) เสนอกรอบการประยุกต์ใช้สำหรับอุทยานธรณีอื่นในประเทศไทย การวิจัยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนากลยุทธ์แบบมีส่วนร่วม ภายใต้การวิจัยแบบผสมผสานชนิด Embedded Design (QUALquan) เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 30 คน ร่วมกับการสนทนากลุ่มฉันทามติ 2 รอบ ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณเก็บด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด ครอบคลุมศักยภาพทางการตลาดตาม 7Ps และการมีส่วนร่วมทางการตลาด 5 มิติ วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและเชิงประเด็น สถิติเชิงพรรณนา การถดถอยพหุคูณ และการสังเคราะห์ STP ร่วมกับ 7Ps ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.72) โดยการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.05) การมีส่วนร่วมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน 5 มิติ (4.00) และ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: Natha.api@gmail.com

รายการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.23) ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมทุกมิติ (β = 0.250–0.260, $p < .001$) โดยแบบจำลองอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 23–38 ผลการสังเคราะห์นำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวม ได้แก่ การตลาดภายในองค์กร การตลาดแบบบูรณาการ การตลาดเชิงสัมพันธ์ และการตลาดเพื่อผลลัพธ์และความยั่งยืน พร้อมแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี ระบบติดตามประเมินผลตามกรอบความยั่งยืน และกรอบการประยุกต์ใช้ 5 หลักการสำหรับอุทยานธรณีอื่นในประเทศไทย

คำสำคัญ

กลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวม, กระบวนการมีส่วนร่วม, อุทยานธรณีโลกสตูล, การพัฒนาที่ยั่งยืน

Received: *March 25, 2026* ***Revised***: *August 6, 2026* ***Accepted***: *August 28, 2026*

Abstract

Satun UNESCO Global Geopark possesses distinctive geological, ecological, and cultural assets. However, its collaborative governance and monitoring and evaluation systems remain insufficiently integrated. This study therefore aimed to: (1) develop and design a holistic marketing strategy through a participatory process; (2) formulate a strategic action plan and a monitoring and evaluation system; and (3) propose an application framework for other geoparks in Thailand. The study employed a participatory strategy research and development process within an embedded mixed-methods design (QUALquan). Qualitative data were collected through in-depth interviews with 30 key informants and two rounds of consensus focus-group discussions. Quantitative data were obtained from 400 questionnaire respondents, covering marketing potential based on the 7Ps framework and five dimensions of marketing participation. Data were analyzed using content and thematic analysis, descriptive statistics, multiple regression analysis, and a synthesis of segmentation, targeting, and positioning (STP) with the 7Ps framework. The findings indicated that overall marketing potential was high (M = 3.72), with customer relationship development receiving the highest mean score (M = 4.05). Among the five participation dimensions, participation in product and service development ranked highest (M = 4.00), while tourism product development received the highest item-level score (M = 4.23). Participation frequency positively influenced all dimensions of participation (β = 0.250–0.260, $p < .001$), with the models explaining 23–38% of the variance. The synthesis

resulted in a holistic marketing strategy comprising internal marketing, integrated marketing, relationship marketing, and performance- and sustainability-oriented marketing. It also produced a five-year strategic action plan, a sustainability-based monitoring and evaluation system, and a five-principal application framework for other geoparks in Thailand.

Keywords

Holistic Marketing, Participatory Process, Satun UNESCO Global Geopark, Sustainable Development

1. บทนำ (Introduction)

อุทยานธรณีโลกสตูลได้รับการรับรองจากยูเนสโกเมื่อวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2561 และต้องแสดงพัฒนาการอย่างต่อเนื่องภายใต้การประเมินต่ออายุทุก 4 ปี ซึ่งครอบคลุมการอนุรักษ์ การบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสื่อสารคุณค่าของพื้นที่ การดำเนินงานจึงต้องสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับความยั่งยืนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (UNESCO, 2017)

พื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูลมีแหล่งธรณีวิทยา 53 แหล่ง ตลอดจนระบบนิเวศและมรดกวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่ยังมีข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง ได้แก่ การขาดกลไกบริหารจัดการกลาง มาตรฐานบริการที่ไม่สม่ำเสมอ การสื่อสารการตลาดที่ยังจำกัด และระบบติดตามประเมินผลที่ไม่ชัดเจน รายงานการประเมินซ้ำ พ.ศ. 2565 จึงเสนอให้พัฒนาแผนด้านการตลาดและยกระดับการทำงานร่วมกับพันธมิตรทุกภาคส่วน (สตูลจีโอพาร์ค, 2022)

ในเชิงวิชาการ งานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับอุทยานธรณีและการท่องเที่ยวในพื้นที่ส่วนใหญ่ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการมีส่วนร่วมของชุมชนแยกเป็นรายประเด็น จึงยังขาดกรอบที่บูรณาการการตลาดแบบองค์รวมกับการจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กระบวนการมีส่วนร่วม STP ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps และการประเมินผลตาม Triple Bottom Line เพื่อพัฒนากลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ และระบบติดตามประเมินผลที่เหมาะกับบริบทอุทยานธรณีโลกของประเทศไทย งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมช่องว่างดังกล่าวผ่านกระบวนการพัฒนากลยุทธ์ร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพกับเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาและออกแบบกลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูล

2. เพื่อออกแบบแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ กรอบเวลาดำเนินการ และระบบการติดตามและประเมินผล สำหรับการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติในพื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูล

3. เพื่อเสนอกรอบการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมสำหรับอุทยานธรณีอื่น ๆ ในประเทศไทย โดยคำนึงถึงความหลากหลายของบริบทพื้นที่ สภาพสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

3. ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

3.1 การตลาดแบบองค์รวม

Kotler and Keller (2016) อธิบายว่าการตลาดแบบองค์รวมเชื่อมโยงการตลาดภายในองค์กร การตลาดแบบบูรณาการ การตลาดเชิงสัมพันธ์ และการตลาดเพื่อผลลัพธ์ให้ทำงานเป็นระบบเดียวกัน เมื่อพิจารณาร่วมกับ Kotler and Keller (2015, 413-424) และ Munteanu et al. (2014, 9-17) แนวคิดร่วมที่สำคัญคือองค์กรต้องกำหนดคุณค่าที่ต้องการส่งมอบให้ชัดเจน แล้วทำให้บุคลากร ช่องทางสื่อสาร ความสัมพันธ์กับภาคี และการวัดผลสนับสนุนคุณค่านั้นอย่างสอดคล้อง มิใช่ดำเนินกิจกรรมการตลาดแยกส่วน

ในบริบทอุทยานธรณี Molokáč et al. (2023, 803) ชี้ให้เห็นความสำคัญของการเชื่อมช่องทางออนไลน์กับออฟไลน์ ขณะที่พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ และคณะ (2019, 68-79) เน้นบทบาทของเทคโนโลยีและการสื่อสารแบบบูรณาการ ข้อค้นพบทั้งสองสายจึงสนับสนุนการใช้การตลาดแบบองค์รวมเป็นกรอบหลักของงานวิจัยนี้ โดยให้การพัฒนาศักยภาพภายใน การสร้างตราสินค้าและช่องทางกลาง เครือข่ายความสัมพันธ์ และตัวชี้วัดความยั่งยืนเชื่อมโยงกันตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหาจนถึงการออกแบบแผนปฏิบัติการ

3.2 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการประเมินความโดดเด่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ Freeman (1984) ให้ความสำคัญกับบุคคลหรือกลุ่มที่ส่งผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร ส่วน Mitchell et al. (1997, 853-886) เสนอให้จัดลำดับความโดดเด่นจากอำนาจ ความชอบธรรม และความเร่งด่วน ขณะที่ Fontaine et al. (2006) ช่วยอธิบายตำแหน่งของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ภายนอก และกลุ่มเชื่อมต่อ เมื่อสังเคราะห์ร่วมกัน กรอบดังกล่าวทำให้การวิจัยนี้จำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิงวิเคราะห์เป็น 4 กลุ่ม และใช้ระดับความโดดเด่นเป็นหลักในการกำหนดความสำคัญของข้อคิดเห็น มิใช่ถือว่าทุกกลุ่มมีอิทธิพลเท่ากันโดยอัตโนมัติ

3.3 บันไดการมีส่วนร่วมและกระบวนการมีส่วนร่วม

Arnstein (1969, 216-224) จำแนกระดับการมีส่วนร่วมตั้งแต่การไม่มีอำนาจไปจนถึงการเป็นหุ้นส่วนและการมอบอำนาจ ซึ่งชี้ว่าการรับฟังความคิดเห็นเพียงอย่างเดียวยังไม่เท่ากับการร่วมตัดสินใจ งานของณัฐวุฒิ รัพยูร และปรารถนา หลีกภัย (2566, 33-51) สอดคล้องกันในประเด็นที่ต้องเสริมบทบาทผู้นำชุมชนและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนจนถึงการประเมินผล ดังนั้น การสนทนากลุ่มฉันทามติใน

การวิจัยนี้จึงถูกออกแบบให้ผู้เข้าร่วมร่วมพิจารณาทางเลือก ปรับร่าง และรับรองกลยุทธ์ในระดับการเป็นหุ้นส่วน มากกว่าการเป็นเพียงผู้ให้ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ STP และส่วนประสมทางการตลาดบริการ

การวิเคราะห์ STP ของ Kotler (1991) ช่วยจำแนกความต้องการของตลาด เลือกกลุ่มเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งคุณค่า ส่วนกรอบส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Booms and Bitner (1981) และ Zeithaml and Bitner (2003) ขยายการวิเคราะห์จากผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทาง และการส่งเสริมการตลาดไปสู่บุคลากร กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งมีความสำคัญต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Hose, 2011, 343-359) ในงานวิจัยนี้ STP จึงทำหน้าที่กำหนดผู้รับคุณค่าและตำแหน่งทางการตลาด ขณะที่ 7Ps ใช้ตรวจสอบองค์ประกอบของการส่งมอบคุณค่าให้ครบถ้วน

3.5 การตลาดเพื่อความยั่งยืน ผลิตภัณฑ์ธรณี และเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์

แนวคิดการตลาดเพื่อความยั่งยืนของ Belz and Peattie (2009) และ Triple Bottom Line ของ Elkington (1997) มีจุดร่วมที่การประเมินผลไม่ควรจำกัดอยู่ที่รายได้ แต่ต้องพิจารณาผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน กรอบดังกล่าวจึงเป็นฐานในการกำหนดตัวชี้วัดด้านรายได้และการจ้างงาน การมีส่วนร่วมและความพึงพอใจ ตลอดจนสถานะการอนุรักษ์และความหลากหลายทางชีวภาพในระบบติดตามประเมินผลของการวิจัยนี้

สำหรับการสร้างคุณค่าเฉพาะพื้นที่ Rodrigues et al. (2021, 108-128) และ Yuliawati et al. (2021, 12-20) ต่างเสนอว่าผลิตภัณฑ์ธรณีที่เชื่อมความรู้ทางธรณีวิทยากับภูมิปัญญาและการประกอบอาชีพของชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยไม่แยกขาดจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น ขณะที่ Pine and Gilmore (1999) อธิบายว่าประสบการณ์และเรื่องเล่ามีบทบาทต่อคุณค่าที่ผู้มาเยือนรับรู้ ประเด็นเหล่านี้จึงเชื่อมเข้าสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การเล่าเรื่องผ่านธรณีวิทยา และการวางตำแหน่งอุทยานธรณีโลกสตูล

ด้านการวัดผล Jeon et al. (2025) เสนอแนวทางประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เมื่อสังเคราะห์วรรณกรรมทั้งหมด งานวิจัยนี้จึงกำหนดลำดับเชิงแนวคิดจาก (1) การจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและระดับการมีส่วนร่วม (2) การรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลผ่านเครื่องมือหลายวิธี (3) การสังเคราะห์ STP และ 7Ps (4) การพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวม 4 เสาหลัก และ (5) การแปลงกลยุทธ์เป็นแผนปฏิบัติการและระบบติดตามผลตาม Triple Bottom Line ดังแสดงในรูปที่ 1

3.6 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดเริ่มจากการใช้ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและ Stakeholder Salience เพื่อจำแนกบทบาทและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควบคู่กับบันไดการมีส่วนร่วมเพื่อออกแบบระดับการร่วมตัดสินใจ ข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่มถูกสังเคราะห์เป็น STP และ 7Ps ซึ่งเป็นฐานเชิงประจักษ์สำหรับพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวม 4 เสาหลัก จากนั้นจึงแปลงเป็นแผนปฏิบัติการ 5 ปี ระบบติดตามประเมินผลตาม Triple Bottom Line และกรอบการประยุกต์ใช้สำหรับพื้นที่อื่น ความสัมพันธ์ดังกล่าวทำให้ตัวแปรที่วัดจริงในแบบสอบถาม ได้แก่ ศักยภาพตาม 7Ps และการมีส่วนร่วม 5 มิติ เชื่อมโยงกับผลผลิตเชิงกลยุทธ์อย่างชัดเจน

4. วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยดำเนินการเป็น 3 ระยะต่อเนื่อง ได้แก่ ระยะที่ 1 วิเคราะห์สถานการณ์ ระยะที่ 2 พัฒนาร่างกลยุทธ์ผ่านการสนทนากลุ่มฉันทามติรอบที่ 1 และระยะที่ 3 ปรับปรุงและรับรองกลยุทธ์ผ่านการสนทนากลุ่ม

ฉันทามติรอบที่ 2 ผลลัพธ์ของการศึกษาเป็นกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ และระบบติดตามประเมินผลที่ผ่านการพิจารณาร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง แต่ยังมิใช่ผลการทดลองใช้กลยุทธ์ในพื้นที่จริง

4.1 แนวทางและระยะการวิจัย

การศึกษานี้ใช้การวิจัยและพัฒนากลยุทธ์โดยกระบวนการมีส่วนร่วม (Participatory Strategy-Development Research) ภายใต้การวิจัยแบบผสมผสานชนิด Embedded Design (QUALquan) โดยให้ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นแกนหลักและใช้ข้อมูลเชิงปริมาณสนับสนุนการวิเคราะห์สถานการณ์และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากขั้นตอนการศึกษาไม่ได้ดำเนินวงจร Plan-Act-Observe-Reflect และยังไม่มีการทดลองใช้กลยุทธ์ จึงไม่เรียกการออกแบบครั้งนี้ว่า Participatory Action Research เต็มรูปแบบ

ระยะที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ ศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึก และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์บทบาทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ศักยภาพทางการตลาด ระดับการมีส่วนร่วม ตลอดจนฐานข้อมูลสำหรับ STP และ 7Ps

ระยะที่ 2 การพัฒนาร่างกลยุทธ์ จัดสนทนากลุ่มฉันทามติรอบที่ 1 โดยนำผลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ทางเลือก และแนวทางปฏิบัติ

ระยะที่ 3 การปรับปรุงและรับรองกลยุทธ์ จัดสนทนากลุ่มฉันทามติรอบที่ 2 เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความสอดคล้องกับบริบท ก่อนจัดทำกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ และกรอบติดตามประเมินผลฉบับสมบูรณ์

4.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและการกำหนดน้ำหนักผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใช้กรอบของ Mitchell et al. (1997, 853-886) พิจารณาอำนาจ ความชอบธรรม และความเร่งด่วน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น ร้อยละ 30 (2) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่อุทยานธรณีโลกสตูล ร้อยละ 30 (3) ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ร้อยละ 25 และ (4) สถาบันการศึกษาและนักวิชาการ ร้อยละ 15 น้ำหนักดังกล่าวใช้เป็นเกณฑ์จัดลำดับความสำคัญของประเด็น ตรวจสอบว่าการสนทนากลุ่มครอบคลุมมุมมองของทุกกลุ่ม และพิจารณาความเห็นต่างในการสร้างฉันทามติ มิได้นำไปใช้เป็นค่าน้ำหนักทางสถิติของแบบสอบถาม

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง ผู้ให้ข้อมูลหลักรวม 30 คน โดยจำแนกบทบาทเชิงวิเคราะห์ให้สอดคล้องกับ 4 กลุ่มข้างต้น ได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่อุทยาน 9 คน ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ 9 คน ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 8 คน และสถาบันการศึกษา/นักวิชาการ 4 คน เกณฑ์คัดเลือกคือเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาอุทยานธรณีโลกสตูล มีความรู้ในประเด็นศึกษา และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 5 ปี

การวิจัยเชิงปริมาณใช้การคัดเลือกตามความสะดวกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 อำเภอหลัก จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามฉบับเดียวที่แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไป ศักยภาพทางการตลาดตามกรอบ 7Ps และระดับการมีส่วนร่วมทางการตลาด 5 มิติ ผู้ตอบกลุ่มเดียวกันตอบครบทั้งส่วนศักยภาพและส่วนการมี

ส่วนร่วม สูตรของ Yamane (1973) ใช้เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำจากประชากรตั้งต้น 183,196 คน เท่านั้น ไม่ได้ใช้อ้างความเป็นตัวแทนหรือค่าคลาดเคลื่อนในความหมายของการสุ่มแบบอิงความน่าจะเป็น

4.3 เครื่องมือวิเคราะห์และการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

งานวิจัยนี้ดำเนินการตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และหลักการ Declaration of Helsinki ฉบับปรับปรุงล่าสุด โดยได้รับการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยทักษิณ เลขที่รับรอง TSU 2025_004 REC No.0003 ลงวันที่ 6 มกราคม 2568 ก่อนเริ่มเก็บข้อมูล ผู้เข้าร่วมทุกคนได้รับเอกสารชี้แจงวัตถุประสงค์ กระบวนการวิจัย ประโยชน์และความเสี่ยง สิทธิในการปฏิเสธหรือถอนตัวได้ทุกเวลาโดยไม่เสียสิทธิใด ๆ และการคุ้มครองความลับของข้อมูล จากนั้นจึงให้ความยินยอมโดยสมัครใจก่อนตอบแบบสอบถามหรือเข้ารับการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์เชิงลึกใช้แนวคำถามกึ่งโครงสร้าง ครอบคลุมสถานการณ์การตลาด บทบาท ความคาดหวัง ปัญหา และข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ ใช้เวลาประมาณ 60-90 นาทีต่อคนและบันทึกเสียงโดยได้รับความยินยอม เครื่องมือผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดการท่องเที่ยว อุทยานธรณี การพัฒนาชุมชน ระเบียบวิธีวิจัย และสถิติประยุกต์ ผลการตรวจสอบแนวคำถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 และมีค่าเฉลี่ยรวม 0.94

การสนทนากลุ่มจัด 2 รอบ รอบละ 8-12 คน รอบที่ 1 ใช้พัฒนาร่างกลยุทธ์จากผลการวิเคราะห์ร่วมกัน และรอบที่ 2 ใช้ตรวจสอบ ปรับปรุง และรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์ โดยจัดองค์ประกอบผู้เข้าร่วมให้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 4 กลุ่มและบันทึกเหตุผลของประเด็นที่เห็นต่างก่อนสร้างฉันทามติ

เครื่องมือเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามฉบับเดียว 52 ข้อ แบ่งเป็นข้อมูลทั่วไป 8 ข้อ ศักยภาพทางการตลาดตามกรอบ 7Ps จำนวน 28 ข้อ หรือ 4 ข้อต่อมิติ ได้แก่ Product, Price, Place, Promotion, People, Process และ Physical Evidence การมีส่วนร่วมทางการตลาด 5 มิติ จำนวน 15 ข้อ หรือ 3 ข้อต่อมิติ และข้อเสนอแนะปลายเปิด 1 ข้อ ใช้มาตราส่วน Likert 5 ระดับ แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 ทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงจำนวน 30 คน ค่า Cronbach's Alpha รายมิติของศักยภาพทางการตลาดอยู่ระหว่าง 0.82-0.88 รายมิติของการมีส่วนร่วมอยู่ระหว่าง 0.84-0.90 และค่า Alpha รวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.89

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เชิงประเด็น โดยเข้ารหัสข้อมูลเปรียบเทียบแบบแผนระหว่างกลุ่ม และตรวจสอบประเด็นที่สอดคล้องหรือขัดแย้งกัน จากนั้นใช้ Stakeholder Salience Analysis ตาม Mitchell et al. (1997, 853-886) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของข้อคิดเห็นในการพัฒนาร่างกลยุทธ์

ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม โดยรายงานค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน β, t, p, R^2,

Adjusted R^2 และ F ผลตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นพบความสัมพันธ์เชิงเส้นในระดับยอมรับได้ ค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.83-2.05 การกระจายของเศษเหลือมีค่า skewness อยู่ระหว่าง -0.62 ถึง 0.48 และ kurtosis อยู่ระหว่าง -0.74 ถึง 0.96 แสดงแนวโน้มใกล้เคียงปกติ ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.66-0.91 และ VIF อยู่ระหว่าง 1.10-1.52 จึงไม่พบปัญหา multicollinearity ระดับรุนแรง

การสังเคราะห์แบบบูรณาการนำผลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมาจัดทำ STP และ 7Ps แล้วเชื่อมเข้าสู่กลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวม 4 เสาหลัก การแบ่งส่วนตลาดเป็นการสังเคราะห์เชิงตีความจากข้อมูลประชากรศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมการท่องเที่ยว และประเด็นที่ได้จากการสนทนากลุ่ม มิใช่ผลจาก Cluster Analysis เชิงสถิติ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามมีผู้ตอบที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้เคยใช้บริการในพื้นที่ 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ซึ่งใช้ประกอบการตรวจสอบมุมมองด้านอุปสงค์ร่วมกับข้อมูลจากผู้ประกอบการและชุมชน

ความน่าเชื่อถือของผลตรวจสอบด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูลและด้านวิธีการ การเปรียบเทียบผลระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการตรวจสอบโดยสมาชิกในการสนทนากลุ่มรอบที่ 2 ทั้งนี้ การรับรองดังกล่าวหมายถึงการยืนยันความเหมาะสมของร่างกลยุทธ์ในระดับฉันทามติ มิใช่การยืนยันประสิทธิผลหลังการนำไปปฏิบัติจริง

5. ผลการวิจัย (Results)

ผลการศึกษานำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ โดยส่วนแรกนำเสนอผลการพัฒนาและออกแบบกลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณควบคู่กับ STP และ 7Ps และกลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวม 4 เสาหลักที่ได้รับฉันทามติ ส่วนที่สองนำเสนอแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ กรอบเวลาดำเนินการ และระบบติดตามและประเมินผลสำหรับการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติในพื้นที่ และส่วนสุดท้ายนำเสนอกรอบการประยุกต์ใช้สำหรับอุทยานธรณีอื่นในประเทศไทย

5.1 การพัฒนาและออกแบบกลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูล

ผลการศึกษาส่วนนี้เรียงจากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลเชิงปริมาณและการสังเคราะห์ STP/7Ps ไปสู่กลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวม 4 เสาหลัก เพื่อให้เห็นฐานข้อมูลและเหตุผลที่เชื่อมโยงกับแต่ละข้อเสนอเชิงกลยุทธ์

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 30 คน เผยให้เห็นบทบาทและความท้าทายที่แตกต่างกันใน 4 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กล่าวคือ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่อุทยานธรณีมีบทบาทหลักในการรักษามาตรฐานยูเนสโกและขับเคลื่อนนโยบายการอนุรักษ์ แต่เผชิญข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณ ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นคาดหวังการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมผ่านผลิตภัณฑ์ธรณีและการท่องเที่ยวชุมชน

แต่ยังขาดทักษะดิจิทัล ความสามารถในการสร้างตราสินค้า และทุนหมุนเวียน ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสนับสนุนด้านนโยบายและโครงสร้างพื้นฐาน แต่ประสบปัญหาความซ้ำซ้อนของภารกิจและขาดระบบบูรณาการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ส่วนสถาบันการศึกษาและนักวิชาการทำหน้าที่เป็นกลไกวิจัยและพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น แต่ยังขาดสื่อการเรียนรู้สมัยใหม่และศูนย์การเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรม

การสนทนากลุ่มฉันทามติ 2 รอบได้ประเด็นร่วม 4 เรื่อง ได้แก่ การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลกลาง การยกระดับทักษะบุคลากร การกำหนดมาตรฐานคุณภาพ และการพัฒนาระบบขนส่งที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบความเห็นต่างระหว่างความต้องการเร่งพัฒนาของผู้ประกอบการกับข้อกังวลด้านผลกระทบสิ่งแวดล้อมของฝ่ายบริหารอุทยาน ผู้เข้าร่วมจึงเสนอให้ใช้การแบ่งเขตพื้นที่และการประเมินขีดความสามารถในการรองรับเป็นเงื่อนไขประกอบการตัดสินใจ มิใช่ถือว่าความขัดแย้งดังกล่าวได้รับการแก้ไขแล้วจากการวิจัยครั้งนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม

ตัวแปร	รายการที่รายงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	หญิง	222	55.50
เพศ	ชาย	168	42.00
เพศ	อื่น ๆ/ไม่ระบุ	10	2.50
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	42	10.50
อายุ	25-34 ปี	112	28.00
อายุ	35-44 ปี	126	31.50
อายุ	45-54 ปี	78	19.50
อายุ	55 ปีขึ้นไป	42	10.50
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	124	31.00
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	198	49.50
ระดับการศึกษา	สูงกว่าปริญญาตรี	78	19.50
อาชีพ/บทบาท	ผู้ประกอบการท้องถิ่น/วิสาหกิจชุมชน	128	32.00
อาชีพ/บทบาท	พนักงานหรือผู้ให้บริการท่องเที่ยว	72	18.00
อาชีพ/บทบาท	สมาชิกชุมชน/ผู้นำชุมชน	92	23.00
อาชีพ/บทบาท	ภาครัฐ/อปท./อุทยาน/สถาบันการศึกษา	44	11.00
อาชีพ/บทบาท	นักท่องเที่ยวหรือผู้เคยใช้บริการในพื้นที่	64	16.00
พื้นที่	อำเภอเมืองสตูล	100	25.00
พื้นที่	อำเภอละงู	122	30.50
พื้นที่	อำเภอทุ่งหว้า	96	24.00
พื้นที่	อำเภอมะนัง	82	20.50

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม **(ต่อ)**

ตัวแปร	รายการที่รายงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความเกี่ยวข้องกับอุทยาน	น้อยกว่า 1 ปี	58	14.50
ความเกี่ยวข้องกับอุทยาน	1-3 ปี	112	28.00
ความเกี่ยวข้องกับอุทยาน	4-6 ปี	118	29.50
ความเกี่ยวข้องกับอุทยาน	มากกว่า 6 ปี	112	28.00

หมายเหตุ: ตารางนี้สรุปจากกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามฉบับเดียวจำนวน 400 คน โดยผู้ตอบกลุ่มเดียวกันตอบทั้งส่วนศักยภาพทางการตลาดและส่วนการมีส่วนร่วม

ผลแบบสอบถามศักยภาพทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 400 คนแสดงในตารางที่ 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72, SD = 0.58) จุดเด่นอยู่ที่การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05, SD = 0.60) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (3.99, SD = 0.62) และการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการจัดจำหน่าย (3.91, SD = 0.65) ส่วนผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวม 3.66 (SD = 0.71) และมีข้อจำกัดด้านนวัตกรรมกับคุณภาพเมื่อเทียบคู่แข่ง (3.60 เท่ากัน) เนื้อความจึงเน้นการตีความและไม่บรรยายตัวเลขซ้ำทั้งหมด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพทางการตลาดตามกรอบ 7Ps

มิติ/รายการ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
Product: ศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	3.66	0.71	มาก
- การสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์	3.72	0.69	มาก
- ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	3.71	0.67	มาก
- นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	3.60	0.76	มาก
- คุณภาพเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	3.60	0.74	มาก
Price: ศักยภาพด้านราคาโดยรวม	3.73	0.68	มาก
- ความยืดหยุ่นในการปรับราคา	3.77	0.69	มาก
Place: ศักยภาพด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวม	3.81	0.66	มาก
- การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการจัดจำหน่าย	3.91	0.65	มาก
Promotion: ศักยภาพด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม	4.02	0.61	มาก
- การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	4.05	0.60	มาก
- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	3.99	0.62	มาก
People: ศักยภาพด้านบุคลากรโดยรวม	3.58	0.75	มาก
Process: ศักยภาพด้านกระบวนการโดยรวม	3.55	0.73	มาก
Physical Evidence: สิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวม	3.62	0.72	มาก
ภาพรวมศักยภาพทางการตลาดตาม 7Ps	3.72	0.58	มาก

หมายเหตุ: เกณฑ์แปลผลใช้ช่วงคะแนน 1.00-1.80 = น้อยที่สุด, 1.81-2.60 = น้อย, 2.61-3.40 = ปานกลาง, 3.41-4.20 = มาก และ 4.21-5.00 = มากที่สุด

ผลแบบสอบถามการมีส่วนร่วม 400 คนแสดงในตารางที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด 4.00 (SD = 0.63) และรายการการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 4.23 (SD = 0.59) รองลงมาคือการวางแผนกลยุทธ์การตลาด 3.82 (SD = 0.67) ส่วนการติดตามและประเมินผลอยู่ลำดับต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 3.38, SD = 0.78) ผลถดถอยในตารางที่ 4 แสดงว่าประสบการณ์ด้านการตลาดและความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วม โดยแบบจำลองอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 23-38

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมทางการตลาด 5 มิติ

มิติ/รายการ	ค่าเฉลี่ย	SD	ลำดับ/ระดับ
การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	4.00	0.63	อันดับ 1 / มาก
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.23	0.59	รายการสูงสุด / มากที่สุด
การวางแผนกลยุทธ์การตลาด	3.82	0.67	อันดับ 2 / มาก
การสื่อสารและส่งเสริมการตลาดร่วม	3.74	0.70	อันดับ 3 / มาก
การสร้างเครือข่ายและแบ่งปันผลประโยชน์	3.61	0.72	อันดับ 4 / มาก
การติดตามและประเมินผล	3.38	0.78	อันดับ 5 / ปานกลาง

หมายเหตุ: มิติการมีส่วนร่วม 5 ด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ยกเว้นรายการย่อย “การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว” ที่แสดงประกอบเพื่อชี้รายการเด่นของมิติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ตารางที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

แบบจำลอง/ตัวแปร	β	t	p	R^2	Adj. R^2	F
การวางแผนกลยุทธ์: ประสบการณ์ด้านการตลาด	0.214	4.53	< .001	0.31	0.30	28.64
การวางแผนกลยุทธ์: ความถี่เข้าร่วมกิจกรรม	0.252	5.48	< .001	0.31	0.30	28.64
การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ: ประสบการณ์ด้านการตลาด	0.236	5.12	< .001	0.38	0.37	37.82
การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ: ความถี่เข้าร่วมกิจกรรม	0.260	5.71	< .001	0.38	0.37	37.82
การสื่อสารการตลาดร่วม: ประสบการณ์ด้านการตลาด	0.203	4.26	< .001	0.29	0.28	24.97
การสื่อสารการตลาดร่วม: ความถี่เข้าร่วมกิจกรรม	0.250	5.21	< .001	0.29	0.28	24.97

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ตารางที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ **(ต่อ)**

แบบจำลอง/ตัวแปร	β	t	p	R^2	Adj. R^2	F
เครือข่าย/แบ่งปันผลประโยชน์: ประสบการณ์ด้านการตลาด	0.188	3.88	< .001	0.26	0.25	21.75
เครือข่าย/แบ่งปันผลประโยชน์: ความถี่เข้าร่วมกิจกรรม	0.255	5.30	< .001	0.26	0.25	21.75
ติดตาม/ประเมินผล: ประสบการณ์ด้านการตลาด	0.172	3.42	.001	0.23	0.22	18.94
ติดตาม/ประเมินผล: ความถี่เข้าร่วมกิจกรรม	0.250	5.06	< .001	0.23	0.22	18.94

หมายเหตุ: ผลตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ ค่า Tolerance = 0.66-0.91, VIF = 1.10-1.52 และ Durbin-Watson = 1.83-2.05 จึงไม่พบปัญหา multicollinearity หรือ autocorrelation ที่รุนแรง

การสังเคราะห์ STP จำแนกส่วนตลาดออกเป็น 4 กลุ่มจากข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) นักท่องเที่ยวเชิงการศึกษา 3) นักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และ 4) ประชาชนทั่วไป/ชุมชนท้องถิ่น โดยกำหนดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก นักท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง และนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยกับตลาดการประชุมและนิทรรศการเป็นกลุ่มเฉพาะกิจ ตำแหน่งทางการตลาดที่เสนอคือ “จุดหมายปลายทางการเรียนรู้ทางธรณีวิทยาระดับโลกที่เชื่อมโยงอดีต 500 ล้านปีกับวิถีชีวิตชุมชนที่ยั่งยืน”

ตารางที่ 5 สรุปการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และเหตุผลเชิงกลยุทธ์

ที่	การแบ่งส่วนตลาด	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	เหตุผลเชิงกลยุทธ์
1	นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	กลุ่มเป้าหมายหลัก: ภาพลักษณ์สากลและพันธกิจอนุรักษ์ (38.00%)	มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและให้คุณค่ากับการอนุรักษ์
2	นักท่องเที่ยวเชิงการศึกษา	กลุ่มเป้าหมายรอง: สนับสนุนพันธกิจด้านการศึกษา (24.00%)	ต้องการแหล่งเรียนรู้และสื่อความหมายคุณภาพ
3	นักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย	กลุ่มเฉพาะกิจ: เพิ่มความหลากหลายและรายได้นอกฤดูกาล (18.50%)	ให้ความสำคัญกับกิจกรรมและมาตรฐานความปลอดภัย
4	ประชาชนทั่วไปและชุมชนท้องถิ่น	ฐานความยั่งยืน: ผู้ใช้พื้นที่และผู้ร่วมสร้างคุณค่าของอุทยาน (19.50%)	เป็นผู้ใช้พื้นที่ ผู้ถ่ายทอดเรื่องราว และผู้ร่วมสร้างคุณค่า

หมายเหตุ: การจำแนกส่วนตลาดเป็นการสังเคราะห์เชิงตีความจากข้อมูลเชิงปริมาณร่วมกับผลสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม ไม่ใช่ Cluster Analysis เชิงสถิติ กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามมีนักท่องเที่ยวหรือผู้เคยใช้บริการในพื้นที่รวม 64 คน หรือร้อยละ 16.00

ผลการสังเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ถูกจัดเป็นข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ 7 ด้าน ดังนี้

1) Product: พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามธีม ระบบรับรองมาตรฐานคุณภาพอุทยานธรณีสตูล และผลิตภัณฑ์ธรณีที่สะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่
2) Price: กำหนดราคาตามคุณค่าที่รับรู้ พัฒนาแพ็กเกจแบบจัดชุด ระบบราคาที่เป็นธรรม และแนวคิดตั๋วร่วมเพื่อกระจายรายได้ในห่วงโซ่คุณค่าชุมชน
3) Place: เชื่อมการเข้าถึงทางกายภาพกับดิจิทัลผ่านศูนย์ข้อมูลกลาง ศูนย์บริการแบบรวมศูนย์ และโครงการนำร่องรถโดยสารเชื่อมแหล่งท่องเที่ยว
4) Promotion: สื่อสารหลายภาษา สร้างเนื้อหา Geo-storytelling จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และทำให้อัตลักษณ์ตราสินค้าสอดคล้องกันทุกจุดสัมผัส
5) People: พัฒนาผู้นำเที่ยวท้องถิ่น โปรแกรมผู้ประกอบการธรณีวิทยา และเครือข่ายทูตเยาวชนอุทยานธรณี
6) Process: จัดทำขั้นตอนปฏิบัติงานมาตรฐาน กระบวนการจอง/ให้ข้อมูลที่เชื่อมต่อกัน และการปฐมนิเทศธรณีวิทยาก่อนและระหว่างการเดินทาง
7) Physical Evidence: ปรับศูนย์บริการและป้ายสื่อความหมายให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ มีสื่อหลายภาษา และสะท้อนคุณค่ามรดกธรณีวิทยาอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอ 7 ด้านดังกล่าวถูกนำไปเชื่อมกับผลการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการมีส่วนร่วมเพื่อสังเคราะห์เป็นกลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวม 4 เสาหลักในลำดับถัดไป

กลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมทั้ง 4 เสาหลักต่อไปนี้ได้รับการให้ฉันทามติและรับรองโดยผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มรอบที่ 2 อย่างเป็นเอกฉันท์

5.1.1 กลยุทธ์การตลาดภายในองค์กร (Internal Marketing)

กลยุทธ์นี้มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการสร้างรากฐานการบริหารจัดการที่เป็นเอกภาพและมีมาตรฐาน เพื่อแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มระบุตรงกันว่าเป็นอุปสรรคอันดับหนึ่ง ได้แก่ การขาดหน่วยงานเจ้าภาพหลักและการขาดมาตรฐานกลาง สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากการประเมินซ้ำของยูเนสโก พ.ศ. 2565 แนวทางปฏิบัติการที่ 1 มุ่งพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้ประกอบการอย่างองค์รวม โดยอาศัยผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพที่ระบุว่าชุมชนยังขาดทักษะใน 3 มิติหลัก ได้แก่ การตลาดดิจิทัล การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารภาษาต่างประเทศ จึงพัฒนาโปรแกรมผู้ประกอบการธรณีวิทยาที่บูรณาการทักษะทางธุรกิจกับองค์ความรู้ด้านธรณีวิทยา โดยนำจุดแข็งด้านการสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณยืนยันว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.72) มาเป็นฐานในการพัฒนาต่อยอด แนวทางปฏิบัติการที่ 2 มุ่งจัดตั้งกลไกการประสานงานระหว่างหน่วยงานอย่างเป็นทางการผ่านการผลักดันให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนอุทยานธรณีระดับจังหวัด เพื่อกำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ร่วม ประสานงานระหว่างหน่วยงาน และบูรณาการการจัดสรรงบประมาณ ควบคู่กับการสนับสนุนการผลักดัน (ร่าง) พระราช

กฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาอุทยานธรณีแห่งชาติในรูปแบบองค์การมหาชน ตามข้อเสนอแนะของยูเนสโก และแนวทางปฏิบัติการที่ 3 มุ่งเสริมสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าของมรดกธรณีวิทยาในระดับท้องถิ่น แม้ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณจะพบว่าการมีส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.82) แต่ยังปรากฏช่องว่างด้านความเข้าใจในคุณค่าระดับสากลที่ต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วน การบรรจุเนื้อหาอุทยานธรณีในหลักสูตรท้องถิ่นและการผลิตสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายจึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความภาคภูมิใจและสำนึกรักษ์ถิ่นอย่างยั่งยืน

5.1.2 กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing)

กลยุทธ์นี้มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการสร้างตราสินค้าอุทยานธรณีโลกสตูลที่มีความสอดคล้องและน่าเชื่อถือในระดับสากล ตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างสถานะระดับโลกกับการสื่อสารที่ยังจำกัดอยู่ในระดับท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่พบว่าสื่อสังคมออนไลน์ยังมีสัดส่วนต่ำกว่าช่องทางดั้งเดิมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (ร้อยละ 47.25) กลยุทธ์นี้ยังสอดคล้องโดยตรงกับกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดในกรอบส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 องค์ประกอบ แนวทางปฏิบัติการที่ 1 มุ่งพัฒนาศูนย์ข้อมูลและการตลาดดิจิทัลกลางอุทยานธรณี ให้เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลบูรณาการที่รวมทุกช่องทางไว้ในระบบเดียว ประกอบด้วยระบบจองบริการออนไลน์ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์ธรณี เนื้อหาการเล่าเรื่องผ่านธรณีวิทยาหลายภาษา ระบบแผนที่แหล่งธรณีวิทยาแบบโต้ตอบและแผงควบคุมข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการ แนวทางปฏิบัติการที่ 2 มุ่งแปลงอัตลักษณ์ทางธรณีวิทยาเป็นเนื้อหาการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ โดยนำตำแหน่งทางการตลาดที่กำหนดไว้ว่า "จุดหมายปลายทางการเรียนรู้ทางธรณีวิทยาระดับโลก ที่เชื่อมโยงอดีต 500 ล้านปีกับวิถีชีวิตชุมชนที่ยั่งยืน" มาเป็นแกนหลักในการออกแบบเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน และแนวทางปฏิบัติการที่ 3 มุ่งบูรณาการช่องทางการจัดจำหน่ายแบบครบวงจรเชื่อมต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ร้านค้าชุมชน และแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างไร้รอยต่อ ควบคู่กับโครงการนำร่องบริการรถโดยสารเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อแก้ไขปัญหาระบบขนส่งสาธารณะซึ่งเป็นหนึ่งในจุดฉันทามติร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

5.1.3 กลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ (Relationship Marketing)

กลยุทธ์นี้มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการให้ชุมชนเป็นผู้เล่นหลักในการพัฒนา สร้างงาน และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม สอดคล้องกับหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนแบบองค์รวมสามมิติ (Triple Bottom Line) และสอดรับกับกลุ่มเป้าหมายหลักที่กำหนดจากการวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาด ซึ่งมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวที่ให้คุณค่ากับการอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน แนวทางปฏิบัติการที่ 1 มุ่งสถาปนาระบบมาตรฐานคุณภาพอุทยานธรณีสตูลเพื่อแปลงจุดอ่อนด้านความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพบริการ ซึ่งปรากฏชัดจากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ให้กลายเป็นคำมั่นสัญญาทางการตลาดที่เป็นรูปธรรม สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างตราสินค้าร่วมที่เชื่อมโยงตราสินค้าท้องถิ่นเข้ากับตราสัญลักษณ์ยูเนสโก แนวทางปฏิบัติการที่ 2 มุ่งเสริมสร้างพลังความสามารถของชุมชนผ่านกระบวนการยกระดับการมีส่วนร่วมจากระดับการรับผลประโยชน์ไปสู่ระดับการมี

ส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยจัดตั้งเครือข่ายธุรกิจอุทยานธรณีสตูลเป็นกลไกกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณที่พบว่าความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการมีส่วนร่วมทุกมิติ (ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน β อยู่ในช่วง 0.250–0.260) และแนวทางปฏิบัติการที่ 3 มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ธรณีสู่มาตรฐานสากล โดยสนับสนุนสินค้าที่มีอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เช่น พริกไทยสุไหงอุเป ผ้าบาติกย้อมดินเทอร์ราโรซ่า และกาแฟนาข่า ให้มีมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ระดับสากล พร้อมพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีค่าสูงสุดในบรรดาทุกมิติที่ศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 4.23)

5.1.4 กลยุทธ์การตลาดเพื่อผลลัพธ์และความยั่งยืน (Performance and Sustainability Marketing)

กลยุทธ์นี้มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการวัดผลกระทบครบทั้ง 3 มิติตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนสามมิติและสร้างกลไกการปรับปรุงต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนความพร้อมในการรักษามาตรฐานและการประเมินต่ออายุของยูเนสโก แนวทางที่ 1 เสนอระบบแสดงผลตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แนวทางที่ 2 เสนอแผนจัดการนักท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการรองรับรายแหล่ง และแนวทางที่ 3 เสนอการรายงานผลกระทบต่อสาธารณะอย่างโปร่งใส ทั้งหมดเป็นกรอบที่ต้องนำไปทดลองใช้ เก็บข้อมูลจริง และปรับตัวชี้วัดร่วมกับหน่วยงานรับผิดชอบต่อไป

กลยุทธ์ทั้ง 4 เสาหลักเป็นผลลัพธ์หลักตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และได้รับการแปลงเป็นข้อเสนอแผนปฏิบัติการ กรอบเวลาดำเนินการ และระบบติดตามประเมินผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ทั้งนี้ รายละเอียดในส่วนถัดไปเป็นแบบแผนสำหรับการนำไปทดลองใช้ มิใช่ผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นแล้วในพื้นที่

5.2 การออกแบบแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ กรอบเวลาดำเนินการ และระบบการติดตามและประเมินผล สำหรับการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติในพื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูล

แผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ 5 ปี ได้รับการออกแบบโดยกำหนดลำดับความสำคัญตามความเร่งด่วนและความพร้อมของพื้นที่ โดยยึดหลักการดำเนินกลยุทธ์การตลาดภายในองค์กรก่อนเป็นลำดับแรกในฐานะรากฐานของกลยุทธ์ทั้งหมด ควบคู่กับการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเพื่อผลลัพธ์และความยั่งยืนตลอดทุกระยะเพื่อให้มีการติดตามและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ปีที่ 1 ระยะวางรากฐานองค์กรและระบบ มุ่งจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนอุทยานธรณีระดับจังหวัด พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และเปิดตัวแพลตฟอร์มดิจิทัลกลางพร้อมแคมเปญการเล่าเรื่องทางธรณีวิทยา โดยมีตัวชี้วัดคือผู้ประกอบการเข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่า 100 คน และแพลตฟอร์มดิจิทัลให้บริการอย่างน้อย 3 ภาษา ปีที่ 2 ระยะพัฒนามาตรฐานและเครือข่าย มุ่งเปิดตัวระบบรับรองมาตรฐานคุณภาพ จัดตั้งเครือข่ายธุรกิจอุทยานธรณีสตูล และจัดทำแผนการจัดการนักท่องเที่ยว โดยมีตัวชี้วัดคือผู้ประกอบการผ่านการรับรองไม่น้อยกว่า 50 ราย และผลิตภัณฑ์ธรณีได้รับการรับรองไม่น้อยกว่า 10 รายการ ปีที่ 3 ระยะขยายผลและเสริมความเข้มแข็ง มุ่งขยายฐานผู้ประกอบการที่ผ่านการรับรอง พัฒนาผลิตภัณฑ์ธรณีเพิ่มเติม และเตรียมเอกสารสำหรับการประเมินต่ออายุของยูเนสโก โดยมี

ตัวชี้วัดคือผู้ประกอบการผ่านการรับรองไม่น้อยกว่า 100 ราย และผลิตภัณฑ์ธรณีได้รับการรับรองไม่น้อยกว่า 20 รายการ ปีที่ 4 ระยะยกระดับสู่มาตรฐานสากล มุ่งขยายเครือข่ายความร่วมมือกับอุทยานธรณีโลกในภูมิภาคอาเซียนและนานาชาติ พัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และดำเนินโครงการทูตเยาวชนอุทยานธรณี โดยมีตัวชี้วัดคือบันทึกความเข้าใจกับอุทยานธรณีต่างประเทศไม่น้อยกว่า 3 แห่ง และยอดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 และปีที่ 5 ระยะประเมินผลและวางแผนพัฒนาระยะต่อไป มุ่งประเมินผลสัมฤทธิ์โดยรวมครบทั้ง 3 มิติและวางแผนพัฒนาระยะต่อไป โดยมีตัวชี้วัดคือรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 4.0 จากคะแนนเต็ม 5.0 และอุทยานธรณีโลกสตูลผ่านการประเมินต่ออายุจากยูเนสโก

ระบบติดตามและประเมินผลได้รับการออกแบบให้ดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 5 ปีของแผนยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 กรอบตัวชี้วัดสมรรถนะหลัก กำหนดตัวชี้วัดครอบคลุมทั้ง 3 มิติของการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ มิติเศรษฐกิจวัดจากรายได้จากการท่องเที่ยวและการจ้างงานในพื้นที่ มิติสังคมวัดจากระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และมิติสิ่งแวดล้อมวัดจากสถานะการอนุรักษ์แหล่งธรณีวิทยาและดัชนีความหลากหลายทางชีวภาพ องค์ประกอบที่ 2 กลไกการติดตามผลตามระยะเวลา กำหนดการติดตามผลใน 3 ระดับ ได้แก่ การติดตามรายเดือนผ่านระบบแสดงผลแบบปรับปรุงข้อมูลตามเวลาจริง การประชุมทบทวนรายไตรมาสของคณะกรรมการขับเคลื่อนระดับจังหวัด และการประเมินผลสัมฤทธิ์รายปีโดยผู้เชี่ยวชาญอิสระและตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์ประกอบที่ 3 กลไกการมีส่วนร่วมในการติดตามผล กำหนดให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงผ่านระบบวิทยาศาสตร์ภาคประชาชนในการรวบรวมข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว พร้อมเผยแพร่รายงานผลการดำเนินงานประจำปีต่อสาธารณะอย่างโปร่งใส และองค์ประกอบที่ 4 กลไกการปรับปรุงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง กำหนดวงจรการทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ทุก 2 ปี โดยบูรณาการผลการประเมินกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก และจัดทำรายงานความก้าวหน้าส่งให้ยูเนสโกตามข้อกำหนดการประเมินต่ออายุทุก 4 ปี เพื่อแสดงหลักฐานเชิงประจักษ์ของพัฒนาการและความมุ่งมั่นในการรักษามาตรฐานอุทยานธรณีโลก

แผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ 5 ปีและระบบติดตามประเมินผลข้างต้นเป็นผลลัพธ์ที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัย ซึ่งแม้จะออกแบบเฉพาะสำหรับบริบทของอุทยานธรณีโลกสตูล แต่กระบวนการพัฒนาและองค์ประกอบเชิงหลักการที่ได้ยังสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดกว้างสำหรับอุทยานธรณีอื่นในประเทศไทยได้ ดังรายละเอียดในส่วนถัดไปซึ่งตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 กรอบการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบมีส่วนร่วมสำหรับอุทยานธรณีอื่นในประเทศไทย

5.3 กรอบการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมสำหรับอุทยานธรณีในประเทศไทย

จากกระบวนการวิจัยและฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ ได้นำไปสู่การพัฒนากรอบการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมสำหรับอุทยานธรณีในประเทศไทย โดยยึดหลักการสำคัญ 5 ประการ ดังนี้ หลักการที่ 1 การบูรณาการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแบบองค์รวม อุทยานธรณีแต่ละแห่งต้องออกแบบกลไกการมีส่วนร่วมตามบริบทเฉพาะของพื้นที่ โดยกำหนดความสำคัญของแต่ละกลุ่มผ่านการประเมินจากอำนาจ ความชอบธรรม และความเร่งด่วน มิใช่นำโครงสร้างของอุทยานธรณีโลกสตูลมาเป็นแม่แบบโดยปราศจากการวิเคราะห์บริบทเฉพาะพื้นที่ หลักการที่ 2 การพัฒนามาตรฐานคุณภาพที่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น มาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการต้องสะท้อนลักษณะเฉพาะทางธรณีวิทยา วัฒนธรรม และโครงสร้างเศรษฐกิจของแต่ละพื้นที่ เนื่องจากจุดแข็งและข้อจำกัดของอุทยานธรณีแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน จึงไม่อาจนำมาตรฐานเดียวกันมาบังคับใช้ทั่วประเทศได้ หลักการที่ 3 การสร้างตราสินค้าบนฐานมรดกธรณีวิทยาและวัฒนธรรมเฉพาะถิ่น เนื้อหาการเล่าเรื่องผ่านธรณีวิทยาต้องเกิดจากรากฐานทางธรณีวิทยา ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่อย่างแท้จริง เพื่อรักษาเอกลักษณ์และความน่าเชื่อถือในการแข่งขันระดับสากล หลักการที่ 4 การเสริมสร้างพลังชุมชนให้เป็นผู้นำการพัฒนา กลไกการมีส่วนร่วมต้องยกระดับบทบาทของชุมชนไปสู่ระดับการเป็นหุ้นส่วนและการมอบอำนาจตามแนวคิดบันไดการมีส่วนร่วม โดยชุมชนต้องมีสิทธิร่วมตัดสินใจในประเด็นที่กระทบต่อวิถีชีวิตและทรัพยากรของตนอย่างเป็นรูปธรรม และหลักการที่ 5 การประเมินผลบนพื้นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ อุทยานธรณีทุกแห่งควรพัฒนาระบบตัวชี้วัดสมรรถนะหลักที่ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินต่ออายุของยูเนสโก เพื่อแสดงพัฒนาการที่ต่อเนื่องและรักษาสถานะอุทยานธรณีโลกในระยะยาว

กรอบการประยุกต์ใช้ 5 หลักการข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของอุทยานธรณีโลกสตูลสามารถถอดบทเรียนเป็นหลักการเชิงระบบที่ยืดหยุ่นและปรับใช้ได้ตามบริบทเฉพาะของแต่ละพื้นที่ มิใช่การถ่ายทอดรูปแบบเดียวกันไปใช้โดยตรง

6. อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

คุณูปการสำคัญของการศึกษานี้อยู่ที่กระบวนการพัฒนากลยุทธ์ร่วมกัน ไม่ใช่เฉพาะเนื้อหาของกลยุทธ์ การเปิดพื้นที่ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4 กลุ่มตรวจสอบปัญหา พิจารณาทางเลือก และปรับร่างผ่านการสนทนากลุ่ม 2 รอบ ช่วยสร้างความเข้าใจร่วมและฉันทามติต่อทิศทางดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมระดับหุ้นส่วนของ Arnstein (1969, 216-224) และข้อเสนอของ Mowforth and Munt (2009) อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้ยังไม่ได้ติดตามผลหลังนำกลยุทธ์ไปใช้ จึงสรุปได้เพียงว่ากระบวนการดังกล่าวมีแนวโน้มสนับสนุนความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม ไม่ใช่ยืนยันว่าความรู้สึกนั้นจะดำรงอยู่ในระยะยาว

ในเชิงทฤษฎี กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นปรับกรอบการตลาดแบบองค์รวมของ Kotler and Keller (2016) ให้เข้ากับบริบทพื้นที่สาธารณะที่มีผู้รับผิดชอบหลายหน่วยงาน การตลาดภายในองค์กรจึงขยายจากการพัฒนาบุคลากรไปสู่กลไกประสานงานระดับจังหวัด การตลาดแบบบูรณาการเชื่อมการเล่าเรื่องเชิงธรณีวิทยากับศูนย์

ข้อมูลดิจิทัล การตลาดเชิงสัมพันธ์วางชุมชนเป็นผู้ร่วมสร้างคุณค่า และการตลาดเพื่อผลลัพธ์เชื่อมตัวชี้วัดกับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การปรับใช้เช่นนี้สอดคล้องกับงานของณรงค์ฤทธิ์ ทุ่งปรือ และคณะ (2566, 45-62) ยุวรี โชคสวนทรัพย์ และคณะ (2566, 1-18) และณัฐวุฒิ รัพยูร และปรารถนา หลีกภัย (2566, 33-51) ที่ต่างให้ความสำคัญกับการบูรณาการแผน อัตลักษณ์พื้นที่ และบทบาทชุมชน

ผลเชิงปริมาณที่ระบุว่าการใช้เทคโนโลยีในการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.91 ดูขัดกับผลเชิงคุณภาพที่พบว่าผู้ประกอบการจำนวนมากยังพึ่งพาช่องทางดั้งเดิม ความแตกต่างนี้อาจเกิดจากการที่ผู้ตอบประเมิน “การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการภายใน” เช่น การสื่อสารกับลูกค้าหรือรับคำสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชัน สูง ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพกล่าวถึง “ระบบตลาดออนไลน์แบบบูรณาการและการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ” ซึ่งยังมีข้อจำกัด ดังนั้นจึงไม่ควรตีความว่าผลทั้งสองชุดหักล้างกัน แต่สะท้อนระดับความพร้อมดิจิทัลที่ไม่เท่ากันระหว่างการใช้เครื่องมือพื้นฐานกับการบริหารช่องทางออนไลน์เชิงระบบ ข้ออธิบายนี้เป็นการตีความจากข้อมูลที่รายงานและควรตรวจสอบเพิ่มเติมด้วยการแจกแจงรายข้อหรือเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ

ค่า R^2 ระหว่าง 0.23-0.38 หมายความว่าแบบจำลองอธิบายความแตกต่างของการมีส่วนร่วมได้ประมาณร้อยละ 23-38 ส่วนที่เหลืออาจเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ไม่ได้รวมในโมเดล เช่น ความไว้วางใจต่อหน่วยงาน การรับรู้ประโยชน์ ความพร้อมด้านเวลา ทุนทางสังคม ภาวะผู้นำชุมชน การเข้าถึงข้อมูล หรือประสบการณ์กับโครงการเดิม ค่า R^2 ระดับนี้ไม่ได้ทำให้ความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญหมดความหมาย แต่จำกัดการใช้แบบจำลองเพื่อพยากรณ์และไม่ควรสรุปว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ศึกษาเป็นตัวกำหนดการมีส่วนร่วมทั้งหมด จึงควรรายงานขนาดอิทธิพล ช่วงความเชื่อมั่น และผลตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นควบคู่กัน

เมื่อเทียบกับงานต่างประเทศ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ธรณีและการเล่าเรื่องสอดคล้องกับ Rodrigues et al. (2021, 108-128) และ Yuliawati et al. (2021, 12-20) การพัฒนาช่องทางดิจิทัลสอดคล้องกับ Molokáč et al. (2023, 803) และแนวคิดระบบประเมินผลเชื่อมโยงกับ Jeon et al. (2025) ความสอดคล้องดังกล่าวแสดงว่ากรอบที่พัฒนาขึ้นอยู่ในทิศทางเดียวกับการตลาดอุทยานธรณีระดับนานาชาติ แต่ความเหมาะสมเชิงผลลัพธ์ยังต้องพิสูจน์ด้วยการทดลองใช้และข้อมูลติดตามในบริบทสตูล

6.1 ข้อจำกัดของการวิจัย

ประการแรก การคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามตามความสะดวกทำให้ไม่สามารถอ้างความเป็นตัวแทนของประชากรหรือค่าคลาดเคลื่อนในความหมายของการสุ่มแบบอิงความน่าจะเป็น แม้ใช้สูตร Yamane เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ ประการที่สอง แม้ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเดียวกันตอบครบทั้งส่วนศักยภาพทางการตลาดและส่วนการมีส่วนร่วม แต่การวิเคราะห์ยังเป็นแบบภาคตัดขวาง จึงไม่สามารถสรุปความเป็นเหตุเป็นผลระยะยาวได้ ประการที่สาม ค่า R^2 ชี้ว่ายังมีปัจจัยบริบทจำนวนมากที่ไม่ได้อยู่ในแบบจำลอง และประการสุดท้าย กลยุทธ์ แผน 5 ปี และระบบติดตามผลเป็นผลจากการออกแบบและฉันทามติ ยังไม่ได้ผ่านการทดลองใช้หรือประเมินผลสัมฤทธิ์ระยะยาว

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายระดับประเทศ

รัฐบาลไทยควรพัฒนากรอบนโยบายการตลาดระดับชาติสำหรับอุทยานธรณีโลก สนับสนุนกลไกบริหารจัดการที่มีสถานะและอำนาจประสานงานชัดเจน และจัดสรรงบประมาณอย่างต่อเนื่องตามแผนงานและผลการประเมิน โดยควรกำหนดกรอบงบประมาณหลายปีเมื่อมีหลักฐานด้านภารกิจ ต้นทุน และความพร้อมของหน่วยงานรองรับ แทนการระบุระยะเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปีโดยปราศจากแหล่งอ้างอิงด้านงบประมาณ

7.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการสำหรับอุทยานธรณีโลกสตูล

ควรขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมตามกรอบเวลา 5 ปี โดยให้ความสำคัญสูงสุดในปีแรกกับการจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนอุทยานธรณีระดับจังหวัดและการพัฒนาระบบรับรองมาตรฐานคุณภาพ เนื่องจากเป็นรากฐานที่กิจกรรมอื่นทั้งหมดต้องอาศัย ควบคู่กับการพัฒนาโครงการทูตเยาวชนอุทยานธรณีร่วมกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อสร้างมัคคุเทศก์ธรณีวิทยารุ่นใหม่และผู้สืบทอดภารกิจการบริหารจัดการในอนาคต นอกจากนี้ ควรจัดทำบัญชีดาวเทียมอุทยานธรณี (Geopark Satellite Account) เพื่อวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นทั้งเครื่องมือวางแผนเชิงกลยุทธ์และหลักฐานเชิงประจักษ์สำหรับการประเมินต่ออายุของยูเนสโก

7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ควรดำเนินการวิจัยเชิงติดตามผลหลังนำกลยุทธ์ไปทดลองใช้ เพื่อประเมินประสิทธิผลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งตรวจสอบว่าความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมที่คาดว่าจะเกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมดำรงอยู่ในระยะยาวหรือไม่ นอกจากนี้ ควรศึกษาเปรียบเทียบกับอุทยานธรณีโลกในภูมิภาคอาเซียน พัฒนาแบบจำลองขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวรายแหล่ง และทดสอบปัจจัยเพิ่มเติมในแบบจำลองการมีส่วนร่วม เช่น ความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ ทุนทางสังคม และภาวะผู้นำชุมชน

8. สรุป (Conclusion)

การวิจัยนี้พัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมสำหรับอุทยานธรณีโลกสตูลจากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณร่วมกับกระบวนการฉันทามติ ผลเชิงปริมาณชี้ว่าผู้ประกอบการมีศักยภาพด้านการตลาดในระดับมาก โดยเด่นด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ขณะที่การมีส่วนร่วมเด่นที่สุดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์ที่เสนอประกอบด้วย 4 เสาหลัก คือ การตลาดภายในองค์กร การตลาดแบบบูรณาการ การตลาดเชิงสัมพันธ์ และการตลาดเพื่อผลลัพธ์และความยั่งยืน พร้อมข้อเสนอแผนปฏิบัติการ 5 ปี ระบบติดตามประเมินผลตาม Triple Bottom Line และกรอบประยุกต์ใช้ 5 หลักการสำหรับพื้นที่อื่น จุดเด่นของงานคือการเชื่อมการจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ระดับการมีส่วนร่วม STP และ 7Ps เข้ากับผลผลิตเชิงยุทธศาสตร์ในกรอบเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาแสดงความเหมาะสมในระดับการออกแบบและ

ฉันทามติเท่านั้น การยืนยันประสิทธิผล ความยั่งยืน และความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมจำเป็นต้องอาศัยการทดลองใช้และการติดตามผลในอนาคต

9. **เอกสารอ้างอิง (References)**

ณรงค์ฤทธิ์ ทุ่งปรือ, สมเกียรติ สายธนู, ทวีศักดิ์ พุฒสุขขี, และ ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์. (2566). รูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ในเขตอุทยานธรณีโลกสตูล. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 8(5)*, 89–100. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/264257

ณัฐวุฒิ รัพยูร, และปรารถนา หลีกภัย. (2566). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวอุทยานธรณีสตูล. *วารสารวิทยาการจัดการ* มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, *40(1),* 111–133. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu/article/download/250663/177497

พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ, อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ, และสรายุทธ์ เศรษฐขจร. (2562). การจัดการการตลาดแบบองค์รวมยุคใหม่: วิถีการตลาดสำหรับธุรกิจยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, 7(1)*, 68–79. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/201318

ยุวรี โชคสวนทรัพย์, ทวีศักดิ์ พุฒสุขขี, สมเกียรติ สายธนู, ป้องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง, และประมาณ เทพสงเคราะห์. (2566). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอุทยานธรณีโลกสตูล. *วารสารสังคมศาสตร์และวิจัย, 13(1)*, 1–18. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/download/256512/178641

สตูลจีโอพาร์ค. (2022). *รายงานผลการประเมินซ้ำอุทยานธรณีโลกสตูล พ.ศ. 2565*. สำนักงานอุทยานธรณีโลกสตูล.

Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners, 35(4)*, 216-224. https://doi.org/10.1080/01944366908977225

Belz, F. M., & Peattie, K. (2009). *Sustainability marketing: A global perspective*. John Wiley & Sons.

Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms. In J. H. Donnelly & W. R. George (Eds.), *Marketing of services* (pp. 47-51). American Marketing Association.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.

Fontaine, C., Haarman, A., & Schmid, S. (2006). *The stakeholder theory*. Edlund Group.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.

Hose, T. A. (2011). The English origins of geotourism (as a vehicle for geoconservation) and their relevance to current studies. *Acta Geographica Slovenica, 51*(2), 343-359. https://doi.org/10.3986/AGS51302

Jeon, C., Lumongsod, R. M. G., San, A., & Kim, H. (2025). Local economic impact of UNESCO Global Geoparks and evaluation of operational efficiency using data envelopment analysis (DEA). *Geoheritage, 17*, Article 13. https://doi.org/10.1007/s12371-024-01062-5

Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). Holistic marketing: A broad, integrated perspective to marketing management. In *The marketing book* (pp. 413–424). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315705118-48

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Yuliawati, A. K., Rofaida, R., Gautama, B. P., Hadian, M. S. D., & Aryanti, A. N. (2021). Promoting geo-tourism at UNESCO global geo-park Belitong through geo-product development in small medium enterprise. *International Journal of Communication and Society, 4*(1), 12-20. https://doi.org/10.31763/ijcs.v4i1.424

Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review, 22*(4), 853-886. https://doi.org/10.5465/amr.1997.9711022105

Molokáč, M., Kornecká, E., Pavolová, H., Bakalár, T., & Jesenský, M. (2023). Online marketing of European geoparks as a landscape promotion tool. *Land, 12*(4), 803. https://doi.org/10.3390/land12040803

Mowforth, M., & Munt, I. (2009). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the third world* (3rd ed.). Routledge.

Munteanu, C.C., Pagalea, A., Cristea, A., A Holistic Approach on Internal Marketing Implementation, *Business Management Dynamics, vol. 3*, no. 11, 2014, pp. 09–17.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Press.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

Rodrigues, J., Neto de Carvalho, C., Ramos, M., Ramos, R., Vinagre, A., & Vinagre, H. (2021). Geoproducts-Innovative development strategies in UNESCO Geoparks: Concept, implementation methodology, and case studies from Naturtejo Global Geopark, Portugal. *International Journal of Geoheritage and Parks, 9*(1), 108-128. https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2020.12.003

UNESCO. (2017). *UNESCO global geoparks and sustainable development goals*. UNESCO.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (3rd ed.). McGraw-Hill.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงาน : ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

The Influence of Organizational Commitment on Intention to Stay: Crime Prevention and Suppression Police Officers in the Three Southern Border Provinces

จิราภรณ์ ทองบุญยัง*

Jiraporn Thongboonyang*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
160 ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา 90000 ประเทศไทย
Faculty of Management Science, Songkhla Rajabhat University
160 Kanchanawanit Road, Khao Rup Chang Subdistrict
Mueang Songkhla District, Songkhla Province, 90000, Thailand

***รับบทความ**: 10 เมษายน 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 24 สิงหาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 2) เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรและระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปรามที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประชากรกลุ่มตัวอย่างคือเจ้าหน้าที่ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรอบรวมข้อมูล แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านบรรทัดฐาน ด้านจิตใจ และด้านต่อเนื่อง สำหรับความตั้งใจอยู่ในงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน ผลการวิเคราะห์การ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: jiraporn.wa@skru.ac.th

ถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบรรทัดฐาน ด้านจิตใจ และด้านต่อเนื่อง มีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจอยู่ในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ตัวแปรควบคุม คือ ระยะเวลาทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปรามมีอิทธิพลเชิงลบกับความตั้งใจอยู่ในงาน ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ให้สำนักงานตำรวจแห่งชาติและหน่วยงานในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยมุ่งส่งเสริมด้านบรรทัดฐานเป็นสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด อันจะนำไปสู่การส่งเสริมการคงอยู่ในงานอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ

ความผูกพันต่อองค์กร ความตั้งใจอยู่ในงาน ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปราม

***Received**: April 10, 2026* ***Revised**: August 24, 2026* ***Accepted**: August 28, 2026*

Abstract

This research aimed to: 1) examine the level of organizational commitment, 2) assess the level of intention to stay, and 3) investigate the influence of organizational commitment and length of service in crime prevention and suppression on the intention to stay among suppression and prevention police officers in the Southern Border Provinces of Thailand. The sample comprised 400 suppression and prevention police officers operating in the area. Data were collected using a structured questionnaire and analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The research findings indicated that overall organizational commitment was at a high level across all dimensions, comprising normative commitment, affective commitment, and continuance commitment. Similarly, intention to stay was reported at a high level. Multiple regression analysis revealed that all three dimensions of organizational commitment—normative, affective, and continuance—had a statistically significant positive influence on intention to stay at the 0.05 level. Conversely, the control variable, tenure in suppression and prevention positions, exerted a statistically significant negative influence on intention to stay. These empirical findings provide actionable insights for the royal Thai police and relevant local authorities in the southern border provinces to formulate human resource management policies. Specifically, policy efforts should prioritize fostering normative commitment, as it demonstrated the strongest predictive influence, thereby promoting long-term and sustainable employee retention.

Keywords

Organizational Commitment, Intention to Stay, Three Southern Border Provinces

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบัน ปัญหาการคงอยู่ของบุคลากรในองค์กรยังคงได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องในวงวิชาการและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (ธีรธร ตันยะกุล, 2567, 125; อรวิภา ต้นสมบูรณ์ และจิดาภา ถิรศิริกุล, 2568, 48; ธนกฤต จารุพัฒน์ชัย และคณะ, 2565, 108) โดยเฉพาะในสายงานด้านความมั่นคง เช่น ตำรวจ เจ้าหน้าที่ตำรวจและบุคลากรในอาชีพที่มีความเสี่ยงสูงได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร การสนับสนุนจากองค์กร และความรู้สึกมีคุณค่าในบทบาทหน้าที่ (Charman & Bennett, 2022, 159) ตำรวจได้รับการระบุว่าเป็นอาชีพที่อันตรายและเครียดสูง (Yadav, et al., 2023, 1) โดยเฉพาะ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นพื้นที่ที่มีเหตุการณ์ความไม่สงบและความรุนแรงมาอย่างต่อเนื่อง ความตั้งใจอยู่ในงาน (Intention to Stay) เป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถสะท้อนแนวโน้มการลาออกของบุคลากรในอนาคต และส่งผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพขององค์กร บุคลากรในสายงานบริการสาธารณะและงานแนวหน้า เช่น ตำรวจ มักเผชิญกับความเครียดสูง ภาวะหมดไฟ และแรงกดดันจากลักษณะงานส่งผลให้แนวโน้มความตั้งใจลาออกเพิ่มสูงขึ้น (ศุภชัย เครือคำ และคณะ, 2567, 268) ขณะเดียวกัน แนวคิดด้าน “ความผูกพันต่อองค์กร” (organizational commitment) ซึ่งพัฒนาจากทฤษฎีของ Meyer and Allen (1997) ยังคงได้รับการยืนยันว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความตั้งใจลาออกจากงาน งานวิจัยในอดีตพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีบทบาทต่อการตัดสินใจคงอยู่ในองค์กร (รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร, 2565, 65; รัตนากรณ์ ภู่เจนจบ, 2566, 82; Campos et al., 2023, 9) บุคลากรที่มีระดับความผูกพันต่อองค์กรสูงจึงมีแนวโน้มคงอยู่ในองค์กรและสนับสนุนการปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม ในบริบทของอาชีพที่มีความเสี่ยงสูง เช่น ตำรวจ ทหาร หรือเจ้าหน้าที่ด้านความมั่นคง ความผูกพันต่อองค์กรอาจมีบทบาทแตกต่างจากองค์กรทั่วไป เนื่องจาก บุคลากรต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่อชีวิต ความกดดันทางจิตใจ และภารกิจที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของรัฐ ส่งผลให้ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านต่อเนื่อง และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความตั้งใจอยู่ในงานได้มากกว่าบริบทการทำงานทั่วไป ระยะเวลาในการปฏิบัติงานเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณา เนื่องจาก ระยะเวลาการปฏิบัติงานสะท้อนประสบการณ์ ความคุ้นเคยกับลักษณะงาน และการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ซึ่งอาจส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานของบุคลากร การพิจารณาระยะเวลาในการปฏิบัติงานร่วมกับความผูกพันต่อองค์กรจึงช่วยให้การอธิบายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจอยู่ในงานมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

บริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และ จังหวัดนราธิวาส ปัญหาการคงอยู่ของบุคลากรมีความรุนแรงและท้าทายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีสถานการณ์ความไม่สงบและความเสี่ยงสูง ซึ่งส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน รวมถึง

สภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐ (ภมรรัตน์ ชุมภูประวิโร และคณะ, 2565, 60) นอกจากนี้ ศูนย์ข่าวภาคใต้ สำนักข่าวอิศรา (2569) รายงานสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัญหาดังกล่าวยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2568 มีเหตุการณ์ความไม่สงบที่ผ่านการรับรองจำนวน 150 ครั้ง มีผู้เสียชีวิต 48 ราย โดยเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ 38 ราย และมีเจ้าหน้าที่รัฐได้รับบาดเจ็บ 219 ราย สะท้อนให้เห็นถึงความเสี่ยงและแรงกดดันที่เจ้าหน้าที่รัฐต้องเผชิญในการปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ตำรวจซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของรัฐในการบังคับใช้กฎหมายจึงตกเป็นเป้าหมายของการก่อเหตุความไม่สงบ อันส่งผลต่อขวัญกำลังใจและความมั่นคงในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามซึ่งเป็นกำลังหลักในการดูแลความสงบเรียบร้อยในพื้นที่ งานวิจัยที่ผ่านมาในพื้นที่ดังกล่าวพบว่า เจ้าหน้าที่ตำรวจรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการปฏิบัติหน้าที่ มีระดับความเครียดสูง และคุณภาพชีวิตในการทำงานลดลง โดยมีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน (Campos et al., 2023, 2) นอกจากนี้ การปฏิบัติงานในพื้นที่ยังต้องอาศัยความเข้าใจบริบททางสังคม วัฒนธรรม และความสัมพันธ์กับชุมชน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานและการยอมรับจากประชาชน (สิทธวิชญ์ รวิชาติ, 2568, 46) อย่างไรก็ตาม พื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้มุ่งศึกษาความมั่งคง การรักษาความสงบเรียบร้อย และคุณภาพชีวิตในการทำงานของตำรวจเป็นหลัก (อัษฎาพร ใจสุข, และคณะ 2567, 297) ขณะที่การศึกษาเชิงประจักษ์ที่วิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านต่อเนื่อง และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน รวมถึงระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในพื้นที่ความเสี่ยงสูงยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านความมั่นคงและความไม่สงบที่แตกต่างจากพื้นที่ทั่วไป (พศวัต แสนสุข และสัณฐาน ชยนนท์, 2566, 1173) ดังนั้น ผลการศึกษาที่พบในองค์กรภาครัฐหรือหน่วยงานทั่วไปอาจไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมการคงอยู่ในงานของตำรวจในพื้นที่ดังกล่าวได้อย่างครบถ้วน

จากช่องว่างขององค์ความรู้ดังกล่าว แม้ความผูกพันต่อองค์กรจะได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของบุคลากร แต่การศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านต่อเนื่อง และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะการพิจารณาปัจจัยด้านระยะเวลาการทำงานร่วมกับความผูกพันต่อองค์กรภายใต้บริบทพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความมั่นคง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรและระยะเวลาการทำงานที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้และนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

2. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรและระยะเวลาการทำงานที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

ความตั้งใจอยู่ในงาน

ความตั้งใจอยู่ในงาน (Intention to Stay) หมายถึง ความมุ่งมั่น ความสมัครใจ และการตัดสินใจเชิงพฤติกรรมของบุคลากรในการคงอยู่และปฏิบัติงานกับองค์กรอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ซึ่งสะท้อนผ่านการประเมินด้านความพึงพอใจในงาน ความก้าวหน้า ความยุติธรรม และการสนับสนุนจากองค์กร โดยความตั้งใจอยู่ในงานเป็นการคาดคะเนแนวโน้มการคงอยู่ของบุคลากรในองค์กร และมักไม่แสดงออกอย่างชัดเจนในทันที (ณัฐธิดา หวั่นท็อก และคณะ, 2568, 461) สำหรับหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานตำรวจแห่งชาติ การรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้คงอยู่ในองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากช่วยลดต้นทุนด้านการสรรหาและการฝึกอบรม รวมทั้งสนับสนุนการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว (ผุสชา จันทร์ประเสริฐ และคณะ, 2567, 497) นอกจากนี้ ความตั้งใจอยู่ในงานยังเกี่ยวข้องกับการพิจารณาผลประโยชน์และสวัสดิการที่บุคลากรได้รับ และสะท้อนถึงระดับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการคงอยู่ของบุคลากรในองค์กร (พศวัต แสนสุข และสัณฐาน ชยนนท์, 2566, 1177)

ความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร มิได้เป็นเพียงทัศนคติส่วนบุคคล แต่เป็นกลไกทางจิตวิทยาและพฤติกรรมที่สะท้อนถึงระดับความผูกพัน ความรับผิดชอบ และความทุ่มเทศักยภาพของบุคคลเพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายสูงสุด โดยแนวคิดของ Allen and Meyer (1991, 62) อธิบายว่า ความผูกพันต่อองค์กรประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านต่อเนื่อง และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุษกร คำโฮม และธวมินทร์ เครือโสม (2565, 126) พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรสะท้อนผ่านพฤติกรรมการปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจและการอุทิศตนอย่างเต็มศักยภาพ อันส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร นอกจากนี้ บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงมักมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่องค์กร (ภัทรฉัตร รุ่งแสง และจารุกฤษณ์ เรืองสุวรรณ, 2566, 4) นอกจากนี้ งานวิจัยจำนวนมากยืนยันว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานของบุคลากร (ธัญญา ญาณภักดี และพัทรียา หลักเพ็ชร, 2563, 93; ดลพร ธีระวงศ์สกุล และวงศ์ลัดดา วีระ

ไพบูลย์, 2566, 347; เกสร สุขพันธ์ และคณะ, 2568, 10; รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร, 2565, 65; รัตนากรณ์ ภู่เจนจบ, 2566, 82) นอกจากนี้ ถึงแม้ตำรวจหากมีความผูกพันต่อองค์กรสูง แต่หากต้องเผชิญกับภาวะความเครียดเรื้อรังและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ไม่เอื้ออำนวย ปัจจัยลบเหล่านี้จะเข้าไปกัดเซาะและเร่งให้เกิดภาวะหมดไฟหรือลดทอนระดับความผูกพันต่อองค์กรได้ (Zhao, et al., 2024; Vandenberghe, et al., 2021)

ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment) หมายถึง ความรู้สึกผูกพันที่เกิดจากความรัก ความภักดี และความภาคภูมิใจที่มีต่อองค์กร ซึ่งสะท้อนถึงการยอมรับในคุณค่าและเป้าหมายขององค์กร อันนำไปสู่แรงจูงใจภายใน ความพึงพอใจ และความเต็มใจในการปฏิบัติงานพร้อมทั้งทุ่มเทกำลังกายและกำลังใจเพื่อความสำเร็จขององค์กร สอดคล้องกับ รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร (2565, 60) ที่ระบุว่า ความผูกพันด้านจิตใจเกิดจากความรู้สึกเชิงบวกและความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์กร ส่งผลให้บุคลากรมุ่งมั่นปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มศักยภาพและไม่ต้องการลาออกจากงาน นอกจากนี้ ณิชาภัทร แก้วพงศ์มงคล และพัชรา โพธิ์ไพฑูรย์ (2564, 176) อธิบายว่า ความผูกพันด้านจิตใจสะท้อนถึงทัศนคติและความเต็มใจของบุคลากรในการทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ในบริบทของตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ หากองค์กรสามารถเสริมสร้างความผูกพันด้านจิตใจให้เกิดขึ้นได้ จะส่งผลให้เจ้าหน้าที่มีความมุ่งมั่น อุทิศตน และปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพในการรักษาความสงบเรียบร้อยและคุ้มครองความปลอดภัยของประชาชนในพื้นที่ให้สอดคล้องกับเป้าหมายของภาครัฐ ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับ รัตนากรณ์ ภู่เจนจบ (2566, 82) พบว่า ความผูกพันด้านจิตใจมีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานของบุคลากร จากที่กล่าวมาจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H1: ความผูกพันด้านจิตใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ความผูกพันด้านต่อเนื่อง (Continuance Commitment) หมายถึง การที่บุคลากรรู้สึกจำเป็นต้องคงอยู่กับองค์กร อันเนื่องมาจากการตระหนักถึงต้นทุนหรือผลเสียที่อาจเกิดขึ้นหากลาออก ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และโอกาสในอนาคต ส่งผลให้เกิดการพิจารณาเชิงเหตุผลเกี่ยวกับผลประโยชน์และความมั่นคงที่ได้รับจากองค์กร และตัดสินใจปฏิบัติงานต่อไป ความผูกพันด้านต่อเนื่องจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของบุคลากร โดยเฉพาะตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีลักษณะงานที่มีความเสี่ยงสูง แต่ได้รับสวัสดิการ รายได้ และความมั่นคงในอาชีพ รวมทั้งค่าตอบแทนพิเศษ เช่น ค่าเสี่ยงภัย และการนับเวลาราชการทวีคูณ เพื่อเสริมสร้างขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ หากหน่วยงานสามารถจัดสวัสดิการและค่าตอบแทนที่เหมาะสม จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ส่งผลต่อความตั้งใจคงอยู่ในงานของบุคลากร (ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ และคณะ, 2567, 265) สอดคล้องกับ ธีระ กุลสวัสดิ์ และภัสนันท์ พ่วงเถื่อน (2566, 195) พบว่า ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรมมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรและการคงอยู่ในงาน นอกจากนี้

ชุลีวรรณ โชติวงษ์ และคณะ (2565, 6) กล่าวว่า การได้รับผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมช่วยกระตุ้นให้บุคลากรอุทิศตนในการปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และธนวัชธุ์ เกษศิลา, ธัญนันท์ บุญอยู่ และสุมาลี รามนัฏ (2565, 66-67) กล่าวว่า การรับรู้ถึงความมั่นคงในอาชีพและสวัสดิการที่ได้รับ ส่งผลให้บุคลากรมีแรงจูงใจและมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร (2565, 65) พบว่า ความผูกพันด้านต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานของบุคลากร จากที่กล่าวมาจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H2: ความผูกพันต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรที่ตระหนักว่าตนเองมีหน้าที่และพันธะผูกพันทางศีลธรรมที่จะต้องอยู่กับองค์กร อันเกิดจากค่านิยม บรรทัดฐานทางสังคม และความรู้สึกเป็นหนี้บุญคุณที่องค์กรได้มอบโอกาสหรือการสนับสนุน ส่งผลให้บุคลากรรู้สึกว่าการอยู่ปฏิบัติงานและทุ่มเทเพื่อองค์กรเป็นสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมและสมควรกระทำ นอกจากนี้ ความผูกพันด้านบรรทัดฐานนั้นทำให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่มีค่านิยมร่วมกัน ส่งเสริมให้ตำรวจสายป้องกันและปราบปรามรู้สึกว่าการทำงานให้กับองค์กรเป็นหน้าที่ที่สำคัญยิ่ง (วิรุทธิ์ เอี่ยมสหเกียรติ, และคณะ, 2568, 72) สอดคล้องกับ พศวัต แสนสุข และสัณฐาน ชยนนท์ (2566, 1173) กล่าวว่า องค์กรเป็นเสมือนบ้านของตนเอง หากองค์กรเกิดปัญหาก็จะทำให้ตำรวจสายป้องกันและปราบปรามได้รับผลกระทบ เช่นกัน การสร้างจิตสำนึกตระหนักต่อบทบาทหน้าที่การทำงานเพื่อให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จจึงถือเป็นเป้าหมายสูงสุด และสอดคล้องกับ วิลาวัณย์ เพ็งพานิช, มาลีวัล เลิศสาครศิริ และสมพร ชินโนรส (2562, 65) พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านบรรทัดฐานมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงาน จากที่กล่าวมาจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H3: ความผูกพันด้านบรรทัดฐานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

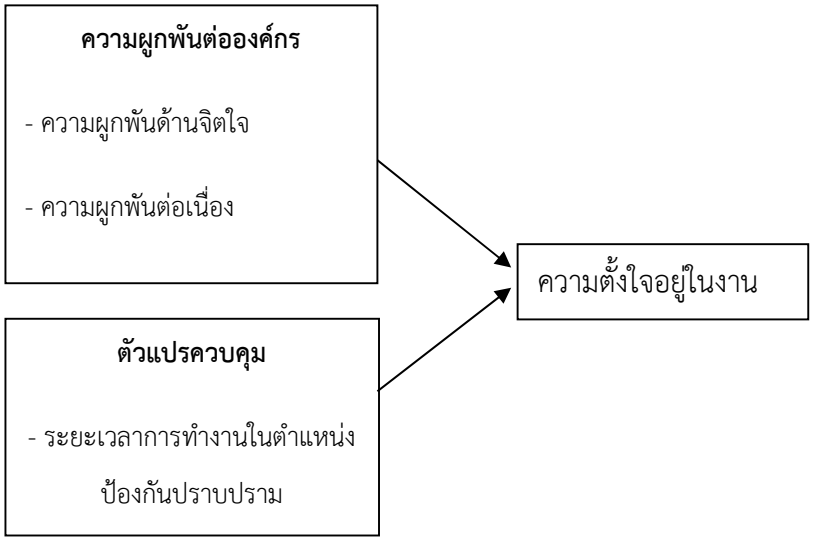
ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปรามเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนถึงประสบการณ์ ความชำนาญ และความสามารถในการปรับตัวต่อสถานการณ์การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจในสายงานป้องกันและปราบปราม โดยเฉพาะในบริบทที่มีความเสี่ยงสูง งานวิจัยพบว่า ระยะเวลาการทำงานดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานและความตั้งใจอยู่ในองค์กร โดยพนักงานที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปี จะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรและมีแนวโน้มคงอยู่ในงานสูงกว่าพนักงานที่มีระยะเวลาการทำงาน 1–5 ปี (ผุสชา จันทร์ประเสริฐ และคณะ, 2567, 502) นอกจากนี้ ภัทรจาริน หงษา และคณะ (2564, 486) พบว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจคงอยู่ในงาน โดยการปฏิบัติงานกับองค์กรเป็นระยะเวลานานส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น นอกจากนี้ Gibson (2024) พบว่า ตำรวจที่มีประสบการณ์ทำงานที่สูงจะมีแนวโน้มอยากออกจากงานเร็วขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้เกิดจากตำรวจที่มีอายุงานมากจะได้รับสิทธิประโยชน์หรือบำนาญใกล้เคียงกับผู้ที่เกษียณอายุราชการเมื่อครบ 60 ปี (Quick, K.M. &

Wolff, K.T., 2026) โดยเฉพาะพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้จะได้รับสิทธินับอายุราชการทวีคูณ 2 เท่า ตามพระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ อีกทั้ง สิทธวิชญ์ รวิชาติ (2568, 46) กล่าวว่า การปฏิบัติงานของตำรวจในพื้นที่ชายแดนภาคใต้จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์และความเข้าใจบริบทพื้นที่ ซึ่งพัฒนาได้จากระยะเวลาการทำงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถจัดการสถานการณ์และลดความไม่แน่นอนในการปฏิบัติงานได้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าระยะเวลาการทำงานจะส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะและความผูกพันต่อองค์กร แต่ก็อาจมีความสัมพันธ์เชิงซ้อนกับความเครียดและคุณภาพชีวิตในการทำงาน ซึ่งยังควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในพื้นที่ความมั่นคง ในการวิจัยครั้งนี้ ระยะเวลาการทำงาน หมายถึง ช่วงระยะเวลาที่บุคลากรปฏิบัติงานในตำแหน่งป้องกันปราบปราม โดยวัดเป็นจำนวนปีของการปฏิบัติงาน ทั้งนี้กำหนดการวัดเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 0 หมายถึง ระยะเวลาการทำงานน้อยกว่า 10 ปี และ 1 หมายถึง ระยะเวลาการทำงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป จากที่กล่าวมาจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H4: ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปรามมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กรสามมิติของ Meyer & Allen (1997) ร่วมกับวรรณกรรมทบทวนเกี่ยวกับพฤติกรรมการคงอยู่ในงานของบุคลากรในสายงานความมั่นคง โดยแบ่งตัวแปรออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ตัวแปรควบคุม (Control Variable) และ ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 **กรอบแนวคิดของการวิจัย**

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตำรวจสายงานป้องกันปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วย จังหวัดปัตตานี จำนวน 16 สถานีตำรวจ จังหวัดยะลา จำนวน 18 สถานีตำรวจ และจังหวัดนราธิวาส จำนวน 19 สถานีตำรวจ โดยข้อมูล ณ วันที่ 14 พฤษภาคม 2568 จากฐานข้อมูลตำรวจภูธรภาค 9 พบว่า มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 7,333 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 379 คน และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการกำหนดสัดส่วนแบบชั้นภูมิ (Proportionate Stratified Sampling) โดยแบ่งประชากรตามจังหวัดที่ปฏิบัติงาน และกระจายจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนกำลังพลตำรวจสายงานป้องกันปราบปรามของแต่ละจังหวัดและแต่ละสถานีตำรวจ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีการกระจายตัวสอดคล้องกับโครงสร้างประชากรในพื้นที่ศึกษา ดังแสดงในตารางที่ 1 จากนั้น ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ตำรวจสายงานป้องกันปราบปรามที่ปฏิบัติงานอยู่ในแต่ละสถานีตามจำนวนที่กำหนดไว้ในแต่ละชั้น (Quota) จนครบตามขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ทั้งนี้ ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ณ สถานีตำรวจในพื้นที่ศึกษา และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ตารางที่ 1 การแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน จำแนกตามจังหวัดในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
จังหวัดปัตตานี	2,486 นาย	136
จังหวัดยะลา	2,015 นาย	110
จังหวัดนราธิวาส	2,832 นาย	154
รวม	7,333 นาย	400

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาพัฒนาแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปราม ตำแหน่งงาน รายได้หรือค่าตอบแทนโดยรวมต่อเดือน และจังหวัดที่ปฏิบัติงาน ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert 5 ระดับ โดยประยุกต์จากแนวคิด

ของ Allen and Meyer (1990, 1-18) ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ จำนวน 5 ข้อ ความผูกพันด้านต่อเนื่อง จำนวน 5 ข้อ และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน จำนวน 5 ข้อ และตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจอยู่ในงาน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 6 ข้อ ใช้เพื่อวัดระดับความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

นิยามเชิงปฏิบัติการและตัวชี้วัดของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์นิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปรจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดตัวชี้วัดและพัฒนาเครื่องมือวิจัยให้สามารถวัดตัวแปรได้อย่างครอบคลุมและสอดคล้องกับบริบทของการศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 นิยามเชิงปฏิบัติการและตัวชี้วัดของตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปร	นิยามเชิงปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่งอ้างอิง
ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment: AC)	ความรู้สึกผูกพัน ความภาคภูมิใจ และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จนเกิดความเต็มใจที่จะอุทิศตนและปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จขององค์กร	1) ความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์กร 2) ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร 3) ความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร 4) ความเต็มใจทุ่มเทเพื่อองค์กร 5) ความต้องการคงอยู่กับองค์กร	Allen & Meyer (1990); รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร (2565)
ความผูกพันด้านต่อเนื่อง (Continuance Commitment: CC)	การตระหนักถึงต้นทุนหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากลาออกจากองค์กร ทำให้ตัดสินใจคงอยู่กับองค์กรต่อไป	1) ความมั่นคงในอาชีพ 2) ค่าตอบแทนและสวัสดิการ 3) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ 4) โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ 5) ผลกระทบจากการลาออก	Allen & Meyer (1990); ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ และคณะ (2567); ธีระ กุลสวัสดิ์ และภัสนันท์ พ่วงเถื่อน (2566)
ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment: NC)	ความรู้สึกว่าตนมีหน้าที่ความรับผิดชอบ และพันธะทางจริยธรรมที่จะคงอยู่และปฏิบัติงานให้กับองค์กร	1) ความรู้สึกเป็นหน้าที่ต่อองค์กร 2) ความจงรักภักดีต่อองค์กร 3) การตอบแทนองค์กร 4) การปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร	Allen & Meyer (1990); รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร (2565)
ความตั้งใจอยู่ในงาน (Intention to Stay: IS)	ความตั้งใจและความมุ่งมั่นของบุคลากรที่จะปฏิบัติงานและคงอยู่กับองค์กรต่อไปในอนาคต โดยไม่ประสงค์ย้ายหรือลาออกจากงาน	1) ความต้องการทำงานกับองค์กรต่อไป 2) ความตั้งใจไม่ลาออกจากงาน 3) ความตั้งใจปฏิบัติงานจน	Qian & Balwi (2024); รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร (2565)

ตารางที่ 2 นิยามเชิงปฏิบัติการและตัวชี้วัดของตัวแปรในการวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	นิยามเชิงปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่งอ้างอิง
		เกษียณอายุราชการ 4) ความเต็มใจทำงานระยะยาว 5) การแนะนำองค์กรให้ผู้อื่นเข้ามาทำงาน 6) ความภาคภูมิใจในการปฏิบัติงานกับองค์กร	

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำไปคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นได้ทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับเจ้าหน้าที่ตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha coefficient) ผลการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.753–0.927 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.70 (Hair et al., 2023, 163) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) โดยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลด้วยค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) และ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า KMO เท่ากับ 0.939 ซึ่งอยู่ในระดับดีเยี่ยม (Kaiser, 1974) แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ ขณะที่ Bartlett's Test มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 5186.255$, $df = 210$, $p < .001$) แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ มีค่า พบว่า มีค่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.591–0.858 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ 0.40 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมในการวัดตัวแปร (Hair et al., 2023, 163) ดังปรากฏในตารางที่ 3 อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ตรวจสอบการแจกแจงปกติของค่าคลาดเคลื่อน (Normality of Residuals) ก่อนการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้การทดสอบ Kolmogorov–Smirnov มีค่า Sig. เท่ากับ 0.700 ($p > 0.05$) แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติ อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ และผู้วิจัยได้ตรวจสอบสมมติฐานความแปรปรวนคงที่ของค่าคลาดเคลื่อน (Homoscedasticity) โดยพิจารณาจากกราฟ Scatterplot ระหว่างค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standardized Residuals) และค่าพยากรณ์มาตรฐาน (Standardized Predicted Values) พบว่า จุดข้อมูลกระจายตัวแบบ

สุ่มและไม่ปรากฏรูปแบบที่ชัดเจน จึงสรุปได้ว่าข้อมูลเป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Hair et al., 2023)

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบทดสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ตัววัด	Factor Loading	Cronbach's Alpha
ความผูกพันด้านจิตใจ	5	0.591 - 0.806	0.902
ความผูกพันด้านต่อเนื่อง	5	0.775 - 0.856	0.753
ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน	5	0.678 - 0.804	0.871
ความตั้งใจอยู่ในงาน	6	0.659 - 0.858	0.927

การวิจัยครั้งนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ SCPHYLIRB-2568/667 ลงวันที่ 6 ตุลาคม 2568 จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดยะลา ก่อนดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามหลักจริยธรรมการวิจัย โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอน และรายละเอียดของการวิจัยแก่กลุ่มตัวอย่างอย่างชัดเจน การเข้าร่วมการวิจัยเป็นไปโดยความสมัครใจ และผู้เข้าร่วมมีสิทธิ์ปฏิเสธหรือถอนตัวได้ตลอดเวลาโดยไม่เกิดผลกระทบใด ๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามกับเจ้าหน้าที่ตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยคำนึงถึงการพิทักษ์สิทธิ์และศักดิ์ศรีของผู้เข้าร่วมเป็นสำคัญ ข้อมูลที่ได้รับจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับและนำเสนอในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับเจ้าหน้าที่ตำรวจสายงานป้องกันปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส โดยกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามจังหวัดและสถานีตำรวจให้สอดคล้องกับโครงสร้างประชากร ผู้วิจัยได้ประสานงานกับผู้บังคับบัญชาของแต่ละสถานีตำรวจเพื่อขออนุญาตและอำนวยความสะดวกในการเข้าพื้นที่ จากนั้นลงพื้นที่แจกแบบสอบถามด้วยตนเองให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย การรักษาความลับของข้อมูล และการตอบแบบสอบถามโดยสมัครใจ ทั้งนี้ ผู้วิจัยรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเองในวันที่แจกหรือภายในระยะเวลาที่กำหนด จึงได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามที่แจก โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 1 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรและความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยการแปลผลค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2560, 121)

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ถึง 3 โดยเขียนตัวแบบสมการถดถอยเชิงพหุคูณได้ดังนี้

$$IS = \beta_0 + \beta_1 AC + \beta_2 CC + \beta_3 NC + \beta_4 LS + \varepsilon$$

กำหนดให้

β_0	**หมายถึง**	**ค่าคงที่ของสมการ**
β_{1-4}	**หมายถึง**	**ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ**
ε	**หมายถึง**	**ค่าความคลาดเคลื่อนของสมการ**
AC	**หมายถึง**	**ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment)**
CC	**หมายถึง**	**ความผูกพันด้านต่อเนื่อง (Continuance Commitment)**
NC	**หมายถึง**	**ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment)**
IS	**หมายถึง**	**ความตั้งใจอยู่ในงาน (Intention to Stay)**
LS	**หมายถึง**	**ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปราม (Length of Service in Crime Prevention and Suppression)**

ผลการวิจัย (Results)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.3 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 มีสถานภาพสมรส จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 การศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีระยะเวลาการทำงาน มากกว่า 10 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ตำแหน่งงาน ผู้บังคับหมู่ จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 โดยเงินเดือนและผลตอบแทนอื่นๆ ในปัจจุบันโดยรวมต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และปฏิบัติหน้าที่ในจังหวัดนราธิวาส จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสหสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ตัวแปร	AC	CC	NC	LS	IS
ค่าเฉลี่ย	4.365	3.881	4.408	0.650	4.202
S.D.	0.695	0.749	0.629	0.477	0.784
AC	1				
CC	0.292**	1			
NC	0.750**	0.381**	1		
LS	-0.041	-0.048	-0.076	1	
IS	0.711**	.355**	0.732**	-0.144**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความผูกพันด้านจิตใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.365, S.D. = 0.695) ความผูกพันด้านต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.881, S.D. = 0.749) และความผูกพันด้านบรรทัดฐานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.408, S.D. = 0.629) ขณะที่ความตั้งใจอยู่ในงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.202, S.D. = 0.784) สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ (AC) ความผูกพันด้านต่อเนื่อง (CC) และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (NC) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจอยู่ในงาน (IS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.292 ถึง 0.750 นอกจากนี้ ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปราม (LS) ซึ่งเป็นตัวแปรควบคุม ไม่พบความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระทั้งสามด้าน แต่พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับต่ำกับความตั้งใจอยู่ในงาน (IS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง -0.076 ถึง -0.144 ทั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดมีค่าน้อยกว่า 0.80 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะพหุสหสัมพันธ์ (Multicollinearity) (Shrestha, 2020; 41)

ตารางที่ 5 การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นพหุคูณ (Multicollinearity) โดยใช้ค่า Tolerance, Variance Inflation Factor (VIFs) และค่า Durbin-Watson

ตัวแปร	Tolerance	VIFs	Durbin-Watson
ความผูกพันด้านจิตใจ (AC)	0.437	2.290	1.805
ความผูกพันด้านต่อเนื่อง (CC)	0.855	1.170	
ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (NC)	0.407	2.458	
ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปราม (LS)	0.993	1.007	

จากตารางที่ 5 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยพิจารณาค่า Tolerance ค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Durbin–Watson พบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านต่อเนื่อง ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน และตัวแปรควบคุมคือ ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันและปราบปราม มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.407–0.993 ซึ่งมากกว่า 0.10 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นพหุคูณ ขณะที่ค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.007–2.458 ซึ่งต่ำกว่า 10 จึงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2023, 163) และไม่พบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ นอกจากนี้ ค่า Durbin–Watson เท่ากับ 1.805 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.50–2.50 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระต่อกัน ดังนั้น ตัวแปรทั้งหมดมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Shrestha, 2020, 40)

ตารางที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยความผูกพันต่อองค์กรที่มีความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ความผูกพันต่อองค์กร	ความตั้งใจอยู่ในงาน		สัมประสิทธิ์มาตรฐาน	t-value	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน			
ค่าคงที่ (a)	-0.186	0.193		-0.962	0.336
ความผูกพันด้านจิตใจ (AC)	0.421	0.054	0.373	7.855	0.000**
ความผูกพันด้านต่อเนื่อง (CC)	0.089	0.036	0.085	2.507	0.013*
ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (NC)	0.514	0.061	0.412	8.382	0.000**
ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปราม (LS)	-0.148	0.050	-0.093	-2.957	0.003**
R^2 = 0.611, Adj R^2 = 0.607, F = 155.003, p = 0.000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดที่ปรับแล้ว (Adjusted R2) เท่ากับ 0.607 แสดงว่า ตัวแปรอิสระร่วมกับตัวแปรควบคุมสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจอยู่ในงานได้ร้อยละ 60.70 และแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 155.003$, $p < 0.001$) เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า ความผูกพันด้านจิตใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.373$, $p < 0.01$) ความผูกพันด้านต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.085$, $p < 0.05$) และความผูกพันด้านบรรทัดฐานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.412$, $p < 0.01$) สำหรับตัวแปรควบคุม พบว่า ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปรามมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = -

0.148, $p < 0.01$) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1–3 และปฏิเสธสมมติฐานที่ 4 สามารถเขียนสมการณ์พยากรณ์คะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$IS = -0.186 + 0.421AC + 0.089CC + 0.514NC - 0.148LS + \varepsilon$$

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงาน: ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ทั้ง 3 ด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($\bar{x}$= 4.408) ความผูกพันด้านจิตใจ ($\bar{x}$= 4.365) และความผูกพันด้านต่อเนื่อง ($\bar{x}$= 3.881) ขณะที่ความตั้งใจอยู่ในงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{x}$= 4.202) ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แม้ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามต้องปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงภัยสูง ตึงเครียด แต่ส่วนใหญ่ยังคงมีความรู้สึกผูกพัน ภาคภูมิใจ และยึดมั่นในบทบาทหน้าที่การเป็นตำรวจ ซึ่งการที่มีค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อองค์กรและความตั้งใจอยู่ในงานในระดับที่สูง สอดคล้องกับแนวคิดของ Allen and Meyer (1990) ที่อธิบายว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นผลจากการยอมรับค่านิยมขององค์กรและการรับรู้คุณค่าในงานที่ทำ สอดคล้องกับ รัตนากรณ์ ภู่เจนจบ (2566, 80) พบว่าความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ บุษกร คำโฮม และธวมินทร์ เครือโสม (2565, 132) กล่าวว่า พนักงานที่ผูกพันต่อองค์กรเกิดจากความเชื่อมั่นการยอมรับค่านิยมขององค์กรที่เห็นคุณค่าของพนักงานและรักษาความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรไว้จนรู้สึกว่าตนเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร นอกจากนี้ พรนภา ดาวฮามแป และณัฐพงศ์ บุญเหลือ (2568, 636) ยังพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรส่งผลต่อความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามพันธกิจที่วางไว้ ดังนั้น ความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงของกำลังพลและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่า ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีความมุ่งมั่นที่จะคงอยู่กับองค์กร แม้ต้องปฏิบัติงานในพื้นที่ที่มีเสี่ยงสูง โดยเฉพาะในบริบทของอาชีพตำรวจซึ่งเป็นเป้าหมายของสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ดังกล่าว การที่มีความตั้งใจอยู่ในงานสูงนั้นอาจเกิดจากปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ระบบสวัสดิการที่เพียงพอ รวมทั้งความภาคภูมิใจในบทบาทของตนในการรักษาความสงบเรียบร้อยของสังคม ผลการวิจัยนี้สะท้อนว่าตำรวจในพื้นที่มีแรงจูงใจภายในและทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร สอดคล้องกับ หัทยา ฉลองภูมิ, เสาวลักษณ์ นิกรพิทยาและรังสรรค์ อินทน์จันทน์ (2566, 192) กล่าวว่า ผู้ที่เข้ามารับราชการตำรวจที่ส่วนใหญ่ที่มัก

ต้องการทำงานด้านการปราบปราม สืบสวนและสอบสวน ซึ่งเป็นหน้าที่ในสายงานหลักของสำนักงานตำรวจแห่งชาติด้านการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม รวมทั้งต้องการให้บุคคลอื่นยอมรับ และความมั่นคงในงานต่อไป สอดคล้องกับ Qian, & Balwi, (2024, 130) อธิบายว่า ความตั้งใจอยู่ในงานเกิดจากปัจจัยส่วนบุคคล องค์กร และสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน ยิ่งบุคลากรเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมากเท่าใดก็ยิ่งมีแนวโน้มที่จะคงอยู่ในงานมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ สอดคล้องกับ รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร (2565, 60) กล่าวว่า ความตั้งใจอยู่ในงานเป็นตัวชี้วัดความสามารถขององค์กรในการรักษาบุคลากรดังนั้น อาจสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านความภาคภูมิใจในอาชีพ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และความมั่นคงในการทำงาน เป็นกลไกสำคัญที่ส่งเสริมความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในพื้นที่ชายแดนภาคใต้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านต่อเนื่อง และความผูกพันด้านบรรทัดฐานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการคงอยู่ในงานของตำรวจในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงและมีความท้าทายสูง ตำรวจที่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรจะเกิดแรงจูงใจภายในมีความภักดีต่อหน่วยงาน และมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่อย่างต่อเนื่อง

ความผูกพันด้านบรรทัดฐานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานสูงที่สุด สะท้อนให้เห็นว่า ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามรู้ในบทบาทหน้าที่ตำรวจถือเป็นอาชีพที่มีเกียรติมีศักดิ์ศรีเป็นที่ยอมรับของสังคม ซึ่งเกิดจากค่านิยมหรือบรรทัดฐานทางสังคมทำให้ตำรวจรับรู้และภาคภูมิใจในหน้าที่การทำงานถึงแม้จะต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสี่ยงจากภารกิจรักษาความสงบเรียบร้อย การต่อสู้กับยาเสพติดโดยเฉพาะในบริบทพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ซึ่งเป็นพื้นที่เสี่ยงภัย ตำรวจยังคงยึดมั่นที่จะปฏิบัติงานต่อในระยะยาวกับองค์กรต่อไป สอดคล้องกับ รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร (2565, 60) กล่าวว่า เมื่อบุคลากรรู้สึกถึงความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานที่เกิดจากค่านิยมทางสังคมทำให้บุคลากรแสดงออด้วยความกตัญญูหรืออยากทดแทนบุญคุณต่อองค์กรอย่างสุดความสามารถ นอกจากนี้ องค์กรตำรวจที่มีโครงสร้างแบบลำดับชั้นและเน้นความสามัคคีในการทำงาน การปฏิบัติงานร่วมกันในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีม ส่งผลให้บุคลากรเกิดความรู้สึกว่าควรคงอยู่ในองค์กรเพื่อไม่ละทิ้งหน้าที่และเพื่อนร่วมงาน ซึ่งแรงกดดันเชิงบวกดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความตั้งใจอยู่ในงานในระยะยาว (ธีรธร ตันยะกุล, 2567, 125; วิรุทธิ์ เอี่ยมสหเกียรติ และคณะ, 2568, 72)

ความผูกพันด้านจิตใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานสูงเป็นอันดับสอง สะท้อนให้เห็นว่าการที่ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รู้สึกภูมิใจและมีความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรต่อไป สอดคล้องกับ ภัทรฉัตร รุ่งแสง และจารุกฤษณ์ เรืองสุวรรณ (2566, 4) กล่าวว่า เมื่อพนักงานเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จะเกิดแรงจูงใจภายในต่อการปฏิบัติหน้าที่ของตนส่งผลให้ต้องการคงอยู่ใน

งานอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับ ดำรัสศิริ โลหะกาลก, อนัญญา ประดิษฐปรีชา และอารยา ประเสริฐชัย (2567, 100); พรไพลิน เจาะขาว และชวนชื่น อัคคะวณิชชา (2566, 300) กล่าวว่า เมื่อพนักงานรู้สึกดีต่อองค์กรโดยการก่อเกิดความรัก ความผูกพัน ความภาคภูมิใจ และความเอาใจใส่ขององค์กรทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเต็มใจและเสียสละความสุขส่วนตัวเพื่อเป้าหมายและต้องการเป็นสมาชิกกับองค์กรนั้นต่อไป

ความผูกพันด้านต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงาน แต่เมื่อเปรียบเทียบกับความผูกพันด้านจิตใจและความผูกพันด้านบรรทัดฐาน พบว่ามีขนาดอิทธิพลต่ำที่สุด อาจกล่าวได้ว่า การคงอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์หรือความมั่นคงทางอาชีพเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกผูกพันทางจิตใจต่อองค์กรและความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบต่อองค์กรและสังคมมากกว่า เนื่องจากลักษณะงานในพื้นที่เสี่ยงสูงต้องอาศัยความเสียสละความจงรักภักดี และการยึดมั่นในพันธกิจขององค์กรเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม องค์กรให้ความสำคัญต่อการจัดสรรสวัสดิการที่เหมาะสมและเพียงพอให้กับตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ตำรวจรับรู้ได้ถึงผลประโยชน์ที่ได้รับในระยะยาวจากองค์กรนั้นคุ้มค่ามากกว่าการไปเริ่มงานใหม่ถึงแม้ว่าต้องเผชิญกับสถานการณ์ความไม่สงบ การก่อการร้าย จำเป็นต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวังตลอดเวลาก็ตาม สอดคล้องกับ ธีรธร ตันยะกุล (2567, 135) กล่าวว่า เมื่อตำรวจรับรู้ถึงสวัสดิการก่อให้เกิดความผูกพันด้านต่อเนื่องทุ่มเทแรงกายแรงใจทำงานอย่างเต็มที่ ทำให้ตำรวจเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรยินดีร่วมมือปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสียสละถึงแม้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงภัยก็ตามเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ (อรวิภา ต้นสมบูรณ์, 2568, 52) นอกจากนี้ หากบุคลากรเปรียบเทียบค่าตอบแทนและสวัสดิการเมื่อออกจากงานไป บุคลากรตระหนักถึงต้นทุนหรือผลเสียหากลาออก เช่น รายได้สวัสดิการ และความมั่นคงในอาชีพ จึงมีแนวโน้มคงอยู่ในงานมากขึ้น (นัจนันท์ สุวรรณโมลี, ไพรินทร์ ทองภาพ และจินดาภา ลีนิวา, 2566, 238)

นอกจากนี้ ระยะเวลาทำงานในตำแหน่งป้องกันปราบปรามมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยในส่วนนี้มีความสำคัญและสะท้อนบริบทความจริงทางสังคมในพื้นที่อย่างยิ่ง โดยพบว่า ตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานในตำแหน่งมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีอายุงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มความตั้งใจที่จะอยู่ในงานลดลง ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า การทำงานใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งถือเป็นการทำงานที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์ความไม่สงบ การทำงานในพื้นที่ดังกล่าวจะได้รับ “วันทวีคูณ” ซึ่งทำให้ได้รับเงินบำนาญที่เร็วขึ้นกว่าพื้นที่อื่นหรือที่รับเงินบำนาญรายเดือนสูงขึ้น อีกทั้ง การทำงานในพื้นที่ดังกล่าวก่อให้เกิดความเคลียดสะสมและเมื่อทำงานมาเป็นระยะเวลาที่เพียงพอได้บำนาญแล้วตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามจึงอยากออกจากพื้นที่เสี่ยงภัย สอดคล้องกับ พศวัต แสนสุข และสัณฐาน ชยนนท์ (2566, 1173) กล่าวว่า ระยะเวลาทำงานยาวนานในบทบาทป้องกันปราบปรามอาจส่งผลลบต่อความตั้งใจอยู่ในงาน เนื่องจาก การสะสมความเครียดจาก

สภาพแวดล้อมในพื้นที่ความไม่สงบเมื่อประเมินกับผลตอบแทนหรือโอกาสก้าวหน้าไม่สอดคล้องกับการปฏิบัติงานต่อลงทุนเวลาและแรงงาน และสอดคล้องกับ ศุภชัย เครือคำ, สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง และละมัย ร่มเย็น (2567, 268) กล่าวว่า เมื่อปัญหาความไม่สงบที่กินระยะเวลายาวนานและไม่ได้รับการแก้ไขอาจนำมาซึ่งภาวะหมดไฟในการทำงานได้ ดังนั้น เมื่อพิจารณาบริบทชายแดนซึ่งมีภาวะภัยคุกคามสูง การหมุนเวียนตำแหน่งหรือความก้าวหน้าในอาชีพเป็นสิ่งสำคัญยิ่งเพื่อรักษาบุคลากรที่มีคุณค่าและมีความชำนาญในพื้นที่ให้คงอยู่กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง การสร้างความผูกพันต่อองค์กรช่วยรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการลดต้นทุนการสรรหาบุคลากรในระยะยาว

สรุป (Conclusion)

บทความเรื่อง อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตำรวจฝ่ายป้องกันปราบปรามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีระดับความผูกพันต่อองค์กรและความตั้งใจอยู่ในงานอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ความผูกพันด้านจิตใจ และความผูกพันด้านต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความผูกพันด้านบรรทัดฐานมีอิทธิพลสูงที่สุดการเสริมสร้างความผูกพันด้านบรรทัดฐาน กล่าวได้ว่า การปลูกฝังอุดมการณ์ผ่านระบบพี่เลี้ยง ในสถานีตำรวจ โดยนำข้าราชการตำรวจที่มีอุดมการณ์และได้รับการยอมรับมาปลูกฝังค่านิยมการปกป้องประชาชน และความภาคภูมิใจในภารกิจรักษาความสงบเรียบร้อยในพื้นที่ความเสี่ยงสูง หรือการยกย่องเชิดชูเกียรติเฉพาะพื้นที่โดยพัฒนาระบบการประกาศเกียรติคุณสำหรับข้าราชการตำรวจสายงานป้องกันปราบปรามในพื้นที่ชายแดนใต้เป็นการเฉพาะ เพื่อให้เห็นว่าองค์กรและสังคมตระหนักถึงคุณค่าและความเสียสละในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นต้น ขณะที่ระยะเวลาการทำงานมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจอยู่ในงาน ผลการวิจัยสะท้อนว่า สำนักงานตำรวจแห่งชาติควรพัฒนากลไกการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับกำลังพลในพื้นที่เสี่ยง โดยมุ่งเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรผ่านการปลูกฝังค่านิยมและความภาคภูมิใจในวิชาชีพ ควบคู่กับการจัดระบบความก้าวหน้าในสายอาชีพ การดูแลสวัสดิการและขวัญกำลังใจที่เหมาะสมกับความเสี่ยงของพื้นที่ รวมทั้งพัฒนาระบบหมุนเวียนและติดตามกำลังพลที่ปฏิบัติงานระยะยาว เพื่อลดความเหนื่อยล้าสะสม ส่งเสริมการคงอยู่ในงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติหน้าที่อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานควรส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน โดยการปลูกฝังค่านิยม ความจงรักภักดี และจิตสำนึกในหน้าที่เพื่อสร้างความรู้สึกว่าการคงอยู่ในองค์กรเป็นสิ่งที่เหมาะสมและควรกระทำ

2. ควรพัฒนาและเสริมสร้างความผูกพันด้านจิตใจ โดยสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี การยอมรับในผลงาน และความภาคภูมิใจในวิชาชีพ เพื่อเพิ่มแรงจูงใจภายในของบุคลากร

3. ควรปรับปรุงระบบสวัสดิการ ค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ และเงินช่วยเหลือครอบครัวให้สอดคล้องกับความเสี่ยงจริง เพื่อสร้างความผูกพันด้านต่อเนื่องและลดอัตราการขอย้ายออก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมที่อาจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงาน เช่น ความพึงพอใจในงาน ภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชา หรือความเครียดจากการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของแบบจำลองวิจัย

2. ควรขยายขอบเขตประชากรไปยังหน่วยงานตำรวจในพื้นที่อื่น หรือหน่วยงานภาครัฐประเภทอื่น เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัย

3. ควรศึกษาผลกระทบเชิงระยะยาวของความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงาน เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมบุคลากรในช่วงเวลาต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง (References)

เกสร สุขพันธ์, กัญชมน สีหะปัญญา และเตชะธรรม ฟองนวลศิริกุล. (2568). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารทางการพยาบาลต่อความผูกพันองค์กรและความตั้งใจคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาล. *ชัยภูมิเวชสาร, 45*(2), 1-15. https://thaidj.org/index.php/CMJ/article/view/16744/13467

ชุลีวรรณ โชติวงษ์, กิตติยา สุขมี และจุฑารัตน์ ปิณฑะแพทย์ (2565). ปัจจัยด้านความคาดหวังของพนักงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ. *วารสารพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม, 2*(3), 3-16. https://so15.tci-thaijo.org/index.php/Journalbid/article/view/137/66

ณัฐธิดา หวั่นท็อก, ยุวนุช สัตยสมบูรณ์, จุฑาธิป ศีลบุตร และอรรถสิทธิ์ ศรีสุบัติ. (2568). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง. *วารสารกฎหมายและนโยบายสาธารณสุข, 11*(3), 459-470. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/journal_law/article/view/280631/186884

ณิชาภัทร แก้วพงศ์มงคล และพัชรา โพธิ์ไพฑูรย์. (2564). ความตั้งใจในการคงสมาชิกภาพของเจนเนอเรชั่น Z: บทบาทของคุณลักษณะของความรู้และความผูกพันในงาน. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 38*(2), 168-197. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu/article/view/243431/170768

ดลพร ธีระวงศ์สกุล และวงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์. (2566). ปัจจัยเชิงสาเหตุของความตั้งใจคงอยู่ของพนักงานธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 5*(2), 339-352. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/view/258973/175610

ดำรัสศิริ โลหะกาลก, อนัญญา ประดิษฐปรีชา และอารยา ประเสริฐชัย. (2567). ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ความผูกพันต่อองค์กร และคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความตั้งใจลาออกของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชน ในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารศูนย์อนามัยที่ 9, 19*(1), 90-103. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/RHPC9Journal/article/view/270492/185237

ธนกฤต จารุพัฒน์ชัย, ธนกฤต จารุพัฒน์ชัย, ราเชนทร์ นพณัฐวงศกร และภาวัช รุจาฉันท์. (2565). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนสถานีตำรวจนครบาลชนะสงคราม. *วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ, 5*(6), 105-114. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/WPSMS/article/view/263928

ธนวัชจุ์ เกษศิลา, ธัญนันท์ บุญอยู่ และสุมาลี รามนัฏ. (2565). อิทธิพลของความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์การที่อยู่ในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การสู่ความตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานในสถานประกอบกิจการเกี่ยวกับการตัดกรอผ้าใยสังเคราะห์ จังหวัดระยอง. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 11*(1), 61-76. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/papojournal/article/view/256175/174465

ธัญญา ญาณภักดี และพัทรียา หลักเพ็ชร (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุของการธำรงรักษาบุคลากรนักบินของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 26*(1), 82-101. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/BSRI/article/view/205173/162913

ธีรธร ตันยะกุล. (2567). ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ตำรวจในการปฏิบัติงานสังกัดตำรวจภูธรจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารเอเชียตะวันออกและอาเซียนศึกษา, 24*(2), 122-136. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/eascramJ/article/view/275211

ธีระ กุลสวัสดิ์ และภัสนันท์ พ่วงเถื่อน. (2566). ความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรเทศบาลนครแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 12*(2), 190-204. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBJ/article/view/267348

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ, พงศกร เอี่ยมสะอาด, กอบชัย เมฆดี,พรเทพ แก้วเชื้อ, กนกกาญจน์ กล่อมเกลา. (2567). คุณลักษณะของงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงาน ในนิคมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 8*(1), 257-271. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/270291/181544

นัจนันท์ สุวรรณโมลี, ไพรินทร์ ทองภาพ และจินดาภา ลีนิวา. (2566). ความผูกพันต่อองค์กรและการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ส่งผลต่อการธำรงรักษาครูโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิจยวิชาการ, 9*(2), 227-243. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jra/article/view/284379/193402

บุญชม ศรีสะอาด.(2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10 ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุษกร คำโฮม และธวมินทร์ เครือโสม. (2565). อิทธิพลของการบริหารผลการปฏิบัติงานและความยุติธรรมในองค์กรต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรโรงพยาบาลเอกชน. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, 17*(2), 121-136. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/JSSRA/article/view/254478/176170

ผุสชา จันทร์ประเสริฐ, ยุวนุช สัตยสมบูรณ์ และศรัณญา เบญจกุล. (2567). บรรยากาศองค์การกับความตั้งใจคงอยู่ในงานของบุคลากรกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกกระทรวงสาธารณสุข. *วารสารกฎหมายและนโยบายสาธารณสุข, 10*(3), 456-492. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/journal_law/article/view/272988/183646

พรนภา ดาวฮามแป และณัฐพงศ์ บุญเหลือ. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่). *วารสารรามคำแหง ฉบับรัฐประศาสนศาสตร์, 8*(1), 620-653. https://so16.tci-thaijo.org/index.php/RJPA/article/view/1582/1012

พรไพลิน เจาะขาว และชวนชื่น อัคคะวณิชชา. (2566). ความตั้งใจคงอยู่ของข้าราชการเจเนอเรชั่นวายกรมสรรพากร: บทบาทของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในฐานะตัวแปรส่งผ่าน. *วารสารวิชาการรัตนบุศย์, 5*(2), 286-305. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/rtnb/article/view/2918/2167

พศวัต แสนสุข และสัณฐาน ชยนนท์. (2566). คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความตั้งใจอยู่ในองค์กร. *วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น, 5*(8), 1166-1178. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jmli/article/view/263362

ภมรรัตน์ ชุมภูประวิโร, พระครูสุตกิจสโมสร และรังสรรค์ วัฒนาชัยวณิช. (2565). การปลูกฝังความสุจริตของเยาวชนในสามจังหวัดชายแดนใต้. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 2*(4), 58-73. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jpsmbu/article/view/258198

ภัทรจาริน หงษา, ยุวนุช สัตยสมบูรณ์, จารุวรรณ ธาดาเดช และจุฑาธิป ศีลบุตร. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับความตั้งใจคงอยู่ในงาน ของพยาบาลวิชาชีพในหน่วยไตเทียมภาคเอกชน กรุงเทพมหานคร. *วารสารนโยบายสุขภาพ กฎหมาย และการบริหาร, 7*(3), 475-489. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/journal_law/article/view/251627/171693

ภัทรฉัตร รุ่งแสง และจารุกฤษณ์ เรืองสุวรรณ. (2566). ความผูกพันต่อองค์กรของกำลังพลทหารนาวิกโยธินกองพันทหารราบที่ 1 รักษาพระองค์ กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน. *Procedia of Multidisciplinary Research, 1*(7), 1-12. https://so09.tci-thaijo.org/index.php/PMR/article/view/2814/1663

รัตนากรณ์ ภู่เจนจบ. (2566). อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงาน : หลักฐานเชิงประจักษ์ของพยาบาลวิชาชีพ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 8*(9), 74–88. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/262919

รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์ และเกวลิน เศรษฐกร. (2565). ความผูกพันต่อองค์การที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 1*(1), 56-69. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mgt-skru/article/view/256553/172937.

วิรุทธิ์ เอี่ยมสหเกียรติ, นิติพล ธาระรูป, สถาพร เริงธรรม, สมชาย ปัญญเจริญ และศิรภัสสรศ์ วงศ์ทองดี. (2568). ความผูกพันในองค์การของบุคลากรในสายงานด้านสุขภาพของไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 9*(4), 68-78. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/281675/188477

วิลาวัณย์ เพ็งพานิช, มาลีวัล เลิศสาครศิริ และสมพร ชินโนรส. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กร กับการคงอยู่ในองค์กรของพยาบาลวิชาชีพสำเร็จใหม่ ในโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่มุ่งแสวงหากำไร กรุงเทพมหานคร. *วารสารพยาบาล, 68*(3), 30-38. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/TJN/article/view/233335/160181

ศุภชัย เครือคำ, สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง และละมัย ร่มเย็น. (2567). อิทธิพลของคุณภาพชีวิตการทำงาน และความผูกพันต่อองค์การที่มีผลต่อภาวะหมดไฟในการทำงานของบุคลากรสำนักงานจัดรูปที่ดินและจัดระบบน้ำเพื่อเกษตรกรรมที่ 9. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 4*(3), 249-274. https://doi.org/10.60027/iarj.2024.275377

ศูนย์ข่าวภาคใต้ สำนักข่าวอิศรา. (2569, 15 สิงหาคม). *22 ปีไฟใต้ (1) เหตุรุนแรงทะลุหมื่นครั้ง สูญเสีย 6 พันชีวิต!*. สำนักข่าวอิศรา. https://www.isranews.org/article/south-slide/144565-statisticsviolencesouth.html

สิทธวิชญ์ รวิชาติ. (2568). บทบาทของตำรวจกับการพัฒนาพื้นที่ชายแดนภาคใต้. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 7*(2), 44-57. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/husolru/article/view/278964/180475

หัทยา ฉลองภูมิ, เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา, รังสรรค์ อินทน์จันทน์. (2566). ปัจจัยความพึงพอใจในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการคงอยู่กับองค์การของกองบังคับการฝึกพิเศษ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาขอนแก่น, 10*(1), 189-200. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jg-mcukk/article/view/258661/175522

อรวิภา ต้นสมบูรณ์ และจิดาภา ถิรศิริกุล. (2568). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธรบางละมุง. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 8*(4), 47-56. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/assr/article/view/290994

อัษฎาพร ใจสุข, รัชดา บุญแก้ว และวิชิต เรืองแป้น. (2567). รูปแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของข้าราชการตำรวจ 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ในอนาคต. *วารสารอนามัยสิ่งแวดล้อมและสุขภาพชุมชน, 9*(5), 297-306. https://www.tci-thaijo.org/articles/health03-3406

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology, 63*(1), 1–18. https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x

Allen, N. J., and Meyer, J. P. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review, 1*(1), 61–89. https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z

Campos, F.D., Chambel, M.J. & Lopes. S. (2023). Work Social Support and PTSD in Police Officers: The Mediating Role of Organizational Commitment. *Sustainability, 15*, 1-17. https://doi.org/10.3390/su152416728

Charman, S. & Bennett, S. (2022). Voluntary resignations from the police service: the impact of organisational and occupational stressors on organisational commitment. *Policing and Society, 32*(2), 159-178. https://doi.org/10.1080/10439463.2021.1891234

Gibson, A. (2024). Does prior military and/or law enforcement experience influence officer retention? A case study of the Charleston Police Department. *Policing: A Journal of Policy and Practice, 18.* https://doi.org/10.1093/police/paad087

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2023). *Multivariate data analysis (9th ed.).* Cengage Learning.

Meyer, J.P. and Allen, N.J. (1997) Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application. *Human Resource Development Quarterly, 9,* 309-312. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/hrdq.3920090309

Qian, H., & Balwi, M. K. B. M. (2024). Understanding the complexity of intention to stay: Influencing factors and strategic insights for enhancing employee retention. *Advances in Economics, Management and Political Sciences, 93,* 129–135. https://doi.org/10.54254/2754-1169/93/20241126

Quick, K.M. & Wolff, K.T. (2026). Breaking point: Exploring side bets, support, and pension investment as predictors of turnover intention in urban policing. Journal of Criminal Justice, 104, 1-16. https://doi.org/10.1016/j.jcrimjus.2026.102672

Shrestha, N. (2020) Detecting Multicollinearity in Regression Analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics, 8,* 39-42. https://doi.org/10.12691/ajams-8-2-1

Vandenberghe, C., Bentein, K., & Panaccio, A. (2021). Continuance commitment and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management, 47*(2), 326–354. https://doi.org/10.1177/0149206320901568.

White, M. D., et al. (2024). Why do police consider leaving the profession? The interplay between job demand stress, burnout, psychological distress, and commitment. *Policing: A Journal of Policy and Practice, 18*, 1-13. https://doi.org/10.1093/police/paae036

Yadav, B., Bhusal,Anil, S. Anil K. C., Pradhan P.M. (2023). Occupational stress and environmental impact among traffic police officers in Kathmandu Valley, Nepal: A qualitative study. *PLOS Glob Public Health, 3*(11), 1-12. https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0002174

Yamane, T. (1967). *Taro Statistic: An Introductory Analysis*. New York: Harper & row.

Zhao, J. S., Thurman, Q., & He, N. (2024). Job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention among police officers. *Police Quarterly, 27*(1), 3–28. https://doi.org/10.1177/10986111231143289

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ศักยภาพและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารทุนวัฒนธรรม: การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

Potential and Media Technology Reception for Cultural Capital Communication: Designing a Training Curriculum for Upper Secondary Students in Chomthong, Chiang Mai

เนตรชนก สายคง[1*], สุพัฒนวรี ทิพย์เจริญ[2], นล นาคนาคา[1], พัชร์ลิชา เมืองคำ[1], สุพิชา เทศดรุณ[1]

Netchanok Saikhong[1]*, Supattanawaree Thipcharoen[2], Nol Naknaka[1], Phatchalicha Muangkham[1], Supicha Thetcharun[1]

[1]สาขาการสร้างสรรค์นวัตกรรมสื่อดิจิทัล
คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
120 ถนนมหิดล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย
[1]Department of Digital Media Innovation and Creation, The Far Eastern University
120 Mahidol Road, Muang District, Chiang Mai Province, 50100, Thailand

[2]คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
120 ถนนมหิดล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย
[2]Department of Data Science and Digital Innovation, The Far Eastern University
120 Mahidol Road, Muang District, Chiang Mai Province, 50100, Thailand

***รับบทความ**: 6 กรกฎาคม 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 21 สิงหาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจศักยภาพและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารทุนวัฒนธรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนเพื่อออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว โดยใช้ใช้

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: netchanok@feu.ac.th

ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยใช้แบบสำรวจ (Survey) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับการประเมินความต้องการจำเป็น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms จากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียนจอมทอง จำนวน 174 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า แม้กลุ่มตัวอย่างจะรับรู้อัตลักษณ์และคุณค่าของทุนวัฒนธรรมในพื้นที่อยู่ในระดับสูง แต่กลับมีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมเพียงร้อยละ 10.3 ซึ่งสะท้อนให้เห็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ในระดับผิวเผินกับความเข้าใจเชิงลึก ในด้านการเปิดรับสื่อ ผลการศึกษาชี้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram Reels ทว่าวัตถุประสงค์หลักของการใช้งานยังคงเป็นไปเพื่อความบันเทิงมากกว่าการผลิตเนื้อหา ขณะที่ทักษะการผลิตสื่อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยอุปสรรคสำคัญที่สุดที่พบคือการขาดความรู้และทักษะ (ร้อยละ 45.7) มิใช่การขาดความสนใจ อันสะท้อนให้เห็นว่าข้อจำกัดของกลุ่มเป้าหมายเป็นช่องว่างด้านทักษะและทรัพยากรมากกว่าช่องว่างด้านทัศนคติ จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) มาสังเคราะห์เป็นโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมระยะครึ่งวันในลักษณะโมดูล ประกอบด้วย 3 โมดูล ได้แก่ การสร้างคอนเทนต์วัฒนธรรมและการเล่าเรื่อง แพลตฟอร์มออนไลน์และจริยธรรมการเผยแพร่ และการผลิตสื่ออย่างง่ายด้วยมือถือ พร้อมทั้งกิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอภายหลังการอบรมเพื่อต่อยอดการเรียนรู้ งานวิจัยนี้จึงนำเสนอต้นแบบหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบจากฐานความต้องการจำเป็น ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่อื่นที่มีบริบททุนวัฒนธรรมใกล้เคียงกันได้ต่อไป

คำสำคัญ

การเปิดรับสื่อเทคโนโลยี,นักสื่อสารทุนวัฒนธรรม,การออกแบบหลักสูตรทุนวัฒนธรรม

Received: *July 6, 2026* ***Revised***: *August 21, 2026* ***Accepted***: *August 28, 2026*

Abstract

This research aimed to explore the potential and media exposure behavior regarding cultural capital communication among upper secondary school students at Chom Thong School, Chom Thong District, Chiang Mai Province, and to design a training curriculum aligned with the potential and needs of the target group. The study employed a Research and Development (R&D) methodology utilizing a quantitative survey for needs assessment. Data were gathered via an online questionnaire on Google Forms from 174 students in Grades 10–12 at Chom Thong School selected through convenience sampling, and subsequently

analyzed using descriptive statistics. The findings revealed that although the respondents perceived local cultural identity and values at a high level, only 10.3% possessed in-depth knowledge of cultural capital, highlighting a notable gap between superficial perception and profound understanding. Regarding media exposure, the majority demonstrated high social media utilization, particularly on TikTok and Instagram Reels; however, usage was predominantly for entertainment rather than content creation. Overall media production skills were at a moderate level, with the most significant barrier identified as a lack of knowledge and skills (45.7%) rather than a lack of interest, reflecting that the target group's limitation stems from skill and resource deficits rather than attitudinal constraints. Based on these findings, the researcher synthesized the needs assessment results into a half-day modular training curriculum comprising three core modules: (1) Cultural Content Creation and Storytelling, (2) Online Platforms and Dissemination Ethics, and (3) Simplified Mobile Media Production, complemented by a post-training video contest to foster extended learning. This study offers an evidence-based curriculum prototype developed systematically from needs assessment data, which can be adapted and applied to other settings with comparable cultural capital contexts.

Keywords

Media Technology Reception, Cultural Capital Communicator, Curriculum Design

บทนำ (Introduction)

การสื่อสารเรื่องราวชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้สังคมเข้าใจคุณค่า อัตลักษณ์ และศักยภาพของชุมชน ทั้งในมิติประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต อาหาร ภูมิปัญญา และทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งประกอบสร้างเป็นทุนวัฒนธรรมที่สืบทอดจากบรรพชนสู่คนรุ่นหลัง ตามความหมายที่ Bourdieu (1986, 241-258) วางรากฐานไว้ว่าเป็นทรัพยากรที่มิใช่ทุนทางเศรษฐกิจโดยตรง ทั้งในรูปแบบที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล (embodied) รูปแบบที่ปรากฏเป็นวัตถุ (objectified) และรูปแบบที่ได้รับการรับรองเชิงสถาบัน (institutionalized) ซึ่งแปรเปลี่ยนเป็นมูลค่าทางสังคมและเศรษฐกิจได้ผ่านกระบวนการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ สอดคล้องกับ Throsby (2001) ที่ชี้ว่ามูลค่าทางเศรษฐกิจของวัฒนธรรมต้องอาศัยกลไกการสื่อสารและการตีความคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ให้ประจักษ์แก่สาธารณชน ทั้งในฐานะมรดกที่ต้องอนุรักษ์และเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สร้างภาพลักษณ์ ประสบการณ์นักท่องเที่ยว และมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชน (สกุลศรี ศรีสารคาม และคณะ, 2559)

เมื่อระบบนิเวศสื่อ (media ecology) เปลี่ยนผ่านสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ การสื่อสารทุนวัฒนธรรมจึงต้องอาศัยสื่อเทคโนโลยีที่เข้าถึงผู้รับสารรุ่นใหม่แทนรูปแบบดั้งเดิม กาญจนา แก้วเทพ (2557) ชี้ว่าการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมสมัยต้องอาศัย "ผู้สื่อสารวัฒนธรรม" ที่เข้าใจรากเหง้าพื้นที่และมีทักษะประยุกต์ใช้สื่อใหม่ ขณะที่แนวคิดวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (participatory culture) ของ Jenkins et al. (2009) เสนอว่าเยาวชนดิจิทัลมิใช่ผู้รับสารเชิงรับ (passive audience) แต่มีศักยภาพเป็นผู้ผลิตเนื้อหา (prosumer) ที่เผยแพร่เรื่องราววัฒนธรรมของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยตรง

อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทุนวัฒนธรรมหลายมิติ ทั้งทุนวัฒนธรรมเชิงศาสนสถานอย่างวัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร ทุนวัฒนธรรมเชิงระบบนิเวศและวิถีชีวิตชุมชน ตลอดจนภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นถิ่น เช่น ผ้าซิ่นตีนจก อาหารพื้นถิ่น และวัฒนธรรมล้านนากับความศรัทธาที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคน ซึ่งเป็นต้นทุนเชิงอัตลักษณ์ที่มีศักยภาพสูงในการสื่อสารเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยที่ยืนยันว่าการสื่อสารแบรนด์เชิงวัฒนธรรมที่มีทิศทางชัดเจนสามารถเปลี่ยนทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม (เสาวนีย์ วรรณประภา และคณะ, 2565, 153-164) เช่นเดียวกับกรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคใต้ที่แสดงว่าการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมชุมชน (สมพร เกื้อไข่ และคณะ, 2565, 1-11)

จากรายงาน Digital 2024: Thailand ของ DataReportal (2567) พบว่าประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึง 63.21 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 88.0 ของประชากรทั้งประเทศ และมีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 49.1 ล้านคน หรือร้อยละ 68.3 ของประชากร เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า สอดคล้องกับผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร (สิทธิรักษ์ ศิลป์ประสิทธิ์และคณะ, 2567) ที่พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์หลักในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ถึงร้อยละ 92.16 และใช้งานเป็นประจำทุกวันสูงถึงร้อยละ 84.56 โดยแพลตฟอร์มที่ใช้งานมากที่สุด ได้แก่ Instagram, TikTok และ Facebook ตามลำดับ และมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้งานเพื่อความบันเทิงถึงร้อยละ 62.75 มากกว่าการผลิตหรือเผยแพร่เนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าเยาวชนไทยในปัจจุบันเข้าถึงสื่อดิจิทัลในระดับสูงและต่อเนื่อง

ทว่าในความเป็นจริง แม้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในพื้นที่อำเภอจอมทองจะเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์และคุ้นเคยกับสมาร์ตโฟนในระดับสูง แต่การเข้าถึงเทคโนโลยีมิได้แปลว่ามีองค์ความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือมีทักษะการผลิตสื่อเพียงพอต่อการสื่อสารเรื่องราวออกสู่สาธารณะอย่างมีคุณภาพ ช่องว่างระหว่างพฤติกรรมการบริโภคสื่อกับศักยภาพการผลิตสื่อจึงเป็นประเด็นปัญหา (pain point) ที่งานวิจัยนี้มุ่งศึกษา สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Theory) ของ Katz et al. (1973, 509-523) ที่อธิบายว่าผู้รับสารเลือกเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อตามความต้องการเฉพาะตน มิใช่ผู้รับสารเชิงรับ หลักสูตรฝึกอบรมที่ออกแบบบนฐานความเข้าใจแรงจูงใจที่แท้จริง

ของผู้เรียนจึงมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนบทบาทเยาวชนจากผู้บริโภคสู่ผู้ผลิตสื่อได้มีประสิทธิภาพกว่าหลักสูตรที่ออกแบบจากมุมมองผู้สอนฝ่ายเดียว

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสำรวจศักยภาพ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความต้องการด้านเนื้อหาหลักสูตรของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอจอมทองอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ (evidence-based needs assessment) ในการออกแบบหลักสูตรที่ตอบโจทย์ทั้งศักยภาพและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อันนำไปสู่การสร้างนักสื่อสารวัฒนธรรมรุ่นใหม่ที่เชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับพื้นที่สื่อสารสาธารณะได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อสำรวจศักยภาพและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารทุนวัฒนธรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่ตรงตามความต้องการและศักยภาพของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1.แนวคิดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมและการสื่อสารวัฒนธรรม

Bourdieu (1986,241-158) จำแนกทุนวัฒนธรรมออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ ทุนวัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลในลักษณะของนิสัยใจคอ รสนิยม และความรู้ที่สั่งสมผ่านการอบรมเลี้ยงดูและการศึกษา ทุนวัฒนธรรมที่ปรากฏเป็นวัตถุ เช่น งานศิลปะ หัตถกรรม สิ่งของ และทุนวัฒนธรรมที่ได้รับการรับรองเชิงสถาบัน เช่น วุฒิการศึกษาหรือใบรับรอง แนวคิดนี้ถูกนำมาขยายผลในบริบทเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม โดย Throsby (2001) ที่เสนอว่าทุนวัฒนธรรมมีทั้งมูลค่าทางวัฒนธรรม (cultural value) และมูลค่าทางเศรษฐกิจ (economic value) ซึ่งทั้งสองมิตินี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีกระบวนการสื่อสารที่ทำให้คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของทุนวัฒนธรรมเป็นที่รับรู้และยอมรับในวงกว้าง ในบริบทของประเทศไทย แนวนโยบายการนำทุนวัฒนธรรมมาต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์สะท้อนแนวคิดเดียวกันนี้ กล่าวคือ ทุนวัฒนธรรมจะไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้หากปราศจากกลไกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดเรื่องราวและคุณค่าออกสู่สาธารณะ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม, 2552) งานวิจัยเชิงประจักษ์ในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทยยืนยันความสัมพันธ์นี้เช่นกัน อาทิ การพัฒนาแนวทางสื่อสารแบรนด์เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งพบว่าการออกแบบสารและช่องทางสื่อสารที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์พื้นที่มีผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณค่าของทุนวัฒนธรรมในกลุ่มนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ (เสาวนีย์ วรรณประภา และคณะ, 2565, 153-164)

จากแนวคิดของ Bourdieu (1986, 241-258) และ Throsby (2001) งานวิจัยครั้งนี้จึงมองทุนวัฒนธรรมในพื้นที่จอมทองเป็น "ทุนวัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล" (embodied cultural capital) ที่ยังไม่ถูกแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจหรือสัญลักษณ์ เนื่องจากขาดกระบวนการสื่อสารถ่ายทอดคุณค่าออกสู่สาธารณะ จึงกำหนดตัวแปร "ศักยภาพและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ" เป็นตัวชี้วัดความพร้อมในการถ่ายทอดทุนวัฒนธรรมดังกล่าว และใช้เป็นฐานออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่ทำหน้าที่แปลงทุนวัฒนธรรมนั้นให้เป็นเนื้อหาสื่อสารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลต่อไป

2.ทฤษฎีการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของเยาวชน

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Theory) ของ Katz et al. (1973) อธิบายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการเชิงรุก (active audience) ที่เลือกเปิดรับสื่อตามความต้องการและแรงจูงใจเฉพาะตน ไม่ว่าจะเป็นความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง การสร้างอัตลักษณ์ทางสังคม หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น McQuail (2010) ขยายผลแนวคิดนี้โดยชี้ว่าในยุคสื่อดิจิทัล ผู้รับสารมิได้เพียงเลือกเปิดรับเนื้อหา แต่ยังมีบทบาทเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาไปพร้อมกัน สอดคล้องกับแนวคิดผู้บริโภคที่เป็นผู้ผลิตไปในตัว (prosumer) ของ Toffler (1980)

สำหรับกลุ่มเยาวชน Generation Z ซึ่งเติบโตมาพร้อมเทคโนโลยีดิจิทัล งานวิจัยด้านพฤติกรรมการใช้สื่อของคนแต่ละช่วงวัยในไทยชี้ว่ากลุ่มเยาวชนมีรูปแบบการเปิดรับสื่อที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนอย่างชัดเจน ทั้งในด้านช่องทางและวัตถุประสงค์การใช้งาน (เอื้อจรัสพันธุ์ อบรมจิตต์, 2561) โดยเฉพาะพฤติกรรมการบริโภคเนื้อหาวิดีโอสั้นผ่านแพลตฟอร์มที่เน้นอัลกอริทึมแนะนำเนื้อหา ซึ่งกลายเป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข่าวสารและวัฒนธรรมร่วมสมัยของเยาวชนกลุ่มนี้ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยหลายชิ้นยืนยันตรงกันว่าแม้เยาวชนจะใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์สูง แต่วัตถุประสงค์หลักยังเป็นความบันเทิงและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมากกว่าการผลิตเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์หรือเชิงสังคม ซึ่งเป็นช่องว่างสำคัญที่การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมด้านการสื่อสารทุนวัฒนธรรมต้องคำนึงถึง จากแนวคิดข้างต้น การศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดองค์ประกอบของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไว้ 2 ด้าน ได้แก่ (1) ช่องทาง/แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดรับ และ (2) วัตถุประสงค์หรือแรงจูงใจในการใช้งาน ซึ่งใช้เป็นกรอบในการออกแบบข้อคำถามส่วนที่ 2 ของแบบสำรวจ

3. แนวคิดการเล่าเรื่องดิจิทัลและการสร้างสรรค์เนื้อหา (Digital Storytelling and Content Creation)

การเล่าเรื่องดิจิทัล (Digital Storytelling) ริเริ่มโดย Lambert (2013) ผ่านการทำงานของ Center for Digital Storytelling ซึ่งเสนอองค์ประกอบของเรื่องเล่าดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ มุมมองของผู้เล่า คำถามเชิงดราม่าที่ดึงดูดความสนใจ เนื้อหาทางอารมณ์ พลังของเสียงบรรยาย ดนตรีประกอบ ความกระชับ และจังหวะการเล่าเรื่อง Robin (2008) ยืนยันว่าการเล่าเรื่องดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังสำหรับห้องเรียนใน

ศตวรรษที่ 21 เนื่องจากช่วยพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การเรียบเรียงข้อมูล และการสื่อสารไปพร้อมกัน ในเชิงโครงสร้างเรื่องเล่า แนวคิดการเดินทางของวีรบุรุษ (The Hero's Journey) ของ Campbell (1949) ยังเป็นกรอบพื้นฐานที่นำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายในการออกแบบเนื้อหาสื่อร่วมสมัย เช่นเดียวกับกรอบ StoryBrand ของ Miller (2017) ที่ปรับโครงสร้างดังกล่าวให้เข้ากับบริบทการสื่อสารเชิงพาณิชย์และการสร้างแบรนด์ ซึ่งประยุกต์กับการสื่อสารทุนวัฒนธรรมได้เช่นกัน โดยวางให้ผู้ชม (นักท่องเที่ยวหรือผู้รับสาร) เป็นวีรบุรุษของเรื่อง และให้ทุนวัฒนธรรมหรือชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยนำทางสู่การเปลี่ยนแปลง

ในด้านทักษะการสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation) Chaisriya, Kaeophanuek, และ Gilbert (2023) พบว่าการบูรณาการการเล่าเรื่องดิจิทัลร่วมกับกลยุทธ์อภิปัญญา (metacognition) ในรูปแบบการเรียนรู้ DSTMC ส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถด้านการสื่อสารของผู้เรียน โดยการให้ผู้เรียนลงมือผลิตชิ้นงานด้วยตนเองผ่านกระบวนการเล่าเรื่องดิจิทัล ทั้งการวางแผน การผลิตสื่อ การตัดต่อ และการถ่ายทอดเนื้อหา ช่วยพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน และการนำเสนอไปพร้อมกัน สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมการเล่าเรื่องดิจิทัลของเยาวชนที่หน่วยงานระหว่างประเทศดำเนินการในหลายพื้นที่ทั่วโลก (UNICEF Thailand, n.d.) นอกจากนี้ งานวิจัยระดับนานาชาติในช่วง 5 ปีที่ผ่านมายังยืนยันบทบาทของแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นในการสื่อสารเนื้อหาเชิงวัฒนธรรม อาทิ การศึกษาของ Liu et al. (2022) ที่วิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์เชิงพื้นที่และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านคลิปวิดีโอสั้นบน TikTok พบว่าแพลตฟอร์มดังกล่าวสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และวัฒนธรรมผ่านมิติทางกายภาพ ความคิด และความสัมพันธ์เชิงอารมณ์ร่วมกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Qian (2026, 113-118) ที่พบว่าแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นมีบทบาทสำคัญในการก่อร่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและรูปแบบปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชน แม้จะพบความเสี่ยงด้านการกระจายตัวทางวัฒนธรรม (cultural fragmentation) จากการคัดสรรเนื้อหาด้วยอัลกอริทึม แต่ทั้งสองการศึกษาต่างชี้ให้เห็นศักยภาพของแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นในฐานะเครื่องมือสื่อสารทุนวัฒนธรรมที่มีพลังในบริบทสากล ซึ่งสนับสนุนแนวทางการออกแบบหลักสูตรที่เน้นการผลิตสื่อวิดีโอสั้นของงานวิจัยครั้งนี้

4.แนวคิดการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรม (Curriculum Design)

การพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดของ Tyler (1949) วางกรอบการออกแบบที่เริ่มจากการกำหนดวัตถุประสงค์ การเลือกและจัดประสบการณ์การเรียนรู้ และการประเมินผล ซึ่งเป็นรากฐานของการออกแบบหลักสูตรเชิงระบบมาจนถึงปัจจุบัน ขณะที่ Taba (1962) เสนอแนวทางแบบฐานราก (grassroots model) ที่ให้จุดเริ่มต้นอยู่ที่การวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน มากกว่าการกำหนดเนื้อหาจากบนลงล่าง แนวคิดนี้สอดคล้องกับกระบวนการประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) ที่ Witkin and Altschuld (1995) นิยามว่าเป็นการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างสภาพที่พึงประสงค์กับสภาพที่เป็นอยู่จริง เพื่อกำหนดลำดับความสำคัญของเนื้อหาและกิจกรรมในหลักสูตร ในบริบทการศึกษาไทย งานวิจัยยืนยันตรงกันว่าการวิเคราะห์ช่องว่างดังกล่าวเป็นขั้นตอนจำเป็นก่อนการออกแบบแนวทางพัฒนาใด ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้น

ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย (จัตตุพรพงษ์ สังข์ผุด และคณะ, 2567) หลักการดังกล่าวจึงเป็นกรอบแนวคิดหลักที่งานวิจัยนี้นำมาใช้ในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอจอมทอง โดยเริ่มจากการสำรวจศักยภาพและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายก่อนกำหนดโครงสร้างเนื้อหา

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสังเคราะห์ประเด็นที่ศึกษาออกเป็น 4 ส่วนที่เชื่อมโยงกันตามตรรกะของ Taba (1962) และ Witkin and Altschuld (1995) ได้แก่ การทำความเข้าใจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายในฐานะจุดตั้งต้น การประเมินศักยภาพและทักษะที่มีอยู่จริง การวิเคราะห์ความต้องการด้านเนื้อหาที่กลุ่มเป้าหมายแสดงออก และการสังเคราะห์ทั้งสามองค์ประกอบเป็นข้อเสนอในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่สอดคล้องกับบริบทจริง

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยใช้แบบสำรวจ (Survey) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับการประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) และนำผลที่ได้ไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรม

1.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเผยแพร่แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms ให้นักเรียนที่สามารถเข้าถึงได้ตอบตามความสมัครใจ จำนวนทั้งสิ้น 174 คน ครอบคลุมนักเรียนทั้งสามระดับชั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายทั้งในมิติของเพศ ระดับชั้น และภูมิหลังตามลักษณะของนักเรียนในสถานศึกษา ทั้งนี้ การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกมีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากมุ่งใช้ข้อมูลเพื่อการประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) สำหรับออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมในพื้นที่เฉพาะ มิใช่การอ้างอิงเชิงสถิติไปสู่ประชากรกลุ่มใหญ่ในระดับภาพรวม จึงให้ความสำคัญกับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงและความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติภายในกรอบเวลาที่จำกัดของโครงการมากกว่าความเป็นตัวแทนเชิงสถิติ (statistical representativeness) โดยยังคงควบคุมความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างในเบื้องต้นผ่านการครอบคลุมนักเรียนทั้งสามระดับชั้น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย โดยดำเนินการสร้างตามลำดับขั้นตอน ดังนี้ ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบตัวแปรและโครงสร้างข้อคำถามเบื้องต้น จากนั้นนำร่างแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์การวิจัย และปรับปรุงแก้ไขข้อคำถาม

ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการทดลองใช้เครื่องมือ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน พบว่าข้อคำถามทุกข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item-Total Correlation) อยู่ระหว่าง 0.562 ถึง 0.717 ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐาน และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือทั้งฉบับ (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.888 แสดงว่าเครื่องมือวิจัยมีความตรงและความเชื่อมั่นในระดับสูง สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามแบบตรวจสอบรายการและเลือกตอบ (Checklist/Multiple Choice) และมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5-point Rating Scale) โดยมีโครงสร้างแบ่งออกเป็น 5 ส่วนหลัก สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 2 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและระดับความสนใจพื้นฐานที่มีต่อทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ ครอบคลุมข้อมูลประชากรศาสตร์ ระดับความสนใจในอัตลักษณ์/ทุนวัฒนธรรม และความสนใจในการเป็นนักสร้างคอนเทนต์

ส่วนที่ 2 ความผูกพันและองค์ความรู้ทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ ครอบคลุมระยะเวลาที่อาศัยและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน ระดับความรู้เกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม ทัศนคติต่อคุณค่าของทุนวัฒนธรรม และการประเมินศักยภาพเบื้องต้นตามบทบาทนักสื่อสารทุนวัฒนธรรม ซึ่งเป็นตัวแปรด้าน "ศักยภาพ" ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับและการใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ และการเข้าถึงเทคโนโลยี/เครื่องมือผลิตสื่อ ครอบคลุมช่องทางที่ใช้งาน วัตถุประสงค์การใช้งาน และความพร้อมด้านอุปกรณ์และแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นตัวแปรด้าน "พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ" ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ส่วนที่ 4 การประเมินศักยภาพตนเองด้านทักษะการเล่าเรื่องและการผลิตสื่อ (Self-Assessment) ครอบคลุมทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และเล่าเรื่อง การนำเสนอและสื่อสาร และการผลิตสื่อ ซึ่งเป็นตัวแปรด้าน "ศักยภาพ" ต่อเนื่องจากส่วนที่ 2

ส่วนที่ 5 ความต้องการพัฒนาศักยภาพและการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ครอบคลุมความสนใจเข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อทักษะที่ต้องการพัฒนาเพิ่มเติม และความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมประกวด ข้อมูลจากส่วนนี้ใช้เป็นฐานข้อมูลความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) ประกอบการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรม

3.การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบแบบสอบถามออนไลน์ผ่านระบบ Google Forms ในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2569 โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การประสานงานและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยประสานความร่วมมือกับโรงเรียนจอมทองเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเข้าถึงนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

2. การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง ก่อนการตอบแบบสอบถามทุกครั้ง ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนสิทธิ์ในการเข้าร่วมหรือปฏิเสธการวิจัยอย่างชัดเจน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความสมัครใจและเป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัย

3. การแจกแบบสอบถามและการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้ Google Forms เป็นเครื่องมือหลักในการจัดทำและเผยแพร่แบบสอบถามออนไลน์ โดยส่งลิงก์แบบสอบถามผ่านช่องทาง Line Group ให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเข้าถึงและตอบแบบสอบถามได้ด้วยตนเองผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ดำเนินการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 30 วัน ตั้งแต่วันที่ 1-30 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2569

4. การติดตามการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยติดตามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามผ่านระบบ Google Forms เป็นระยะ และประสานงานกับครูผู้ประสานงานเพื่อกระตุ้นเตือนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ตอบให้ครบตามจำนวนที่กำหนด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาเก็บข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำตอบ (Data Cleaning) คัดกรองข้อมูลที่ตอบไม่ครบหรือไม่สมบูรณ์ออกก่อนนำข้อมูลที่สมบูรณ์ไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อใช้อธิบาย (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศและระดับชั้นการศึกษา (2) ศักยภาพและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารทุนวัฒนธรรม (3) ระดับทักษะที่ประเมินตนเองด้านการเล่าเรื่องและการผลิตสื่อ และ (4) ความต้องการด้านเนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรม

6. การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรม ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 5 มาใช้เป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ในการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) เพื่อกำหนดโครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรมแบบโมดูล (Module-based) โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการออกแบบหลักสูตร (Curriculum Design) ของ Tyler และ Taba เป็นกรอบในการกำหนดวัตถุประสงค์ เนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้ และลำดับการนำเสนอของแต่ละโมดูลให้สอดคล้องกับช่องว่างที่พบจากผลการสำรวจ จากนั้นนำร่างหลักสูตรที่ออกแบบขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ก่อนสรุปเป็นข้อเสนอหลักสูตรฝึกอบรมฉบับสมบูรณ์

ผลการวิจัย (Results)

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 174 คน ประกอบด้วยนักเรียนเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.0) รองลงมาคือเพศชาย (ร้อยละ 34.5) และเพศทางเลือก/ละเว้นการระบุ (ร้อยละ 7.5) ด้านระดับชั้นเรียนกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มากที่สุด (ร้อยละ 52.3) ตามด้วยชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 (ร้อยละ 43.7) และมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ร้อยละ 4.0) ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ผล

การสำรวจศักยภาพและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารทุนวัฒนธรรม และตอนที่ 2 ออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่ตรงตามความต้องการและศักยภาพของนักเรียน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการสำรวจศักยภาพและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารทุนวัฒนธรรม

ด้านความสัมพันธ์กับชุมชนและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 48.9) อาศัยอยู่ในพื้นที่แต่ไม่ค่อยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมส่วนรวม ร้อยละ 28.2 อาศัยอยู่ในพื้นที่มาเป็นระยะเวลานานและร่วมกิจกรรมชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ส่วนอีกร้อยละ 23.0 เพิ่งย้ายมาหรืออาศัยชั่วคราวและไม่มีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการฝังตัวในพื้นที่ทางกายภาพ (physical embeddedness) แต่ยังขาดการมีส่วนร่วมเชิงสังคมและวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

ด้านระดับความรู้เกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่าร้อยละ 64.9 รู้จักของดีในพื้นที่เพียงผิวเผินหรือตอบได้ในระดับกว้างเท่านั้น ร้อยละ 24.7 ไม่สามารถระบุความสนใจที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมได้ และมีเพียงร้อยละ 10.3 เท่านั้นที่สามารถระบุรายละเอียดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาได้อย่างลึกซึ้ง กล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบร้อยละ 90 มีความรู้เกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ของตนในระดับผิวเผินถึงไม่มีความรู้เลย ซึ่งสะท้อนถึงช่องว่างของการถ่ายทอดทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital transmission) ในระดับที่น่ากังวล

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาการรับรู้อัตลักษณ์และศักยภาพของทุนวัฒนธรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 66.7 เห็นว่าทุนวัฒนธรรมในพื้นที่มีจุดเด่นและอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ขณะที่ร้อยละ 44.8 มีแนวคิดสร้างสรรค์และเชื่อว่าสามารถต่อยอดทุนวัฒนธรรมเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนได้ ภาวะที่กลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้คุณค่าของทุนวัฒนธรรมได้ในระดับหนึ่ง แม้จะมีความรู้เชิงลึกไม่มากนัก เป็นสภาพการณ์ที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารทุนวัฒนธรรมผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ

ด้านความสนใจในการเป็นนักสร้างคอนเทนต์หรือนักเล่าเรื่องท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50.6) มีระดับความสนใจปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย (ร้อยละ 24.7) ส่วนผู้ที่มีความสนใจในระดับมากถึงมากที่สุดมีสัดส่วนรวมกันเพียงร้อยละ 19.5 ผลดังกล่าวสะท้อนว่าแรงจูงใจภายในในการเป็นผู้สื่อสารทุนวัฒนธรรมยังอยู่ในระดับต่ำ การออกแบบกิจกรรมพัฒนาศักยภาพจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างแรงบันดาลใจและการปลูกฝังความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นควบคู่ไปกับการฝึกทักษะการผลิตสื่อ

1.2. พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และความพร้อมด้านเทคโนโลยี

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 4–6 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 48.0) รองลงมาคือมากกว่า 6 ชั่วโมง (ร้อยละ 25.4) เมื่อพิจารณาร่วมกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างกว่าสามในสี่ (ร้อยละ 73.4) ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 4 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน สะท้อนถึงระดับการเปิดรับสื่อดิจิทัลที่สูงเป็นอย่างยิ่ง ช่วงเวลาที่เข้าใช้งานมากที่สุดกระจุกตัวในสามกลุ่มใกล้เคียงกัน ได้แก่ ช่วงก่อนนอน (ร้อยละ 47.1) ช่วงหลังเลิกเรียน (ร้อยละ 46.0) และตลอดทั้งวันเมื่อมีเวลาว่าง (ร้อยละ 46.0)

ด้านแพลตฟอร์มที่ใช้งานบ่อยที่สุด TikTok ครองอันดับหนึ่งอย่างชัดเจน (ร้อยละ 89.7) ตามด้วย Instagram Reels (ร้อยละ 76.4) และ YouTube (ร้อยละ 47.7) ตามลำดับ แพลตฟอร์มสามอันดับแรกล้วนเป็นสื่อที่เน้นเนื้อหาวิดีโอแบบสั้น ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อแบบ short-form video ที่แพร่หลายในกลุ่มวัยรุ่น สำหรับวัตถุประสงค์หลักในการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้งานเพื่อความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 89.1) ขณะที่มีผู้ใช้งานเพื่อสร้างสรรค์และเผยแพร่คอนเทนต์ของตนเองเพียงร้อยละ 17.2 ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังดำรงสถานะเป็น "ผู้บริโภคสื่อ" (media consumer) มากกว่า "ผู้ผลิตสื่อ" (media producer)

ด้านความพร้อมของเครื่องมือและทักษะการผลิตสื่อ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 94.3 มีสมาร์ตโฟนส่วนตัวที่สามารถใช้ผลิตสื่อได้ มีเพียงร้อยละ 1.7 ที่ไม่มีอุปกรณ์ส่วนตัว แสดงถึงความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานในระดับสูง ในด้านแอปพลิเคชันตัดต่อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คุ้นเคยกับ CapCut (ร้อยละ 87.9) และ Canva (ร้อยละ 56.1) ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันระดับผู้ใช้ทั่วไปบนสมาร์ตโฟน ขณะที่มีผู้ไม่เคยใช้งานแอปตัดต่อวิดีโอเลยเพียงร้อยละ 6.4

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้มข้นในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง โดยเกือบสามในสี่ (ร้อยละ 73.4) ใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 4 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน และแพลตฟอร์มที่ครองส่วนแบ่งการใช้งานสูงสุดคือ TikTok และ Instagram Reels ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่เน้นเนื้อหาวิดีโอสั้น (Short-Form Video) สอดคล้องกับข้อมูลอุปกรณ์ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีสมาร์ตโฟนเป็นเครื่องมือหลักในการผลิตสื่อ และมีความคุ้นเคยกับแอปพลิเคชันตัดต่อบนมือถืออย่าง CapCut และ Canva อยู่แล้วในระดับสูง อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์การใช้งานส่วนใหญ่ยังคงเป็นการบริโภคเนื้อหาเพื่อความบันเทิง (ร้อยละ 89.1) มากกว่าการผลิตเนื้อหาเพื่อสื่อสารสู่สาธารณะ (ร้อยละ 17.2) ซึ่งบ่งชี้ "ศักยภาพแฝง" (Latent Potential) ที่ยังไม่ถูกดึงออกมาใช้ในเชิงการผลิต

1.3. ระดับทักษะที่ประเมินตนเอง (Self-Assessment Skills)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ และลำดับของตัวแปรทักษะที่ประเมินตนเอง 9 รายการ วัดด้วยมาตรวัดลิเคิร์ท 5 ระดับ

ตัวแปรทักษะ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ความรู้ด้านลิขสิทธิ์และการเผยแพร่สื่ออย่างปลอดภัย	3.47	1.11	ปานกลาง	1
ทักษะการหาข้อมูลและจับประเด็นสำคัญของเรื่อง	3.26	0.83	ปานกลาง	2
ทักษะการลำดับเรื่องราว/วางโครงเรื่อง (สตอรี่บอร์ด/สคริปต์)	3.26	0.88	ปานกลาง	2
ทักษะการริเริ่มเนื้อหารูปแบบใหม่ (Ideation)	3.19	0.91	ปานกลาง	4
ทักษะการถ่ายภาพและวิดีโอ (มุมกล้อง/องค์ประกอบภาพ/แสง)	3.13	1.10	ปานกลาง	5

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ และลำดับของตัวแปรทักษะที่ประเมินตนเอง 9 รายการ วัดด้วยมาตรวัดลิเคิร์ท 5 ระดับ (ต่อ)

ตัวแปรทักษะ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ทักษะการใช้เสียง (พากย์เสียง/บรรยายประกอบ)	3.09	1.14	ปานกลาง	6
ความสนใจนำเสนอทุนวัฒนธรรมผ่านสื่อดิจิทัล	3.02	1.10	ปานกลาง	7
ทักษะการพูด/การนำเสนอต่อหน้ากล้องอย่างเป็นธรรมชาติ	2.97	1.11	ปานกลาง	8
ทักษะการตัดต่อวิดีโอให้ดำเนินเรื่องลื่นไหล	2.91	1.09	ปานกลาง	9
ภาพรวมทักษะทั้ง 9 ด้าน (Overall)	3.14	1.05	ปานกลาง	-

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรทักษะที่ประเมินตนเอง (n = 173–174) | เกณฑ์การแปลผล: 4.21–5.00 มากที่สุด, 3.41–4.20 มาก, 2.61–3.40 ปานกลาง, 1.81–2.60 น้อย, 1.00–1.80 น้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์พบว่าทักษะทั้ง 9 ด้านของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางโดยรวม ($\bar{X}$ = 3.14, S.D. = 1.05) โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรู้ด้านลิขสิทธิ์และการเผยแพร่สื่ออย่างปลอดภัย ($\bar{X}$= 3.47, S.D. = 1.11) ซึ่งอาจเป็นผลจากการที่นักเรียนได้รับการปลูกฝังความตระหนักด้านนี้ผ่านหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานอยู่แล้ว ในขณะที่ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดสองลำดับ คือ ทักษะการตัดต่อวิดีโอ ($\bar{X}$ = 2.91, S.D. = 1.09) และทักษะการพูด/นำเสนอหน้ากล้อง ($\bar{X}$ = 2.97, S.D. = 1.11) ซึ่งเป็นทักษะเชิงเทคนิคและเชิงการแสดงออกที่ต้องอาศัยการฝึกฝนเชิงปฏิบัติ (Hands-on Practice) มากกว่าความรู้เชิงทฤษฎี

1.4.ความต้องการเนื้อหาในหลักสูตรฝึกอบรม

ด้านอุปสรรคในการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารทุนวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างระบุว่าการขาดความรู้และทักษะด้านการผลิตสื่อเป็นอุปสรรคสำคัญที่สุด (ร้อยละ 45.7) รองลงมาคือการขาดข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม (ร้อยละ 21.4) และการขาดแคลนอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ (ร้อยละ 19.7) เมื่อพิจารณาร่วมกัน อุปสรรคสามอันดับแรกซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่สามารถแก้ไขได้ผ่านการพัฒนาศักยภาพ มีสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 86.8 ขณะที่ผู้ซึ่งไม่เห็นความสำคัญหรือไม่สนใจการทำสื่อมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 12.7 สะท้อนว่าความต้องการจำเป็นของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเป็นช่องว่างทักษะและทรัพยากร (skill-resource gap) มากกว่าการขาดแรงจูงใจ

ด้านรูปแบบสื่อที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการสื่อสารทุนวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างสามในสี่ (ร้อยละ 75.7) เห็นว่าวิดีโอสั้น (short video) อาทิ TikTok และ Instagram Reels เป็นรูปแบบที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อและแพลตฟอร์มที่กลุ่มตัวอย่างใช้งานเป็นประจำ รูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ พอดแคสต์/การสัมภาษณ์ออนไลน์ (ร้อยละ 9.2) เกมและกิจกรรมเชิงโต้ตอบบนเว็บไซต์ (ร้อยละ 6.4) และบทความออนไลน์ที่มีรูปภาพประกอบ (ร้อยละ 5.8) มีสัดส่วนน้อยลงตามลำดับ

ด้านความต้องการฝึกอบรม กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจหัวข้อเทคนิคการถ่ายภาพ วิดีโอ และการตัดต่อด้วยสมาร์ตโฟนมากที่สุด (ร้อยละ 40.8) ตามด้วยทักษะการนำเสนอและการพูดหน้ากล้อง (Influencer Skill) (ร้อยละ 24.7) และการเผยแพร่เนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ (ร้อยละ 20.1) ความต้องการสามอันดับแรกรวมกันคิดเป็นร้อยละ 85.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และล้วนเป็นทักษะปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการผลิตและเผยแพร่สื่อวิดีโอสั้น ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบสื่อที่กลุ่มตัวอย่างประเมินว่าเหมาะสมที่สุด

1.5. ความพร้อมและแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 85.1 แสดงความสนใจเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการในระดับใดระดับหนึ่ง โดยเป็นกลุ่มที่สนใจแต่ขอพิจารณารายละเอียดและวันเวลาก่อนมากที่สุด (ร้อยละ 66.1) และกลุ่มที่มีความประสงค์เข้าร่วมแน่นอน (ร้อยละ 19.0) สำหรับกิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอสั้น กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.5 สนใจเข้าร่วมภายใต้เงื่อนไขการทำงานเป็นกลุ่มหรือการได้รับคำแนะนำจากวิทยากร ร้อยละ 35.1 ยังไม่แน่ใจ และร้อยละ 12.1 มีความสนใจอย่างยิ่ง รูปแบบการตอบสนองดังกล่าวสะท้อนถึงแรงจูงใจแบบมีเงื่อนไข (conditional motivation) ที่ขึ้นอยู่กับการสนับสนุนทางสังคมและโครงสร้างการเรียนรู้ที่ชัดเจน มากกว่าการขาดความสนใจในตัวกิจกรรม

ตอนที่ 2 ออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่ตรงตามความต้องการและศักยภาพของนักเรียน

จากผลการสำรวจในตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบมาใช้เป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรม โดยนำเสนอรายละเอียดตามองค์ประกอบของหลักสูตร ดังนี้

1. จุดมุ่งหมาย (Aims)

หลักสูตรฝึกอบรม "นักสื่อสารทุนวัฒนธรรม" มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่จำเป็นให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดคุณค่าทุนวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอจอมทองสู่สาธารณะผ่านสื่อดิจิทัลได้อย่างมีคุณภาพ โดยตอบสนองช่องว่างเชิงประจักษ์ที่พบจากผลการสำรวจในตอนที่ 1 คือช่องว่างด้านความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม (ผลการสำรวจข้อ 1.2) และช่องว่างด้านทักษะและทรัพยากรในการผลิตสื่อ มากกว่าการขาดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย (ผลการสำรวจข้อ 4.1)

2. โครงสร้าง (Structure)

หลักสูตรฝึกอบรมยึดหลักคิด "วัฒนธรรมนำ เทคนิคตาม" โดยเริ่มจากการสร้างแรงบันดาลใจและความรู้ด้านทุนวัฒนธรรม ก่อนเข้าสู่ทักษะการผลิตสื่อ สอดคล้องกับข้อค้นพบที่ว่านักเรียนมีความรู้เชิงลึกด้านวัฒนธรรมค่อนข้างจำกัด จึงต้องปูฐานความเข้าใจเนื้อหาก่อนฝึกเครื่องมือ เพื่อไม่ให้ได้สื่อที่สวยงามแต่ขาดความลึกซึ้ง ซึ่งในส่วนของเนื้อหา หลักสูตรเน้นเทคนิคและหลักการถ่ายภาพ ตัดต่อ รวมถึงการนำเสนอหน้ากล้อง เป็นแกนหลัก เนื่องจากเป็นทั้งจุดอ่อนและความต้องการสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จึงตรงกับช่องว่างที่พบจริงจากข้อมูล ขณะเดียวกันใช้เครื่องมือที่นักเรียนคุ้นเคยอยู่แล้ว ได้แก่ สมาร์ตโฟน CapCut Tiktok และ

Canva เป็นฐานการสอนแบบ Mobile-first เพื่อลดอุปสรรคด้านอุปกรณ์และให้ผู้เรียนโฟกัสที่ทักษะการเล่าเรื่องได้เต็มที่

ผู้วิจัยพัฒนาข้อเสนอหลักสูตรฝึกอบรมระยะครึ่งวัน (08.00–12.00 น. รวม 4 ชั่วโมง) ในลักษณะโมดูล (Module-based) ประกอบด้วย 3 โมดูลหลัก ซึ่งสังเคราะห์ขึ้นจากการเชื่อมโยงผลการประเมินศักยภาพตนเอง (ส่วนที่ 4 ของแบบสอบถาม ตารางที่ 1) ร่วมกับผลการสำรวจความต้องการเนื้อหาหลักสูตร (ข้อ 4.1-4.3) ได้แก่

โมดูลที่ 1 การสร้างคอนเทนต์วัฒนธรรมและหลักการเล่าเรื่อง

มุ่งสร้างความตระหนักรู้และตีความคุณค่าทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ เพื่อตอบสนองช่องว่างความรู้ด้านทุนวัฒนธรรม ซึ่งผลการสำรวจข้อ 1.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบร้อยละ 90 มีความรู้เกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ของตนเพียงระดับผิวเผินถึงไม่มีความรู้เลย โดยปูฐานความเข้าใจในทุนวัฒนธรรมจอมทองก่อนลงมือผลิตตามหลักคิด "วัฒนธรรมนำ เทคนิคตาม" เพื่อปิดช่องว่างความรู้เชิงลึกที่พบสูงถึงร้อยละ 90 ผู้เรียนคัดเลือกประเด็นวัฒนธรรมที่ตนผูกพัน แล้ววางโครงเรื่องด้วยหลัก Hook–Story–Value–CTA จุดประกายความสนใจให้แก่ผู้เรียนในการเป็นนักเล่าเรื่องท้องถิ่น (Local Storyteller) ศึกษาทำความเข้าใจและถอดรหัสทุนวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนอย่างลึกซึ้ง โครงสร้างการผูกเรื่องราว (Narrative Structure) สำหรับสื่อยุคดิจิทัล และเทคนิคการแปลงคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นเนื้อหา (Content) ที่ทรงพลังและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

โมดูลที่ 2 แพลตฟอร์มออนไลน์และจริยธรรมการเผยแพร่

มุ่งพัฒนาการแปลงทุนวัฒนธรรมเป็นเรื่องเล่าที่มีจริยธรรมในการเผยแพร่ โดยต่อยอดจากผลการประเมินตนเองในข้อ 3 (ตารางที่ 1) ที่พบว่าความรู้ด้านลิขสิทธิ์และการเผยแพร่สื่ออย่างปลอดภัยเป็นตัวแปรที่กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$= 3.47) เมื่อเทียบกับทักษะด้านอื่น และสอดคล้องกับผลการสำรวจข้อ 4.3 ที่พบว่าการเผยแพร่เนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เป็นความต้องการฝึกอบรมอันดับที่สาม (ร้อยละ 20.1) โดยเนื้อหาต่อยอดจากพื้นฐานความรู้ด้านลิขสิทธิ์ที่ผู้เรียนมีอยู่แล้วในระดับสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.47) สู่การประยุกต์ใช้จริง โดยศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของแต่ละแพลตฟอร์มเพื่อเลือกรูปแบบนำเสนอที่เหมาะสม ควบคู่กับหลักจริยธรรมการเผยแพร่สื่ออย่างปลอดภัย สร้างความเข้าใจในกระบวนการเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณะอย่างมีกลยุทธ์และมีความรับผิดชอบ เรียนรู้ธรรมชาติและพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อบนแพลตฟอร์มวิดีโอสั้น (TikTok และ Instagram) เทคนิคการเขียนข้อความอธิบายภาพ (Caption) และการใช้แฮชแท็ก (#Hashtag) เพื่อสร้างการเข้าถึงและการมีส่วนร่วม ควบคู่ไปกับการปลูกฝังจริยธรรมนักสื่อสารดิจิทัล การคำนึงถึงผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของชุมชน กฎหมายคอมพิวเตอร์พื้นฐาน เพื่อให้ความรู้เชิงทฤษฎีที่มีอยู่แล้วถูกแปรเป็นทักษะเชิงปฏิบัติที่ใช้ได้จริงในการสื่อสารทุนวัฒนธรรมสู่สาธารณะ

โมดูลที่ 3 การผลิตสื่ออย่างง่ายด้วยมือถือ

มุ่งลงมือปฏิบัติผลิตสื่อด้วยมือถือ ซึ่งจัดสรรเวลามากที่สุดในหลักสูตร เพื่อตอบสนองผลการสำรวจข้อ 4.3 ที่พบว่าเทคนิคการถ่ายภาพ วิดีโอ และการตัดต่อด้วยสมาร์ตโฟนเป็นความต้องการฝึกอบรมอันดับหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง (ร้อยละ 40.8) และสอดคล้องกับผลการประเมินตนเองในข้อ 3 (ตารางที่ 1) ที่พบว่าทักษะการตัดต่อวิดีโอเป็นตัวแปรที่กลุ่มตัวอย่างประเมินตนเองต่ำที่สุด ($\bar{x}$ = 2.91, ลำดับที่ 9 จาก 9 รายการ) ซึ่งโมดูลที่ได้รับสัดส่วนเวลามากที่สุด เพื่อพัฒนาทักษะที่กลุ่มตัวอย่างประเมินตนเองต่ำสุดและต้องการฝึกฝนมากที่สุด (ร้อยละ 40.8) ได้แก่ การถ่ายภาพ การตัดต่อ และการพูดหน้ากล้อง ใช้แนวทาง Mobile-first ด้วยเครื่องมือที่ผู้เรียนคุ้นเคย (CapCut, Canva) เพื่อลดอุปสรรคด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีและมุ่งพัฒนาทักษะการผลิตสื่อที่กลุ่มตัวอย่างต้องการฝึกฝนมากที่สุดโดยตรง

การออกแบบหลักสูตรในลักษณะโมดูล สะท้อนความพยายามแปลผลการวิจัยเชิงประจักษ์ให้เป็นกลไกเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของโรงเรียนจอมทองวิทยาคม และเป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาหลักสูตรลักษณะเดียวกันในพื้นที่ที่มีเงื่อนไขทางวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 2 สรุปโครงสร้างหลักสูตร คำอธิบายแต่ละโมดูล ประเด็นเนื้อหา และผลลัพธ์การเรียนรู้ มีรายละเอียดดังนี้

ช่วงเวลา	โมดูล	ประเด็นเนื้อหา	ผลลัพธ์การเรียนรู้
08.30–08.40 น. (10 นาที)	เปิดการอบรม	ชี้แจงวัตถุประสงค์ เชื่อมโยงความสำคัญของทุนวัฒนธรรมจอมทองกับบทบาทผู้เรียน	ผู้เรียนเข้าใจเป้าหมายและบทบาทของตนเองในกระบวนการ
08.40–09.25 น. (45 นาที)	โมดูล 1 การสร้างคอนเทนต์วัฒนธรรมและหลักการเล่าเรื่อง	ฐานทุนวัฒนธรรมจอมทอง (วัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร ผ้าทอ ภูมิปัญญารอบดอยอินทนนท์) กระบวนการคัดเลือกประเด็นเนื้อหาที่ผู้เรียนผูกพัน โครงสร้างการเล่าเรื่อง (Hook–Story–Value–CTA)	ระบุคุณค่าทุนวัฒนธรรมในพื้นที่และออกแบบโครงเรื่อง (Storyboard) จากประเด็นที่เลือกได้
09.25–10.10 น. (45 นาที)	โมดูล 2 แพลตฟอร์มออนไลน์และจริยธรรมการเผยแพร่	คุณลักษณะและจุดเด่นของแพลตฟอร์ม (TikTok, Instagram Reels, YouTube) หลักจริยธรรมด้านลิขสิทธิ์และความปลอดภัยในการเผยแพร่สื่อ	เข้าใจแพลตฟอร์มเผยแพร่ที่เหมาะสมกับเนื้อหา และระบุแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมของชิ้นงานตนเองได้
10.10–10.20 น.	พักเบรก	-	-
10.20–11.35 น. (75 นาที)	โมดูล 3 การผลิตสื่ออย่างง่ายด้วยมือถือ	เทคนิคการถ่ายภาพ/วิดีโอด้วยสมาร์ตโฟน การพูดหน้ากล้อง การตัดต่อด้วย CapCut และ Canva	วางแผนผลิตคลิปวิดีโอสั้นถ่ายทอดทุนวัฒนธรรมได้

11.35–12.00 น. (25 นาที)	สรุปการอบรมและแจ้งการประกวดผลงาน	สรุปภาพรวมการเรียนรู้ตลอดหลักสูตร ชี้แจงกติกา ระยะเวลาส่งผลงาน และเกณฑ์การตัดสินการประกวดคลิปวิดีโอสั้นที่ผู้เรียนจะผลิตและส่งเข้าประกวดภายหลังจบการอบรม	ผู้เรียนเข้าใจแนวทางการพัฒนาชิ้นงานของตนต่อจนถึงขั้นสมบูรณ์เพื่อส่งประกวด

3 การนำไปใช้ (Implementation) หลักสูตรจัดการเรียนรู้แบบโมดูลต่อเนื่องภายในวันเดียว เรียงลำดับตามตรรกะของกระบวนการผลิตเนื้อหา ช่วงท้ายของหลักสูตรเป็นการสรุปและแจ้งเงื่อนไขการประกวด ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจข้อ 5 ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.5 สนใจเข้าร่วมกิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอสั้นภายใต้เงื่อนไขการทำงานเป็นกลุ่มหรือได้รับคำแนะนำจากวิทยากร กล่าวคือ กระบวนการผลิตชิ้นงานให้สมบูรณ์เพื่อส่งประกวดยังคงดำเนินต่อเนื่องหลังจบการอบรม มิใช่ผลงานที่ต้องแล้วเสร็จภายในกรอบเวลาของหลักสูตรเพียงอย่างเดียว ซึ่งเอื้อต่อคุณภาพของชิ้นงานและลดแรงกดดันด้านเวลาของผู้เรียน

4 การประเมินผล (Evaluation)

การประเมินผลงานคลิปวิดีโอที่ส่งเข้าประกวดภายหลังจบการอบรม ใช้แนวทางการประเมินแบบอิงเกณฑ์ (Rubric Assessment) โดยวิทยากรผู้สอนร่วมกับคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้พิจารณาให้คะแนน ครอบคลุม 4 องค์ประกอบหลักที่สอดคล้องกับเนื้อหาแต่ละโมดูลของหลักสูตร ได้แก่ (1) เนื้อหาวัฒนธรรมและโครงสร้างการเล่าเรื่อง (2) ความเหมาะสมกับแพลตฟอร์มและจริยธรรมการเผยแพร่ (3) คุณภาพการผลิตสื่อ และ (4) ภาพรวมและพลังการสื่อสารของชิ้นงาน โดยให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ (4 = ดีมาก, 3 = ดี, 2 = พอใช้, 1 = ต้องปรับปรุง) ผลรวมคะแนนจากทุกองค์ประกอบใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินและคัดเลือกผลงานที่ได้รับรางวัล รายละเอียดเกณฑ์การประเมินแต่ละระดับแสดงในตารางที่ 3

เกณฑ์การประเมินผลงานที่ส่งประกวด (Rubric)

Rubric ในที่นี้หมายถึงเกณฑ์การตัดสินคลิปวิดีโอที่ผู้เข้าอบรมผลิตและส่งเข้าประกวดภายหลังจบหลักสูตร มิใช่การประเมินระหว่างการฝึกอบรม โดยมีองค์ประกอบการประเมิน ดังนี้

ตารางที่ 3 เกณฑ์การประเมินผลงานที่ส่งประกวด (Rubric)

องค์ประกอบการประเมิน	ระดับดีมาก (4)	ระดับดี (3)	ระดับพอใช้ (2)	ระดับต้องปรับปรุง (1)
เนื้อหาวัฒนธรรมและโครงสร้างการเล่าเรื่อง (โมดูล 1)	นำเสนอคุณค่าทุนวัฒนธรรมได้ลึกซึ้ง โครงเรื่องกระชับดึงดูด เชื่อมโยงกับบริบทพื้นที่ชัดเจน	นำเสนอคุณค่าได้ถูกต้อง โครงเรื่องชัดเจน แต่เชื่อมโยงบริบทได้บางส่วน	นำเสนอข้อมูลทั่วไป โครงเรื่องยังไม่ชัดเจน ขาดมุมมองเฉพาะพื้นที่	ข้อมูลคลาดเคลื่อนหรือไม่มีโครงเรื่องที่ชัดเจน

ตารางที่ 3 เกณฑ์การประเมินผลงานที่ส่งประกวด (Rubric) (ต่อ)

องค์ประกอบการประเมิน	ระดับดีมาก (4)	ระดับดี (3)	ระดับพอใช้ (2)	ระดับต้องปรับปรุง (1)
ความเหมาะสมกับแพลตฟอร์มและจริยธรรมการเผยแพร่ (โมดูล 2)	เลือกรูปแบบนำเสนอเหมาะสมกับแพลตฟอร์มอย่างชัดเจน และระบุแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมครบถ้วน	ปรับให้เข้ากับแพลตฟอร์มเป็นส่วนใหญ่ คำนึงถึงจริยธรรมเป็นส่วนใหญ่	ยังไม่ปรับให้เหมาะกับแพลตฟอร์ม กล่าวถึงจริยธรรมเพียงบางส่วน	ไม่สอดคล้องกับลักษณะแพลตฟอร์ม หรือไม่คำนึงถึงจริยธรรมการเผยแพร่
คุณภาพการผลิตสื่อ (โมดูล 3)	ภาพ เสียง และการตัดต่อลื่นไหล นำเสนอหน้ากล้องเป็นธรรมชาติ	คุณภาพการผลิตอยู่ในเกณฑ์ดี มีจุดบกพร่องเล็กน้อย	คุณภาพการผลิตพอใช้ มีจุดบกพร่องหลายจุด	คุณภาพการผลิตต่ำ สื่อความหมายไม่ครบถ้วน
ภาพรวมและพลังการสื่อสารของชิ้นงาน (Overall Impact)	ชิ้นงานสื่อสารคุณค่าทุนวัฒนธรรมได้อย่างมีพลังและน่าเชื่อถือ	ชิ้นงานสื่อสารคุณค่าได้ชัดเจน	ชิ้นงานสื่อสารคุณค่าได้บางส่วน	ชิ้นงานไม่สามารถสื่อสารคุณค่าทุนวัฒนธรรมได้

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

การวิจัยเรื่องศักยภาพและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารทุนวัฒนธรรม: การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อเปรียบเทียบกับบริบทพื้นที่อื่นในประเทศไทย พบว่าแนวทางการพัฒนาหลักสูตรจากฐานองค์ความรู้ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมนักเรียนระดับมัธยมศึกษาให้เป็นผู้สืบทอดและสื่อสารทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ของตนเองปรากฏในงานวิจัยหลายพื้นที่เช่นกัน สอดคล้องกับการศึกษาของอาคม วงค์ทองเกื้อ และคณะ (2566, 259-270) ที่พัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นโดยใช้ชุมชนเป็นฐานเรื่องการแสดงเรือถ่อ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนท่าแซะรัชดาภิเษก จังหวัดชุมพร ซึ่งใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการดึงผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ท้องถิ่นสู่หลักสูตร เช่นเดียวกับงานวิจัยครั้งนี้ที่นำผลการสำรวจศักยภาพและพฤติกรรมของนักเรียนมาเป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ในการออกแบบหลักสูตร อย่างไรก็ตาม จุดต่างสำคัญคืองานวิจัยของอาคมและคณะได้ดำเนินการทดลองใช้หลักสูตรและวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนโดยตรง ซึ่งพบว่าผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนถึงร้อยละ 44.50 ขณะที่งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นขั้นตอนการสำรวจความต้องการจำเป็นและการออกแบบหลักสูตรเป็นหลัก ส่วนการวัดผลการนำหลักสูตรไปทดลองใช้จะดำเนินการและรายงานผลในระยะถัดไป ความแตกต่างนี้สะท้อนให้เห็นว่าทั้งสองพื้นที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาหลักสูตรเช่นเดียวกัน แต่แตกต่างกันในขอบเขตของการประเมินผล

ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่งานวิจัยครั้งนี้ตระหนักและวางแผนศึกษาต่อในระยะถัดไป ทั้งนี้สามารถนำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังนี้

1. ศักยภาพและการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารทุนวัฒนธรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ข้อจำกัดของกลุ่มเป้าหมายเป็นเรื่องของ "ช่องว่างทางทักษะและทรัพยากรสนับสนุน" (Skill-Resource Gap) มากกว่าการขาดแรงจูงใจหรือความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสกุลศรี ศรีสารคาม และอภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ (2567, 97-115) ที่ศึกษาการพัฒนาทักษะการผลิตสื่อดิจิทัลด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ และพบว่าการเปลี่ยนบทบาทผู้รับสารจาก "ผู้รับสารเชิงรับ" (Passive Audience) ไปสู่ "ผู้รับสารที่มีส่วนร่วม" (Active Audience) ซึ่งสามารถผลิตและร่วมสร้างเนื้อหาเองได้นั้น ไม่ได้เกิดขึ้นจากการมีอุปกรณ์หรือความสนใจเพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การออกแบบเนื้อหา และเครื่องมือที่เป็นระบบเป็นตัวกลางขับเคลื่อน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Zhou et al. (2025) ที่ชี้ให้เห็นว่าแม้กลุ่มตัวอย่างจะมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับหนึ่ง แต่ยังคงมีช่องว่างที่ชัดเจน (Digital Competency Gap) ระหว่างทักษะที่มีอยู่กับทักษะเชิงปฏิบัติที่จำเป็นต่อการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างมีคุณภาพ ซึ่งไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยการเข้าถึงเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการฝึกฝนเชิงทักษะที่มีโครงสร้างชัดเจนรองรับ

ในมิติของความพร้อมเข้าร่วมกิจกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 85.1 แสดงความสนใจที่จะเข้าร่วมการอบรม ทว่ามีถึงร้อยละ 66.1 ที่ระบุว่าต้องการพิจารณารายละเอียดและรูปแบบกิจกรรมก่อนตัดสินใจ ข้อมูลส่วนนี้ช่วยตอกย้ำลักษณะ "แรงจูงใจแบบมีเงื่อนไข" ของกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Getenet et al. (2024) ที่พบว่าทัศนคติต่อเทคโนโลยีดิจิทัล การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) และการมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement) เป็นปัจจัยร่วมที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านสื่อดิจิทัลของผู้เรียน กล่าวคือ ความสนใจแฝงที่มีอยู่เป็นทุนเดิมจะแปรเปลี่ยนเป็นพฤติกรรมการเข้าร่วมอย่างจริงจังได้ก็ต่อเมื่อผู้เรียนรับรู้ว่าตนเองมีศักยภาพเพียงพอที่จะเข้าร่วมกิจกรรมนั้นได้สำเร็จ ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวถูกกำหนดโดยความชัดเจนของรูปแบบกิจกรรม โครงสร้างการเรียนรู้ที่ปลอดภัย และการสนับสนุนทางสังคมที่เอื้ออำนวย สะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบกิจกรรมฝึกอบรมที่มีรายละเอียดชัดเจนและลดความเสี่ยงหรืออุปสรรคเฉพาะบุคคลลง จะเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ช่วยเปลี่ยนความสนใจแฝงของกลุ่มเป้าหมายให้กลายเป็นการมีส่วนร่วมจริง

2. การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่ตรงตามความต้องการและศักยภาพของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนจอมทอง และเพื่อสร้างนักสื่อสารวัฒนธรรมในพื้นที่

ข้อมูลความต้องการจำเป็นและช่องว่างทางทักษะข้างต้น นำมาสู่การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรม 3 โมดูล ซึ่งสนับสนุนแนวทางตามความต้องการจำเป็น (Needs-Based Curriculum Design) ของ Tyler (1949) และ Taba (1962) ที่เน้นการกำหนดเนื้อหาจากความต้องการที่แท้จริงของผู้เรียน มิใช่สมมติฐานของผู้

จัดหลักสูตร อีกทั้งสอดคล้องกับกระบวนการประเมินความต้องการจำเป็นของ Witkin and Altschuld (1995) ที่มุ่งวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างสภาพที่เป็นอยู่กับสภาพที่พึงประสงค์ก่อนออกแบบเนื้อหา สอดคล้องกับผลการศึกษาของธวชินี โรจนาวี และธัชทฤต เทียมธรรม (2568, 234-250) ที่พัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นแบบบูรณาการโดยใช้กระบวนการของ Taba ผ่านการศึกษาความต้องการของผู้เรียน ครู ผู้ปกครอง และปราชญ์ชุมชนก่อนออกแบบเนื้อหา และพบว่าหลักสูตรที่เกิดจากกระบวนการดังกล่าวสามารถยกระดับทั้งผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะปฏิบัติ และเจตคติของผู้เรียนได้ในระดับสูง ยืนยันว่าการให้น้ำหนักกับทักษะการถ่ายภาพและตัดต่อเป็นแกนหลักในโมดูล ซึ่งตอบสนองต่อสัดส่วนความต้องการอันดับหนึ่งของเยาวชนในพื้นที่ เป็นแนวทางที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์รองรับ

เมื่อพิจารณาโครงสร้างหลักสูตร พบว่าการลำดับโมดูลที่เริ่มจากการปูฐานเนื้อหาและการเล่าเรื่องก่อนนำไปสู่ภาคปฏิบัติ สะท้อนแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ของ Center for Digital Storytelling ตามที่ Lambert (2013) นำเสนอผ่านกระบวนการกลั่นกรองเรื่องราว (Story Circle) เช่นเดียวกับข้อเสนอของ Robin (2008) ที่ยืนยันว่าการเรียนรู้การเล่าเรื่องดิจิทัลควรเน้นกระบวนการคิดวิเคราะห์ควบคู่กับทักษะเทคนิค มิใช่เพียงการฝึกใช้เครื่องมือ ซึ่งมิติการลำดับหลักสูตรจากความคิดสร้างสรรค์สู่เทคนิคการผลิตนี้สอดคล้องโดยตรงกับงานวิจัยของสกุลศรี ศรีสารคาม และอภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ (2567,97-115) ที่พบว่ากระบวนการพัฒนานักสื่อสารต้องเริ่มจากขั้น Empathize และ Define เพื่อทำความเข้าใจผู้รับสารและกำหนดประเด็นเนื้อหาก่อน แล้วจึงเข้าสู่ขั้นตอนการเลือกใช้เครื่องมือและเทคนิคการผลิต (Ideate & Media Prototype) มิใช่เริ่มจากการฝึกเครื่องมือโดยตรง สอดคล้องกับสมพร เกื้อไข่ และคณะ (2565) ที่ศึกษาการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหมด และชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนต้องเริ่มจากความเข้าใจบริบทและวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในพื้นที่ก่อนจึงจะนำเทคนิคและช่องทางสื่อสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนผ่านสู่กิจกรรมการประกวดคลิปวิดีโอที่เน้นการทำจริงในพื้นที่ สอดคล้องกับผลการวิจัยของธวชินี โรจนาวี และธัชทฤต เทียมธรรม (2568, 234-250) ที่พบว่าการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ผ่านกิจกรรมลงมือปฏิบัติจริงในบริบทท้องถิ่น ส่งผลให้ผู้เรียนมีเจตคติด้านความมีวินัยและความมุ่งมั่นตั้งใจในการเรียนอยู่ในระดับสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.73 จาก 5) และเห็นคุณค่าของการเรียนรู้เรื่องราวท้องถิ่นในระดับสูงเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 4.66) ยืนยันว่าการออกแบบกิจกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจนและให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยยกระดับความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ หลักสูตรนี้จึงเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนการเรียนรู้จากการปฏิบัติ (Action-based learning) ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ประยุกต์ใช้เครื่องมือจริงในฐานะนักสื่อสารวัฒนธรรมท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม หลักสูตรนี้มีความแตกต่างในกระบวนการประเมินผล โดยเลือกใช้ "กิจกรรมการประกวดคลิปวิดีโอ" แทนการจัดแสดงผลงานเชิงเฉลิมฉลอง (Story Showcase) แบบดั้งเดิมของ Lambert (2013) เนื่องจากการแข่งขันที่มีเกณฑ์ชัดเจนเป็นกลไกสร้างแรงจูงใจแบบมีเงื่อนไข (Conditional

Motivation) ที่สอดรับกับความพร้อมเปิดรับของเยาวชนกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งแนวทางนี้สอดรับกับข้อค้นพบข้างต้นของธวชินี โรจนาวี และธัชทฤต เทียมธรรม (2568, 234-250) ที่ยืนยันว่ากิจกรรมที่มีเป้าหมายผลลัพธ์ชัดเจนและให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงสามารถยกระดับความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการเรียนรู้เชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว การปรับเปลี่ยนมาสู่กระบวนการประกวดจึงเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์รองรับความเหมาะสมกับพฤติกรรมของเยาวชนในพื้นที่

บทสรุป (Conclusion)

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอจอมทองมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง แต่ยังขาดความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ และใช้สื่อเพื่อความบันเทิงมากกว่าการผลิตเนื้อหา ขณะที่ทักษะการผลิตสื่ออยู่ในระดับปานกลางโดยมีอุปสรรคหลักจากการขาดความรู้และทักษะ มิใช่การขาดความสนใจ สะท้อนว่าข้อจำกัดของกลุ่มเป้าหมายเป็นช่องว่างด้านทักษะและทรัพยากรมากกว่าช่องว่างด้านทัศนคติ

ผลการศึกษานำไปสู่การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมระยะครึ่งวันแบบโมดูลภายใต้หลักคิด "วัฒนธรรมนำ เทคนิคตาม" ประกอบด้วยสามโมดูลที่เชื่อมโยงโดยตรงกับช่องว่างเชิงประจักษ์ที่ค้นพบ ได้แก่ การสร้างคอนเทนต์วัฒนธรรมและหลักการเล่าเรื่อง แพลตฟอร์มออนไลน์และจริยธรรมการเผยแพร่ และการผลิตสื่ออย่างง่ายด้วยมือถือ พร้อมกิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอเพื่อต่อยอดการเรียนรู้หลังการอบรม หลักสูตรดังกล่าวเป็นต้นแบบเชิงปฏิบัติที่พัฒนาจากฐานความต้องการจำเป็นของกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และสามารถปรับใช้กับพื้นที่อื่นที่มีบริบททุนวัฒนธรรมใกล้เคียงกันได้

ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

ข้อเสนอแนะสถานศึกษาเชิงนโยบาย

1. ในพื้นที่ควรพิจารณานำหลักสูตร "นักสื่อสารทุนวัฒนธรรม" เข้าสู่สถานศึกษาในรูปแบบรายวิชาเพิ่มเติมหรือกิจกรรมชุมนุม เพื่อให้นักเรียนได้รับการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องมากกว่าการจัดอบรมเพียงครั้งเดียว
2. หน่วยงานด้านวัฒนธรรมและการศึกษาในระดับอำเภอและจังหวัดควรสนับสนุนทรัพยากรด้านอุปกรณ์และซอฟต์แวร์การผลิตสื่อแก่สถานศึกษา เนื่องจากผลการวิจัยชี้ว่าการขาดแคลนอุปกรณ์เป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพิจารณานำหลักสูตรต้นแบบนี้ไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่อื่นที่มีบริบททุนวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน โดยปรับเนื้อหาโมดูลที่ 1 ให้สอดคล้องกับทุนวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นของแต่ละพื้นที่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการติดตามผลการนำหลักสูตรไปใช้จริง โดยวัดผลสัมฤทธิ์และทักษะของผู้เรียนก่อนและหลังการอบรม เพื่อประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรอย่างเป็นระบบ
2. ควรประเมินการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการผลิตสื่อของผู้เรียนในระยะยาว หลังจบหลักสูตรและกิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอ เพื่อตรวจสอบความต่อเนื่องของการนำทักษะไปใช้จริง
3. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังนักเรียนในอำเภอหรือจังหวัดอื่นที่มีบริบททุนวัฒนธรรมแตกต่างกัน เพื่อตรวจสอบความสามารถในการนำหลักสูตรต้นแบบไปประยุกต์ใช้ในบริบทอื่น

รายการอ้างอิง (References)

กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ภาพพิมพ์.

ธวชินี โรจนาวี และ ธัชทฤต เทียมธรรม. (2568). การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นแบบบูรณาการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ในระดับโรงเรียนประถมศึกษา อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก เรื่อง หอยหอม. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, *9*(12), 234–250. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/290334

สกุลศรี ศรีสารคาม, เสริมศิริ นิลดำ, นิษฐา หรุ่นเกษม, กันยิกา ชอว์, ชวพร ธรรมนิตยกุล, ภัทรา บุรารักษ์, เสกสรร สายสีสด, ธนภร เจริญธัญสกุล, เจริญเนตร แสงดวงแข, สุดถนอม รอดสว่าง, รดี ธนารักษ์, ธัญญา จันทร์ตรง, อุษณีย์ มากประยูร, จักรภพ พานิช, ภาณุฤทธิ์ สารสมบัติ, วรรณรัตน์ นาทีกานต์, วลักษณ์กมล จ่างกมล, และ นันท์วิสิทธิ์ ตั้งแสงประทีป. (2569). *Local Storytelling Lab: สื่อสาร-เล่าเรื่อง-ท้องถิ่น*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมพร เกื้อไข่, วิทยาธร ท่อแก้ว, และ ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร. (2565). การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหมด จังหวัดพัทลุง. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, *15*(2), 1–11. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/article/view/249684

สมศักดิ์ จัตตุพรพงษ์, ศักดา สถาพรวจนา, และ วิลินดา พงศ์ธราธิก. (2567). การประเมินความต้องการจำเป็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน (JRIS)*, *1*(5), 12–26. https://doi.org/10.14456/jris.2024.18

สิทธิรักษ์ ศิลป์ประสิทธิ์. (2566). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช]. STOUIR. https://ir.stou.ac.th/handle/123456789/13037

สกุลศรี ศรีสารคาม และ อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ. (2567). การพัฒนาทักษะการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, *9*(1), 97–115. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jmctrmutp/article/view/273214

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม. (2552). ทุนวัฒนธรรมสู่...เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารวัฒนธรรมไทย*, *48*(9), 6–7.

เสาวนีย์ วรรณประภา, สราวุธ อนันตชาติ, และ กัญญารัตน์ หงส์วรนันท์. (2565). การพัฒนาแนวทางสื่อสารแบรนด์เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดจันทบุรี. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, *5*(4), 153–164. https://doi.org/10.14456/issc.2022.34

อาคม วงค์ทองเกื้อ, จุฬาพร ศรีรังสรรค์, และกาญจนา บุญส่ง. (2566). การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เรื่อง การแสดงเรือถ่อของโรงเรียนท่าแซะรัชดาภิเษก จังหวัดชุมพร. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, *8*(3), 259–270.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.

Campbell, J. (1949). *The hero with a thousand faces*. Pantheon Books.

Chaisriya, K., Kaeophanuek, S., & Gilbert, L. (2023). The effects of integrating digital storytelling with metacognition strategies (DSTMC) learning model to enhance communication abilities. Contemporary Educational Technology, 15(2), ep416. https://doi.org/10.30935/cedtech/12925

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Thailand*. https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand

Getenet, S., Cantle, R., Redmond, P., & Albion, P. (2024). Students' digital technology attitude, literacy and self-efficacy and their effect on online learning engagement. *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 21*, 3. https://doi.org/10.1186/s41239-023-00437-y

Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. The MIT Press.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, *37*(4), 509–523. https://doi.org/10.1086/268109

Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community* (4th ed.). Routledge.

Liu, N., Sun, X., Hong, S., & Zhang, B. (2022). Reproduction, cultural symbolism, and online relationship: Constructing city spatial imagery on TikTok. *Frontiers in Psychology*, *13*, Article 1080090. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1080090

McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). SAGE Publications.

Miller, D. (2017). *Building a StoryBrand: Clarify your message so customers will listen*. HarperCollins Leadership.

Qian, J. (2026). The impact of short-form video platforms on youth's cultural identity and social interaction: A case study of TikTok. *Academic Journal of Management and Social Sciences*, *15*(1), 113–118. https://doi.org/10.54097/tj7a4050

Robin, B. R. (2008). Digital storytelling: A powerful technology tool for the 21st century classroom. *Theory Into Practice*, *47*(3), 220–228. https://doi.org/10.1080/00405840802153916

Taba, H. (1962). *Curriculum development: Theory and practice*. Harcourt, Brace & World.

Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.

Toffler, A. (1980). *The third wave*. William Morrow.

Tyler, R. W. (1949). *Basic principles of curriculum and instruction*. University of Chicago Press.

UNICEF Thailand. (n.d.). *The art of digital storytelling for young people*. https://www.unicef.org/thailand/stories/art-digital-storytelling-young-people

Witkin, B. R., & Altschuld, J. W. (1995). *Planning and conducting needs assessments: A practical guide*. Sage.

Zhou, M., Wang, X., Wang, Y., & Li, S. (2025). Are graduates digitally unprepared?—A digital technology gap analysis from alumni and employer's perspectives. *Journal of Computer Assisted Learning*, e70046. https://doi.org/10.1111/jcal.70046

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วสุพรรณบุรีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

Guidelines for developing Thai desserts Product from Geographical Indication (GI) - Certified Suphan Water Chestnuts

ศิวกร ตลับนาค, น้อมจิตต์ สุธีบุตร, ชญาภัทร์ กี่อาริโย, จักรกฤษณ์ ทองคำ*

Siwakron Talapnark, Nomjit Suteebut, Chayapat Kee-ariyo, Chukkrit Thongkham*

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10300 ประเทศไทย
Department of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
168 Sri Ayutthaya Road, Wachiraphyaban Subdistrict, Dusit District, Bangkok 10300, Thailand

***รับบทความ**: 6 มีนาคม 2569* ***ปรับปรุงบทความ**: 6 สิงหาคม 2569* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นแหล่งผลิตแห้วที่สำคัญของประเทศ แต่การนำแห้วมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและสามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรยังมีอยู่อย่างจำกัด จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและความต้องการของผู้บริโภค การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการผลิตและการจำหน่ายขนมไทยของสถานประกอบการในจังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาตำรับขนมไทยจากผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย และ 3) คัดเลือกขนมไทยที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จากแห้ว เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยสถานประกอบการผลิตและจำหน่ายขนมไทย 8 แห่ง ผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย 7 คน และนักท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลทั่วไป 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาสำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละสำหรับ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: Chukkrit.t@rmutp.ac.th
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นกิจการที่ดำเนินงานมาอย่างยาวนาน และมีการสืบทอดกิจการจากรุ่นสู่รุ่น โดยผลิตและจำหน่ายขนมไทยพื้นถิ่นหลากหลายประเภท ผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องว่าขนมสาลี่สุพรรณ ขนมสาลี่ทิพย์ หม้อแกง ขนมนึ่ง ขนมบ้าบิ่น ขนมลูกเต๋า และกระยาสารท เป็นขนมไทยที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี และเสนอว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรมุ่งเน้นคุณค่าด้านสุขภาพ การคงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผลการคัดเลือกผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มแห้วสด ขนมบัวลอย (ร้อยละ 47.3) และขนมบ้าบิ่น (ร้อยละ 41.3) ได้รับการคัดเลือกสูงสุด กลุ่มแป้งแห้ว ได้แก่ ขนมสาลี่สุพรรณ (ร้อยละ 44.0) และขนมทองม้วน (ร้อยละ 36.5) ส่วนกลุ่มแห้วอบแห้ง ได้แก่ แห้วฉาบ (ร้อยละ 70.0) และกระยาสารท (ร้อยละ 44.3) ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้ว เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และส่งเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการและเกษตรกรผู้ปลูกแห้วในจังหวัดสุพรรณบุรีอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทย แห้วสุพรรณ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ขนมไทยท้องถิ่น

***Received**: March 6, 2026* ***Revised**: April 6, 2026* ***Accepted**: August 28, 2026*

Abstract

Suphan Buri Province is a major producer of water chestnuts in Thailand, but the processing of water chestnuts into Thai desserts that reflect local identity and add value to this agricultural product is limited. Therefore, it is necessary to study approaches to developing Thai desserts from water chestnuts that align with local wisdom and consumer demand. This research aims to: 1) study the production and distribution of Thai desserts by businesses in Suphan Buri Province; 2) study approaches to developing Thai dessert recipes from Thai dessert experts; and 3) select Thai desserts with potential for development into products from water chestnuts. Data was collected through interviews and questionnaires. The sample group consisted of 8 Thai dessert production and distribution businesses, 7 Thai dessert experts, and 400 tourists and members of the general public. Content analysis was used for objectives 1 and 2, and descriptive analysis using frequency and percentage was used for objective 3. The results showed that most businesses are long-established enterprises passed down through generations, producing and distributing various types of local Thai desserts. Experts agreed that Suphan Buri Salty Rice Cake (Khanom Sali Suphan) is a promising product. Thai desserts

such as Salithip, Mhok Kaeng, Khanom Nueng, Khanom Ba Bin, Khanom Luk Tao, and Krathong Sarath reflect the identity of Suphan Buri province. The study suggests that product development should focus on health benefits, preserving local identity, and sustainable resource utilization. Product selection results showed that fresh water chestnuts were most popular: Bua Loy (47.3%) and Khanom Ba Bin (41.3%). Among water chestnut flour products, Kanom Sali Suphan (Thai Sponge Cake) (44.0%) and Khanom Thong Muan (36.5%) were the most popular. Finally, dried water chestnuts were preferred, including Haew Chab (70.0%) and Krayasart (44.3%). The research findings can be used as a guideline for developing Thai desserts from water chestnuts to increase agricultural product value, preserve local wisdom, and promote sustainable economic empowerment for entrepreneurs and water chestnut farmers in Suphan Buri province.

Keywords

Development of Thai dessert products, Suphan buri water chestnut, Geographical indications, Local Thai desserts

บทนำ (Introduction)

แห้วเป็นพืชน้ำที่มีความสำคัญต่อระบบเกษตรกรรมและวัฒนธรรมอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีสภาพภูมิประเทศ แหล่งน้ำ และลักษณะดินที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก แห้วสุพรรณจึงมีคุณภาพโดดเด่นด้านความกรอบ ความหวาน และเนื้อสัมผัสที่แตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น ลักษณะเฉพาะดังกล่าวนำไปสู่การขึ้นทะเบียน “แห้วสุพรรณ” เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการคุ้มครองชื่อเสียงสินค้าและสร้างความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพผลิตภัณฑ์กับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2560) อย่างไรก็ตาม แม้แห้วสุพรรณจะเป็นวัตถุดิบที่มีศักยภาพสูงในเชิงคุณภาพและอัตลักษณ์พื้นที่ แต่การใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจยังคงจำกัดอยู่ในรูปแบบการจำหน่ายผลผลิตสดหรือการแปรรูปขั้นต้น ซึ่งส่งผลให้การสร้างมูลค่าเพิ่มยังไม่สอดคล้องกับศักยภาพของสินค้า เกษตรกรผู้ปลูกแห้วสุพรรณยังประสบปัญหาด้านต้นทุนการผลิต การจัดการคุณภาพตามข้อกำหนด GI และการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปที่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน (ชาญณรงค์ เป็งเรือน และคณะ, 2566, 52-55)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยท้องถิ่นโดยใช้แห้วสุพรรณเป็นส่วนผสมหลัก ด้วยขนมไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอาหารที่สะท้อนภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น การนำแห้วสุพรรณซึ่งเป็นสินค้า GI มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการพัฒนาขนมไทย ไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร แต่ยังเป็นการต่อยอด

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวทางการส่งเสริมสินค้าเกษตรมูลค่าสูงของภาครัฐ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566) การสร้างมูลค่าเพิ่มของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานคุณภาพ ให้สินค้าเกษตรมิได้เกิดจากกระบวนการแปรรูปเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องบูรณาการทุนวัฒนธรรมจากอัตลักษณ์ของผลผลิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับทุนทางสังคมของชุมชน จึงจะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าวัฒนธรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (นิโลบล วงศ์ภัทรนนท์, 2567, 99 - 114) อย่างไรก็ตามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วสุพรรณในเชิงระบบยังมีอยู่อย่างจำกัด จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้แห้วสุพรรณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยยังมีจำนวนจำกัด และส่วนใหญ่เป็นการศึกษาการแปรรูปในผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป ขณะที่ยังขาดการศึกษาที่พัฒนาสูตรขนมไทยโดยใช้แห้วสุพรรณเป็นวัตถุดิบหลัก พร้อมประเมินคุณภาพทางกายภาพ เคมี คุณค่าทางโภชนาการ และการยอมรับของผู้บริโภคอย่างครบถ้วน ส่งผลให้ยังไม่มีองค์ความรู้ที่เพียงพอสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางองค์ความรู้ที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยท้องถิ่นสุพรรณบุรีจากแห้ว: สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรี” จึงมีความสำคัญในเชิงวิชาการที่จะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นบนฐานทรัพยากร GI ส่วนในเชิงปฏิบัติสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่า สร้างรายได้และเสริมความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจชุมชนของจังหวัดสุพรรณบุรีอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. ศึกษาสถานการณ์การผลิตและจำหน่ายขนมไทยจากสถานประกอบการในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาตำรับขนมไทยจากแห้วสุพรรณบุรีโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและขนมไทย
3. เพื่อคัดเลือกรายการขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีศักยภาพในการพัฒนาด้วยแห้วสุพรรณบุรีตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภค

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



จากกรอบแนวคิการวิจัย แสดงกรอบแนวคิดการวิจัยสำหรับการพัฒนาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วสุพรรณ ซึ่งบูรณาการแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร การสร้างมูลค่าเพิ่มจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานชุมชน โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ บริบทของผู้ประกอบการ (Entrepreneurs: Em) องค์ความรู้ของผู้เชี่ยวชาญ (Professionals: Ps) และ ความต้องการของผู้บริโภค (Consumers' Needs) ซึ่งทำหน้าที่เป็นปัจจัยนำเข้า (Input Factors) ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในขั้นตอนแรก ข้อมูลจากทั้งสามองค์ประกอบถูกนำมาผ่านกระบวนการ วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis and Synthesis) เพื่อบูรณาการองค์ความรู้จากภาคการผลิต ความเชี่ยวชาญทางวิชาการ และพฤติกรรมผู้บริโภคให้เกิดเป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยกระบวนการดังกล่าวมุ่งลดข้อจำกัดของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่อาศัยมุมมองเพียงด้านเดียว และส่งเสริมการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งด้านเทคนิค เศรษฐกิจ และการตลาด

ผลจากการวิเคราะห์นำไปสู่การกำหนด แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้ว โดยใช้แห้วสุพรรณซึ่งเป็นสินค้าได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นวัตถุดิบหลัก เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ คงไว้ซึ่งคุณลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบ และสามารถสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในตลาด ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครอบคลุมการคัดเลือกชนิดของขนมไทย การปรับปรุงสูตร การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและศักยภาพเชิงพาณิชย์

ขั้นตอนต่อมาคือ **การคัดเลือกขนมไทยที่เหมาะสม** เพื่อใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาความเหมาะสมของคุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของแห้ว ความเป็นไปได้ในการผลิต ความสามารถในการรักษาอัตลักษณ์ของขนมไทย และศักยภาพในการยอมรับของผู้บริโภค กระบวนการดังกล่าวช่วยให้

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามีคุณภาพทั้งในด้านคุณค่าทางโภชนาการ คุณภาพทางประสาทสัมผัส และความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงอุตสาหกรรมหรือเชิงพาณิชย์

เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่เหมาะสมแล้ว จะนำไปสู่การ **เพิ่มมูลค่าแห้วสุพรรณในฐานะสินค้า GI** โดยการเชื่อมโยงคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งกำเนิดเข้ากับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น (Value-added Local Resource Development) และการใช้ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) เพื่อยกระดับสินค้าเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าอัตลักษณ์จังหวัด

ผลลัพธ์ปลายทางของกรอบแนวคิดคือ **การสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจชุมชน** ผ่านการเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตร การสร้างโอกาสทางการตลาด การเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรในพื้นที่อย่างคุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (Community-based Economy) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ที่มุ่งสร้างความสมดุลระหว่างมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

โดยสรุป กรอบแนวคิดนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลขององค์ประกอบต่าง ๆ ตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า กระบวนการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจและสังคม อันเป็นการบูรณาการองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร การจัดการนวัตกรรม การตลาด และการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อสร้างต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วสุพรรณที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า GI และยกระดับศักยภาพการแข่งขันของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

“แห้ว” หรือแห้วจีน มีชื่อภาษาอังกฤษเรียกว่า วอเทอร์นัท (Waternut) หรือไชนิสวอเทอร์เชสต์นัต (Chinese water chestnut) หรือมาไต แห้วเป็นพืชดั้งเดิมของประเทศในเขตร้อน ขึ้นเองตามธรรมชาติในประเทศทางแถบเอเชียตะวันออก มีการนำแห้วมาปลูกเป็นครั้งแรกในประเทศทางแถบอินโดจีน หรือจีนภาคตะวันออก ปัจจุบันมีการปลูกแห้วเป็นการค้าในประเทศจีน ฮ่องกง ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา (รัฐฮาวาย) อินเดีย อเมริกาใต้ และประเทศไทย มีรายงานข้อมูลจากกรมศิลปากรว่า ไม่มีข้อมูลแน่ชัดว่ามีการนำแห้วเข้ามาปลูกในประเทศไทยเมื่อใดแต่มีการนำแห้วมาปลูกที่จังหวัดเชียงรายนานมาแล้ว และจากนั้นได้มีการนำมาปลูกที่อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อปี พ.ศ.2493 ผลผลิตจากการเพาะปลูกแห้วเจริญงอกงามดี ได้ผลผลิตหัวสดถึงไร่ละ 4 ตัน ราคาในขณะนั้นกิโลกรัมละ 12-15 บาท จึงมีการปลูกแห้วเพิ่มขึ้นขยายเนื้อที่ออกไป ทำให้ราคาลดลงเรื่อยมาจนกระทั่งเหลือแค่กิโลกรัมละ 2 บาท ในปีพ.ศ. 2510 การขยายเนื้อที่การเพาะปลูกจึงไม่กว้างขวางมากนัก ปัจจุบันมีการปลูกแห้วมากสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน เขตอำเภอเมือง อำเภอศรีประจันต์ อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เนื้อที่เพาะปลูกประมาณ 500-1,000 ไร่ (ภควรรณ, 2569)

“แห้วสุพรรณ” ที่อำเภอศรีประจันต์เป็นแห้วจีน (Water chestnut) ซึ่งเจริญเติบโตได้ดีในดินที่มีลักษณะพิเศษ คือ ชั้นดินที่คล้ายชั้นดินดาน ลึกประมาณ 50-70 เซนติเมตร ซึ่งเหมาะสมในการเพาะปลูกแห้วจีนเป็นอย่างมาก เมื่อแห้วจีนลงหัวแล้วจะไปกองหรือแผ่ขยายในบริเวณชั้นดินดานทำให้สะดวกในการเก็บเกี่ยว จากกการสำรวจบริบทเชิงพื้นที่ พบว่าเส้นทางคมานาคมหลัก (ถนนสาย 340 สุพรรณบุรี-ชัยนาท) เป็นแหล่งกระจายสินค้าของฝากจากแห้ว อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังคงเป็นสินค้าปฐมภูมิหรือแปรรูปขั้นต้น เช่น แห้วสดและแห้วกระป๋อง ซึ่งสะท้อนถึงโอกาสในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูง เช่นขนมไทยท้องถิ่น

คำว่าแห้ว อาจสื่อความหมายที่ไม่ดีนักจึงไม่นิยมนำแห้วมาเป็นของฝากหรือของขวัญในงานสำคัญหรือโอกาสอันเป็นมงคลต่าง ๆ ด้วยแห้วมีความหมายเป็นอีกนัยหนึ่งว่า ความไม่สมหวัง หรือความผิดหวังจากสิ่งที่หวังไว้ต่าง สืบเนื่องจากในปี พ.ศ. 2482 มีหนังสือชื่อว่า “สามเกลอ” แต่งโดย พล,นิกร,กิมหงวน ของ ป.อินทรปาลิต บอกเล่าถึงเรื่องราวคนหนึ่งที่ชื่อว่า “แห้ว โหระพากุล” ซึ่งเป็นคนรับใช้ที่อยู่ในบ้านเศรษฐี มีความซื่อสัตย์จงรักภักดี แต่มีอุปนิสัยที่ทะเล้น ทะลึ่ง เป็นคนตลกเฮฮา แต่มักทำอะไรผิดพลาด ไม่มีความสมหวังหรือไม่ประสบความสำเร็จอยู่เสมอ หนังสือเล่มนี้ก็ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจนได้นำมาสร้างเป็นภาพยนต์หรือละครหลายเรื่อง ทั้งหมดนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่มาของคำว่าแห้ว ที่ถูกใช้แทนความหมายของความผิดหวังมาจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้หลายคนเปลี่ยนคำเรียกจากคำว่า “แห้ว” เป็น “สมหวัง” แทน

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้หลายคนเปลี่ยนคำเรียกจากคำว่า “แห้ว” เป็น “สมหวัง” แทน จากอุปสรรค์เชิงสัญลักษณ์ และความหมายของคำว่าแห้ว ดังกล่าว จึงกลายเป็นโจทย์สำคัญในการสร้างมูลค่าใหม่ ผ่านการประยุกต์ใช้ในวัฒนธรรมอาหาร โดยเฉพาะการพัฒนาเป็นขนมไทยท้องถิ่น เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ และสร้างการยอมรับของผู้บริโภคต่อไป

ขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

ขนมไทยเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมอาหารที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับทรัพยากรธรรมชาติของสังคมไทยในแต่ละท้องถิ่น โดยเฉพาะในระดับชุมชน ขนมไทยมิได้มีบทบาทเพียงในฐานะอาหารเพื่อการบริโภค หากแต่ยังเกี่ยวข้องกับพิธีกรรม ความเชื่อ และประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2554) ลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าขนมไทยเป็นองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางสังคมและประวัติศาสตร์

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมอาหาร โดยเฉพาะขนมไทยท้องถิ่นซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนเกษตรกรรมในลุ่มแม่น้ำท่าจีน ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เป็นที่ราบลุ่มและมีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์ ส่งผลให้มีวัตถุดิบพื้นบ้านที่เหมาะสมต่อการทำขนมไทย เช่น ข้าว มะพร้าว น้ำตาลจากพืชท้องถิ่น กล้วย และพืชน้ำอย่างแห้ว วัตถุดิบเหล่านี้ถูกนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ขนมไทยที่มีรสชาติและรูปแบบเฉพาะถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่าและยั่งยืน (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2562)

ขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีมีความหลากหลายทั้งในด้านประเภทและโอกาสการบริโภค สามารถจำแนกได้เป็นขนมในชีวิตประจำวันและขนมในพิธีกรรมหรือเทศกาลสำคัญของชุมชน เช่น งานบุญ งานบวช และงานมงคลต่าง ๆ ของท้องถิ่น กระบวนการผลิตขนมไทยเหล่านี้อาศัยองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น และเน้นความประณีตพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบและการแปรรูป ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารไทย จากการศึกษาของเสาวณีย์ ไชยเดช (2560, 90–94) พบว่า การผลิตอาหารและขนมพื้นถิ่นในระดับชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ภายในชุมชน

ในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ขนมไทยท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีกำลังเผชิญกับความท้าทายจากกระแสบริโภคนิยมและการแข่งขันกับขนมสมัยใหม่ รวมถึงการลดลงของผู้สืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นโดยคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์เดิม ควบคู่กับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สามารถเพิ่มคุณค่าและความสามารถในการแข่งขันของขนมไทยในตลาดปัจจุบันได้ (พิมพันธ์ เดชะคุปต์, 2564)

นอกจากนี้ การเชื่อมโยงขนมไทยท้องถิ่นกับวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เช่น แห้วสุพรรณ ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ยังเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น งานวิจัยด้านการเกษตรและการพัฒนาชุมชนพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัตถุดิบที่ได้รับการรับรอง GI สามารถช่วยยกระดับรายได้ของเกษตรกรและสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน (ชาญณรงค์ เป็งเรือน, 2566, 56–58)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากทรัพยากรเกษตรท้องถิ่นได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชน โดยเฉพาะการนำสินค้าเกษตรที่มีลักษณะเฉพาะของพื้นที่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทั้งนี้ นิโลบล วงศ์ภัทรนนท์ (2567, 100–110) ได้สังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรจำนวน 26 เรื่อง และพบว่า การแปรรูปสินค้าเกษตรให้เป็นขนมไทยมิได้เป็นเพียงการเปลี่ยนรูปวัตถุดิบเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการบูรณาการทุนวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของชุมชนเข้ากับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาให้เกิดเป็นสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และสร้างรายได้อย่างยั่งยืนแก่ชุมชน

ในบริบทของจังหวัดสุพรรณบุรี แห้วสุพรรณนับเป็นสินค้าเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะจากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ จนได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพ ความกรอบ และรสชาติที่แตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น บทความเรื่อง “แห้ว : ของดีเมืองสุพรรณฯ” ได้อธิบายถึงคุณค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางโภชนาการ และศักยภาพของแห้วสุพรรณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป โดยชี้ให้เห็นว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ควบคู่กับการตอบสนองต่อแนวโน้มของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม

บทความดังกล่าวเป็นบทความวิชาการที่มุ่งนำเสนอศักยภาพของวัตถุดิบและแนวทางการพัฒนาในภาพรวมมากกว่าการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารด้วยวิธีการทดลองเชิงวิทยาศาสตร์ (ศิวกร ตลับนาค และคณะ, 2568, 258-266)

ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากแห้วโดยตรง เกื้อจิตร ชีระกาญจน์ และคณะ (2567, 32–41) ได้ศึกษาการพัฒนา ข้าวเกรียบแห้ว เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ ตำบลวังยาง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ประกอบด้วยการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้การยอมรับผลิตภัณฑ์ในระดับดี และเสนอให้ปรับปรุงรสชาติ ขนาด และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น งานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า แห้วสุพรรณมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ที่ศึกษายังคงอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว และยังไม่ได้ครอบคลุมการพัฒนาขนมไทยที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ งานวิจัยในระดับนานาชาติยังสนับสนุนศักยภาพของแห้วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร โดยการศึกษาการใช้แป้งแห้ว (Chinese Water Chestnut Flour) ทดแทนแป้งสาลีบางส่วนในการผลิตขนมปุยฝ้าย (Pui Fai) พบว่า การใช้แป้งแห้วในสัดส่วนที่เหมาะสมสามารถช่วยคงคุณสมบัติด้านสี เนื้อสัมผัส ความชื้น และเพิ่มระดับการยอมรับของผู้บริโภคได้ ขณะเดียวกันยังช่วยเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์อีกด้วย ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แป้งแห้วมีศักยภาพในการประยุกต์ใช้กับขนมไทยและผลิตภัณฑ์เบเกอรีได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังคงเป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว และยังไม่ได้ขยายผลไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยหลายประเภทหรือการเชื่อมโยงกับสินค้า GI ของประเทศไทยโดยตรง

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถสรุปได้ว่า งานวิจัยที่ผ่านมาได้ยืนยันศักยภาพของแห้วในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรท้องถิ่น แต่ส่วนใหญ่ยังมุ่งศึกษาเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแต่ละชนิด หรือการส่งเสริมสินค้าเกษตรในเชิงการตลาด ขณะที่ยังขาดการศึกษาที่บูรณาการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขนมไทยจากแห้วสุพรรณซึ่งเป็นสินค้า GI ร่วมกับการประเมินคุณภาพทางกายภาพ คุณภาพทางเคมี คุณค่าทางโภชนาการ และการยอมรับของผู้บริโภคในกรอบการวิจัยเดียวกัน รวมทั้งยังไม่พบการเชื่อมโยงองค์ความรู้ตั้งแต่การใช้ทรัพยากร GI การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ ซึ่งถือเป็นช่องว่างขององค์ความรู้ (Research Gap) ที่งานวิจัยนี้มุ่งเติมเต็มองค์ความรู้ทางวิชาการ

ขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นผลผลิตของการผสมผสานระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมการดำรงชีวิต การศึกษาและพัฒนาขนมไทยในเชิงวิชาการจึงมีความสำคัญต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

ขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นผลิตผลของการผสมผสานระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมการดำรงชีวิต อย่างไรก็ตาม แม้ขนมไทยและแห้วจะมีความสำคัญ แต่องค์ความรู้ในการนำวัตถุดิบ GI มาพัฒนาเป็นขนมไทยท้องถิ่นอย่างเป็นระบบยังไม่เคยถูกศึกษาอย่างจริงจัง อีกทั้งมีความจำเป็นเร่งด่วนที่หากไม่ทำการวิจัยนี้ภูมิปัญญาอาจสูญหาย หรือวัตถุดิบ GI จะถูกใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มศักยภาพ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาสภาพการณ์ คัดเลือกรายการขนมไทยที่มีศักยภาพ และพัฒนาตำรับขนมไทยจากแห้วสุพรรณบุรี โดยอาศัยการมีส่วนร่วมทั้งผู้เชี่ยวชาญ นักท่องเที่ยว และผู้บริโภค การศึกษาและพัฒนาขนมไทยในเชิงวิชาการครั้งนี้ จึงไม่เพียงแต่มีความสำคัญต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอาหาร แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งบูรณาการการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในงายวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มสถานประกอบการผลิตและจำหน่ายขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่เปิดดำเนินการต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 8 ปี จำนวน 8 สถานประกอบการ เพื่อศึกษากระบวนการขั้นตอนด้านการผลิตและจำหน่ายขนมไทย (2) กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร และการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับอาหารและขนมไทย ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 7 ท่าน เพื่อให้ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องมือในการเก็บรวมรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการใช้แบบสัมภาษณ์ โดยเครื่องมือดังกล่าวผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และพิจารณาความครอบคลุม ความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้

2. การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงายวิจัยเชิงคุณปริมาณประชากรและตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นบุคคลทั่วไป โดยคัดกรองจากกผู้ที่เคยบริโภคขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1953) กำหนดระดับความเชื่อมั่นและความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมรับได้ร้อยละ 95 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สูตรในการคำนวณ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05

z = ค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือนัยสำคัญ 0.05

ดังนั้น Z มีค่าเท่ากับ 1.96

เมื่อแทนค่าสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

= 384.16 คน

เพื่อป้องกันความสูญหายของข้อมูลหรือ แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ (Drop-out rate) ผู้วิจัยได้สำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีกร้อยละ 10 (ประมาณ 40 คน) จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายไว้ที่ 420 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีเกณฑ์คัดเข้า คือ เป็นบุคคลทั่วไปที่เคยบริโภคขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีคำถามคัดกรองก่อนทำแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1: ข้อคำถามคัดกรองผู้เคยบริโภคขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี (Checklist)

ตอนที่ 2: ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล (Checklist)

ตอนที่ 3: ความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการให้ผู้ผลิตใช้แห้วเป็นส่วนประกอบในขนมไทยจังหวัดสุพรรณบุรี ลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale ตามวิธีของ Likert)

การทดสอบเครื่องมือแบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคที่เคยบริโภคขนมไทยจังหวัดสุพรรณบุรี มีกระบวนการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) ผ่านการพิจารณาจากทีมอาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างแบบสอบถาม ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินจำนวน 7 คน ที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญด้านขนมไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร และการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทย ขนมไทย ไม่น้อยกว่า 5 ปี นำผลการประเมินแบบสอบถามมาวิเคราะห์ดำเนินการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลจากบุคคลทั่วไปจนได้ข้อมูลครบถ้วนจำนวน 420 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดกลุ่มประเด็นนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบบรรยายเชิงพรรณนา เพื่อนำข้อสรุปไปใช้เป็นฐานในการสร้างแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณในขั้นตอนถัดไป

2. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลคัดกรอง (ตอนที่ 1 และ 2) วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage) และข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค (ตอนที่ 3) วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการพิจารณาและรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เอกสารรับรองเลขที่ IRB-COE-082-2025 โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว และการรักษาความลับของข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านก่อนเข้าร่วมการวิจัย

ผลการวิจัย (Results)

1. ผลศึกษาการผลิตและจำหน่ายขนมไทยจากสถานประกอบการในจังหวัดสุพรรณบุรี จากการสัมภาษณ์สถานประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายขนมไทยในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี (Establishment: Em) จำนวน 8 ร้าน เปิดมาแล้วไม่ต่ำกว่า 8 ปี (Em 1-8) มีดังนี้

Em-1: เป็นร้านขนมไทยที่เปิดมาแล้วกว่า 90 ปี ปัจจุบันเป็นทายาทรุ่นที่ 3 ที่สานต่อกิจการ ขนมไทยที่ผลิตและจำหน่ายเป็นขนมไทยท้องถิ่นทั่วไป มีทั้งรับมาจำหน่ายและผลิตขึ้นเอง กลุ่มเป้าหมายลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นให้เหมาะสมกับความสะดวกในการเลือกซื้อเป็นของฝาก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่าย ได้แก่ ขนมประเภทนึ่ง ขนมมันสำปะหลัง ขนมแห้ว ขนมฟักทอง จำหน่ายในราคา 45 บาท ขนมหม้อแกงราคา 60 บาท ขนมชั้นราคา 50 บาท ขนมลูกเต๋าราคา 40 บาท ขนมทองม้วนราคา 50 บาท ครองแครงกรอบราคา 50 บาท ขนมสาลี่ราคา 45 บาท ขนมสาลี่ทิพย์ราคา 40 บาท มีการจำหน่ายหน้าร้าน และช่องทางออนไลน์ Facebook ขนมไทยที่มีแห้วเป็นองค์ประกอบที่มีการผลิตและจำหน่ายจำนวน 1 ชนิด คือ “ขนมแห้ว”

Em-2: เป็นร้านขนมไทยที่จำหน่ายในปั๊มน้ำมันขนาดใหญ่ในจังหวัดสุพรรณบุรี เปิดจำหน่ายมาแล้ว 9 ปี เป็นรุ่นแรก ขนมไทยที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการในปั๊มน้ำมัน ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ป่าโมก-สุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นให้ความสะดวกในการเลือกซื้อเป็นของฝาก ได้แก่ ทองม้วนสด ซึ่งเป็นสินค้าที่ขายดีที่สุด นอกจากนั้นยังมี ทองพับ ทองม้วน กรอบเค็ม สาลี่ กลีบลำดวน ซึ่ง Em-2 ได้บรรจุและจัดจำหน่ายในราคาเดียวกันทั้งร้าน ราคาทุกอย่าง 35 บาท 3 อย่าง 100 บาทคละกันได้ จัดจำหน่ายหน้าร้าน และช่องทางออนไลน์ Em-2 ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบในขนมไทย

Em-3: เป็นร้านที่ผลิตและจำหน่ายขนมไทยเจ้าดังในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นร้านที่เปิดมายาวนานกว่า 50 ปี เคียงคู่จังหวัดสุพรรณบุรี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายที่โดดเด่น คือ “ขนมสาลี่” Em-3 มีสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายคือ ทองม้วน ราคา 40 บาท ข้าวตู ราคา 40 บาท (8 ชิ้น) ขนมชั้น 40 บาท ขนมสาลี่ 40 บาท ขนมสาลี่กรอบ 75 บาท ข้าวเกรียบแห้ว 35 บาท กลุ่มเป้าหมายของลูกค้า คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังสุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์เน้นความสวยงามมีระดับ เหมาะสมกับการนำมาเป็นของฝาก มีผลิตภัณฑ์ที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบจำหน่าย คือ “ข้าวเกรียบแห้ว”

Em-4: เป็นร้านที่จำหน่ายขนมไทยและของฝากในตลาดสามชุก 100 ปี เปิดจำหน่ายมาแล้ว 9 ปี เน้นการขายขนมไทยท้องถิ่น กลุ่มลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน ในอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นแบบเรียบง่าย คงความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น สินค้าที่จัดจำหน่าย มีขนมลูกเต๋า กล่องละ 25 บาท ขนมบ้าบิ่น กล่องละ 35 บาท ขนมเปี๊ยะไส้ถั่วฟักไข่ กล่องละ 100 บาท ขนมหน้าแตก กล่องละ 35 บาท ขนมปลาโบราณ กล่องละ 35 บาท มีช่องทางการจัดจำหน่าย หน้าร้านช่องทางเดียว Em-4 ไม่มีผลิตภัณฑ์ ที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบจัดจำหน่าย

Em-5: เป็นร้านที่จัดหน่ายขนมไทยและของฝากจังหวัดสุพรรณบุรี จัดจำหน่ายมายาวนานกว่า 70 ปี เน้นผลิตภัณฑ์ขนมไทย และอาหารว่างท้องถิ่น บรรจุภัณฑ์เน้นความเหมาะสมกับการนำมาเป็นของฝาก กลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวและชาวบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายได้แก่ กรอบเค็ม กล่องละ 50 บาท ขนมโสมนัส กล่องละ 20 บาท ปั้นสิบทอด ถุงละ 50 บาท กะหรี่ฟัฟ ชิ้นละ 15 บาท ขนมผิง ถุงละ 20 บาท จัดจำหน่ายหน้าร้านเพียงช่องทางเดียว Em-5 ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบจำหน่าย

Em-6: เป็นร้านที่ผลิตและจำหน่ายขนมไทยรายใหญ่ ในตลาดสามชุก 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี ปัจจุบันมีมากกว่า 5 สาขา จำหน่ายมาแล้วกว่า 40 ปี ผลิตขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เป็นร้านที่ได้รับความนิยมจากอินฟูเรนเซอร์ต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับจังหวัดสุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์เน้นสีสันสวยงาม คงทน แข็งแรง ราคาต้นทุนบรรจุภัณฑ์ไม่แพง กลุ่มเป้าหมายลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายมีดังนี้ ขนมสาลี่ราคา 35 บาท 3 กล่อง 100 บาท ขนมเปี๊ยะ ราคาชิ้นละ 150 บาท กาละแม ชุดละ 100 บาท ขนมลูกเต๋า 1 กล่อง(10 ลูก) ราคา 35 บาท 3 กล่อง 100 บาท (ขนมลูกเต๋ามีหลายไส้ อาทิ ไส้เผือก ไส้ครีม ไส้ถั่ว ไส้ช็อกโกแลต ไส้งาดำ และหนึ่งในนั้นมีไส้แห้วด้วย) ขนมไข่ กล่องละ 25 บาท วุ้นแห้ว กล่องละ 30 บาท มีการจัดจำหน่ายหน้าร้านเป็นหลัก และมีสาขามากถึง 5 สาขา ฐานการผลิตใหญ่อยู่ที่ตลาดสามชุก 100 ปี มีผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบ 2 รายการ คือ “ขนมลูกเต๋าไส้แห้ว และวุ้นแห้ว”

Em-7: เป็นร้านค้าขนมสาลี่ทิพย์ เปิดมาแล้วกว่า 52 ปี กลุ่มลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยว สาลี่ทิพย์ที่จัดจำหน่ายอย่างเดียว เพราะได้รับความนิยมมาก มีลูกค้าที่มาซื้อหน้าร้านและผลิตส่งร้านค้าปลีกด้วย ผลิตไม่ทันเนื่องจากลักษณะของขนมสาลี่ทิพย์ของร้านมีลักษณะที่โดดเด่น คือ “กรอบนอกนุ่มใน หอมกลิ่นนมแมว และนมข้นหวาน ที่เป็นเอกลักษณ์” บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องเหมาะแก่การซื้อเป็นของฝาก หากเป็นร้านค้าปลีกจำหน่ายใส่กล่องพลาสติกแบบบาง ให้ผู้ค้าปลีกติดแบรนด์สินค้าเอง มีจำหน่ายหน้าร้านช่องทางเดียว ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบจัดจำหน่าย

Em-8: เป็นร้านขนมไทยในอำเภอเมืองที่อยู่ในวัด จังหวัดสุพรรณบุรี เปิดมาแล้วกว่า 10 ปี ผลิตและจำหน่ายขนมไทยเพียง 2 ชนิด คือ ขนมสาลี และขนมสาลีทิพย์ จัดจำหน่ายกล่องละ 20 บาท จำหน่ายทั้งปลีก

และส่ง บรรจุภัณฑ์เรียบง่าย กลุ่มเป้าหมายลูกค้าคือ นักท่องเที่ยว และผู้มาทำบุญในวัด ไม่มีผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบจำหน่าย

2. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาตำรับขนมไทยจากนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านขนมไทยต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้ว พบว่า ผลการเก็บข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญ (สัญลักษณ์ Ps แทนบุคคลผู้ให้ข้อมูล)

2.1 ประเด็น ผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่ได้รับความนิยมในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ให้ความคิดเห็นไว้ดังนี้

ประเด็นแรก ผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่ได้รับความนิยมในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ให้ความคิดเห็นไว้ดังนี้

Ps-1: *“หากนึกถึงสุพรรณบุรี ถ้าเป็นขนมที่ขึ้นชื่อคงหนีไม่พ้นสาลี่สุพรรณ แต่ก็ยังมีขนมไทยพื้นถิ่นอีกมากมายที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของสุพรรณฯ แต่แตกต่างจากขนมไทยท้องถิ่นในที่อื่น ๆ เช่น หม้อแกงสุพรรณมักจะใช้วิธีการกวนเผือก ไข่ขาวจากไข่เป็ด กะทิ และน้ำตาล จากนั้นนำส่วนผสมใส่ถาด วางสังกะสีบนปากถาด (บริเวณหน้าขนม แล้วใช้ถ่านร้อน ๆ วางลงบนสังกะสี ทิ้งไว้จนขนมสุก...”*

Ps-2: *“ในสังคมยุคปัจจุบันการจะพัฒนาอะไรก็ต้องนึกถึงสุขภาพ ปัจจุบันคนเข้าถึงข่าวสารได้ง่ายและมีความรู้เรื่องสุขภาพกันมากพอสมควร กระแสสังคมขณะนี้เข้าใจเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าน้ำตาลคือยาพิษ การทำผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่หวานน้อยย่อมน่าจะเป็นทางเลือกที่ดี ขนมไทยท้องถิ่นในสุพรรณฯ ถ้าในมุมมองที่เน้นสุขภาพด้วยก็คงเป็นกลุ่มขนมนึ่ง เช่น ขนมมันสำปะหลัง ขนมกล้วย ขนมฟักทอง ขนมพวกนี้แม้ว่าจะมีทั่วไปตามท้องตลาดแต่หาเจ้าที่ทำได้อร่อยจริงๆ ยาก ถ้าพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใส่แห้วลงไปด้วยคงช่วยเพิ่มเนื้อสัมผัสได้”*

Ps-3: *“หากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็ควรพัฒนาขนมท้องถิ่นที่เป็นที่นิยม เช่น ขนมไข่ปลา ขนมตาลทองม้วนโบราณ ข้าวหลาม ข้าวเหนียวมูน... หากจะนำแห้วเป็นส่วนผสมในขนมไทย ก็มองว่าข้าวหลามเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เพราะสามารถใส่แห้วสดๆ ลงไปเลยได้ กลิ่นแห้วที่เป็นเอกลักษณ์ กับกลิ่นอายของความเป็นข้าวหลามน่าจะเข้ากันได้อย่างลงตัว...”*

Ps-4: *“ถ้าเป็นแห้วผลสดนำมาหั่นเป็นลูกเต๋าขนาดเล็กน่าจะสามารถใส่ลงไปในเผือกที่เป็นไส้ขนมลูกเต๋าได้ แต่ถ้าเป็นแป้งแห้ว อาจนำแป้งมาเป็นส่วนผสมของแป้งตัวขนมลูกเต๋าได้เช่นกัน...”*

Ps-5: *“ควรนึกถึงความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก นอกจากจะเลือกพัฒนาอาหารท้องถิ่นแล้วควรมองให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จะยังสามารถอยู่รอดในสังคมต่อไปได้ จากประสบการณ์ที่ทำวิจัยกับชุมชนมาหลายผลงานพบปัญหาหลายอย่าง เช่น แห้วขาดตลาด ปัญหาการแบ่งผลประโยชน์ในชุมชน ขนมที่เด่นๆ เลยทุกคนมาถึงสุพรรณก็ต้องสาลี่เอกชัย แต่ปัจจุบันมีการพลิกแพลงดัดแปลงเป็นสาลี่อบ หรือที่รู้จักกันก็คือสาลี่ทิพย์ ในมุมมองนักวิจัยก็ควรส่งเสริมผลิตภัณฑ์ตัวนี้ให้เด่นไปเลยนำแห้วมาใส่ลงไป แล้วทำให้ผลิตภัณฑ์ดีในทุกด้านทุกมิติ ทั้งคุณค่าทางโภชนาการ ลักษณะทางกายภาพ อายุการเก็บ เรียกได้ว่า นำสินค้าในจังหวัดส่งเสริมการใช้ทรัพยากรในจังหวัดด้วยกันเองน่าจะเป็นสิ่งที่ดี...”*

Ps-6: *"สุพรรณเป็นเมืองที่มีการทำขนมไทยท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ขนมไทยกับสุพรรณก็มีคู่กันมากับอดีตมาช้านานแล้ว ตั้งแต่เกิดมาเป็นคนสุพรรณก็พบว่ามีวิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงไป แต่ก็ไม่ได้หนีจากเดิมเท่าไรนักนะ เช่นเมื่อก่อนสาลี่นึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของสุพรรณฯ ต่อมาก็เป็นสาลี่ทิพย์ และก็ดัดแปลงเรื่อยมามีการใส่กลิ่นนมแมว ในยุคหลัง ๆ จวบจนทุกวันนี้ ขนมบ้าบิ่นก็เป็นอีกตัวที่มีมานาน ด้วยสุพรรณเป็นเมืองมะพร้าว น้ำตาล พี่เกิดมาพี่ก็เจอจนตอนนี้อายุจะ 70 แล้ว ก็คิดว่ามันเป็นขนมที่คลาสสิค ถ้านำแห้วมาใส่ร่วมกับมะพร้าวคงแปลกดี เพราะแห้วมีเนื้อสัมผัสและกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์..."*

Ps-7: *"กระยาสารทเป็นขนมไทยโบราณที่หาคนทำได้ยาก มองว่าเป็นขนมไทยท้องถิ่นที่เป็นมรดกของชาติที่กำลังจะสูญหาย หลายคนมองว่ากระยาสารทคือขนมคนแก่ แต่แท้จริงแล้วมันคือมรดกทางวัฒนธรรมอยากให้รักษาไว้ ถ้าพัฒนาออกมาได้น่าจะเป็นสิ่งที่ดีที่ยังมีคนสืบทอดและรักษาไว้..."*

ประเด็นที่ 2 ความเป็นไปได้ในการทดแทนหรือเสริมแห้วในผลิตภัณฑ์ขนมไทยจังหวัดสุพรรณบุรี

Ps-1 *"แห้วสดจะเป็นสิ่งที่ง่ายต่อชาวบ้าน ต่อวิสาหกิจชุมชน ในการแปรรูป การใช้เทคโนโลยีที่ล้ำสมัยก้าวหน้า ราคาสูง ชาวบ้านเข้าไม่ถึง ถ้าเป็นงานวิจัยก็เปรียบเสมือนวิจัยขึ้นหิ้ง ผลงานวิจัยดูหรูหรา และในความเป็นจริงไม่สามารถที่จะทำได้จริง ... แนะนำให้ใช้เป็นแห้วสด มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยจะดีกว่า เช่นยกตัวอย่างหม้อแกง ก็ใส่แห้วที่หั่นเต๋าเล็ก ๆ ลงไปเลย น่าจะช่วย<u>เพิ่มเนื้อสัมผัส</u>ได้ดี ถ้าเป็นสาลี่ก็ให้ใส่ลงไปในเนื้อขนมแต่หั่นเป็นแผ่นบาง ๆ ..."*

Ps-2: *"ขนมไทยที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบถ้าจะพูดถึงแห้วที่นำมาแปรรูปก็ยังคงจัดเป็นขนมไทยที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบได้เหมือนกัน หากจำแนกแห้วออกเป็น 3 กลุ่ม คือ แห้วสด แป้งแห้ว และแห้วอบแห้ง ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น แห้วสดอาจนำมาเสริมในขนมนิ่ง <u>แป้งแห้วน่าจะนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะกรอบ ๆ</u> อย่างทองม้วนได้ แห้วอบแห้งน่าจะทำพวกแห้วฉาบหรือกระยาสารท จะเกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากกว่า สร้างทางเลือกให้กับคนกิน และน่าจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์การแปรรูปสินค้า GI ของสุพรรณบุรีได้"*

Ps-3: *"ข้าวหลามเป็นอาหารท้องถิ่นที่ท่าสนใจ ต้นทุนต่ำ และเป็นอาหารเชิงวัฒนธรรมที่คนส่วนใหญ่รู้จัก ทั้งคนท้องที่และนักท่องเที่ยว มีความเป็นไปได้ที่จะใช้แห้วสดใส่ลงในตัวเนื้อข้าวหลามเพื่อ<u>เพิ่มกลิ่นรสและเนื้อสัมผัสได้เลย</u>..."*

Ps-4: *"ถ้านึกถึงสุพรรณพี่ว่าพี่นึกถึงขนมลูกเต๋า เพราะหาทานยาก และมีที่สุพรรณฯที่เป็นอาหารท้องถิ่นที่นี่ก็ว่าได้ สาลี่มันดังมานานแล้ว และรู้จักเป็นวงกลว้าง ถ้าจะพัฒนางานวิจัยก็ควรส่งเสริมอาหารท้องถิ่นที่กำลังจะสูญหายน่าจะดีกว่า คนรุ่นต่อไปก็จะเอาไปใช้อ้างอิงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือได้..."*

Ps-5: *"มองว่าถ้าเป็นสาลี่สุพรรณ หรือสาลี่ทิพย์ ถ้ามีการนำแห้วมาใช้ในผลิตภัณฑ์น่าจะเป็นการนำแป้งแห้วใส่น่าจะเป็นผลที่ดีกว่า อาจใช้การทดแทนแป้งสาลีและดูความเหมาะสมของเนื้อสัมผัสว่ายังคงลักษณะที่ดีอยู่หรือไม่ หากเป็นไปได้พัฒนาแล้วได้ผลิตภัณฑ์ขนมสาลี่จากแป้งแห้วก็น่าจะเป็นสิ่งที่นำเสนอให้กับจังหวัดได้"*

Ps-6: “มองว่าความยั่งยืนของการเสริมหรือทดแทนถ้าเป็นของสดจะเกิดความยั่งยืนในการนำไปใช้ได้จริงในสังคมชาวบ้านได้มากกว่า...”

Ps-7: *“ถ้าเป็นกระยาสารท ก็ควรจะเลือกเอาแห้วมาหั่นฝอยแล้วนำไปอบแห้งมาใส่ลงไป...”*

3. ผลคัดเลือกรายการขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นขนมไทยจากแห้วโดยนักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.7 มีอายุระหว่าง 20–30 ปี ร้อยละ 66.5 เป็นนักศึกษาร้อยละ 46.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.3 และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 56.7 ผลสำรวจความต้องการให้ใช้แห้ว 3 รูปแบบ คือ แห้วสด แป้งแห้ว และแห้วอบแห้ง เป็นส่วนประกอบโดยเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย โดยให้เลือกตอบขนมได้ 2 ชนิด ในแต่ละรูปแบบ ผลของการใช้แห้วสด แป้งแห้ว และแห้วอบแห้ง เสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทยจังหวัดสุพรรณบุรี แสดงดังตารางที่ 1-3 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ชนิดของขนมไทยที่ควรใช้แห้วสดเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ (เรียงตามลำดับ) n = 400

แห้วสด	ขนมไทยที่ใช้แห้วสด	จำนวนเลือกตอบ	คิดเป็นร้อยละ
	ขนมบัวลอย	189	47.3
	ขนมบ้าบิ่น	165	41.3
	ขนมหม้อแกง	143	35.8
	ขนมลูกเต๋า	91	22.8
	ขนมลูกชุบ	82	20.5
	ขนมนึ่ง (ขนมกล้วย ขนมมันสำปะหลัง ขนมฟักทอง)	81	20.3
	ขนมสาลี่ทิพย์	34	8.5
	ขนมไข่ปลา	15	3.8

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คำตอบถึงการใช้แห้วสดเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทยพบว่า ขนมบัวลอยได้รับการคัดเลือกมากที่สุด 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ ขนมบ้าบิ่น จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ดังนั้น ขนมบัวลอย และขนมบ้าบิ่น จึงเป็นตัวอย่างที่ถูกคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่เหมาะแก่การเสริมหรือทดแทนด้วยแห้วสด ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ตารางที่ 2 ชนิดของขนมไทยที่ควรใช้แป้งแห้วเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ (เรียงตามลำดับ) n = 400

แป้งแห้ว	ขนมไทยที่ใช้แป้งแห้ว	จำนวนเลือกตอบ	คิดเป็นร้อยละ
	ขนมสาลี่สุพรรณ	176	44.0
	ขนมทองม้วน	146	36.5
	ขนมปุยฝ้าย	108	27.0
	ขนมดอกจอก	108	27.0
	ขนมครองแครง	91	22.8
	ขนมกลีบลำดวน	69	17.3
	ขนมไข่โบราณ	56	14.0
	ขนมกรอบเค็ม	46	11.6

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คำตอบถึงการใช้แป้งแห้วเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทยพบว่า ขนมสาลี่สุพรรณได้รับการคัดเลือกมากที่สุด 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือ ขนมทองม้วน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ดังนั้น ขนมสาลี่สุพรรณ และขนมทองม้วน จึงเป็นตัวอย่างที่ถูกคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่เหมาะแก่การเสริมหรือทดแทนด้วยแป้งแห้ว ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

ตารางที่ 3 ชนิดของขนมไทยที่ควรใช้แห้วอบแห้งเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ (เรียงตามลำดับ) n=400

แห้วอบแห้ง	ขนมไทยที่ใช้แห้วอบแห้ง	จำนวนเลือกตอบ	คิดเป็นร้อยละ
	แห้วฉาบ	280	70.0
	กระยาสารท	177	44.3
	ขนมทองพับ	173	43.3
	ถั่วทอด	170	42.5

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คำตอบถึงการใช้แห้วอบแห้งเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย พบว่า แห้วฉาบได้รับการคัดเลือกมากที่สุด 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ กระยาสารท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ดังนั้น แห้วฉาบ และกระยาสารท จึงเป็นตัวอย่างที่ถูกคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่เหมาะแก่การเสริมหรือทดแทนด้วยแห้วอบแห้ง ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

1. จากการสัมภาษณ์สถานประกอบการผลิตและจำหน่ายขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีสะท้อนให้เห็นภาพรวมของโครงสร้างการผลิตขนมไทยที่มีรากฐานจากกิจการครอบครัวและการสืบทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุนีย์ สกุลแก้ว (2560) ซึ่งได้ศึกษาแนวคิด เรื่อง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มองว่าองค์ความรู้ด้านอาหารเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมและ

ประสบการณ์ชีวิตในชุมชน การดำรงอยู่ของสถานประกอบการในระยะเวลายาวนานตั้งแต่ 8 ปีจนถึงมากกว่า 90 ปี แสดงถึงความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ผลการวิจัยในประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด อาหารในฐานะมรดกทางวัฒนธรรม (Food as Cultural Heritage) ซึ่ง Long (2004) อธิบายว่า อาหารพื้นถิ่นไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ใช้เพื่อการบริโภค แต่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ ความทรงจำ และความต่อเนื่องทางประวัติศาสตร์ของชุมชน ขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีจึงมีบทบาททั้งในมิติทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมควบคู่กัน

1.1 ประเด็นประเภทและลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลการวิจัยพบว่า ขนมสาลี่ ขนมสาลี่ทิพย์ ขนมชั้น ขนมทองม้วน และขนมลูกเต๋า เป็นขนมที่พบผลิตและจำหน่ายในหลายสถานประกอบการ บางแห่งเลือกเน้นผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียวเพื่อสร้างความโดดเด่น ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิด การสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Product Identity) และ การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ที่ระบุว่าการมีผลิตภัณฑ์เด่นช่วยเพิ่มการจดจำและคุณค่าทางการตลาด โดยเฉพาะในตลาดนักท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูง (Kotler & Keller, 2016, 312–314; Porter, 1985, 33–36) ในขณะที่ขนมสาลี่สุพรรณบุรีและสาลี่ทิพย์ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์หลักของหลายสถานประกอบการ ยังคงรักษาแก่นของสูตรดั้งเดิมไว้ ขณะเดียวกันมีการปรับปรุงรูปแบบ เนื้อสัมผัส และรสชาติให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละยุค ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Long (2004, 55–57) ที่ระบุว่าอาหารท้องถิ่นสามารถพัฒนาได้โดยไม่สูญเสียอัตลักษณ์ หากการเปลี่ยนแปลงยังยึดโยงกับวัฒนธรรมเดิม

1.2 ประเด็นกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าที่ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของสถานประกอบการขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งทำให้ขนมไทยทำหน้าที่เป็น สินค้าของฝากเชิงวัฒนธรรม (Cultural Souvenir Food) มากกว่าอาหารเพื่อการบริโภคในชีวิตประจำวันเพียงอย่างเดียว ผลการวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องกับแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) ที่มองว่าอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวและการรับรู้ภาพลักษณ์ของพื้นที่ (Long, 2004, 18–19)

1.3 ประเด็นบรรจุภัณฑ์และการออกแบบสินค้าที่ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการพกพา ความเหมาะสมในการเป็นของฝาก และความคงทนของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ (Value-added Product) ที่ระบุว่าบรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์สินค้าในสายตาผู้บริโภค (Porter, 1985, 40–42) อย่างไรก็ตาม ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ยังเป็นข้อจำกัดสำคัญ ซึ่งเป็นลักษณะร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนตามที่ Schumacher (1973, 143–145) อธิบายไว้ในแนวคิดเทคโนโลยีที่เหมาะสม

1.4 ประเด็นด้านราคาและกลยุทธ์การตลาดที่ผลการวิจัยพบว่า การตั้งราคาในระดับที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้และการจัดชุดโปรโมชั่นสะท้อนให้เห็นถึงการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งมักตัดสินใจซื้อในระยะเวลาสั้นและให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า ผลการวิจัยในส่วนนี้

สอดคล้องกับ Kotler และ Keller (2016, 164–166) ที่ระบุว่าการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดการท่องเที่ยว

1.5 ประเด็นสำคัญการใช้แห้วซึ่งเป็นวัตถุดิบท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นสำคัญประการหนึ่ง คือ การใช้แห้วซึ่งเป็นวัตถุดิบท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้นำแห้วมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทย สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างในการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม แม้แห้วสุพรรณจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และมีศักยภาพในการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ก็ตาม ทั้งนี้ อาจเกิดจากข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะคุณสมบัติของแห้วสดที่มีปริมาณน้ำเป็นองค์ประกอบสูง เมื่อปอกเปลือกหรือหั่นจะเกิดปฏิกิริยาการเกิดสีน้ำตาลจากเอนไซม์ (enzymatic browning) ได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้คุณภาพทางกายภาพลดลงและมีอายุการเก็บรักษาสั้น (Pen & Jiang, 2003, 359–364) นอกจากนี้ กระบวนการปอกเปลือก การเตรียมวัตถุดิบ และการแปรรูปขั้นต้นยังต้องอาศัยแรงงานจำนวนมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าวัตถุดิบทั่วไป ขณะที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กยังมีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการแปรรูปและการถนอมคุณภาพ เช่น การอบแห้ง การผลิตแป้งแห้ว และการใช้เทคโนโลยีการเคลือบผิวหรือบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัตถุดิบในการผลิตเชิงพาณิชย์ (Pen & Jiang, 2003, 359–364) ดังนั้น แม้แห้วจะเป็นทรัพยากรที่มีศักยภาพสูง แต่การเพิ่มมูลค่าให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านการแปรรูป การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการเชื่อมโยงตลาดอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น (Local Resource-based Product Development) ที่มุ่งใช้ทรัพยากรในชุมชนให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีและศักยภาพของผู้ประกอบการ (Schumacher, 1973, 143–145; สุภางค์ จันทวานิช, 2561, 88–90)

ดังนั้น ผลการวิจัยในครั้งนี้จึงชี้ให้เห็นว่า แม้สถานประกอบการในจังหวัดสุพรรณบุรีจะมีความเข้มแข็งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น มีประสบการณ์ในการผลิตขนมไทย และสามารถเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่การนำ แห้วสุพรรณ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยยังมีอยู่ในวงจำกัด ทั้งที่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยเชื่อมโยงคุณภาพ ชื่อเสียง และอัตลักษณ์ของสินค้ากับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ ส่งผลให้สินค้าเกิดมูลค่าเพิ่มและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในตลาดภายในและต่างประเทศ (Vandecandelaere et al., 2010, 29–39)

ในบริบทของจังหวัดสุพรรณบุรี แห้วสุพรรณนับเป็นทรัพยากรเกษตรที่มีอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่และได้รับการคุ้มครองภายใต้ระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของผลิตผลกับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของผู้ผลิต ดังนั้น การนำแห้วสุพรรณมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยจึงไม่เพียงเป็นการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร แต่ยังเป็นการเพิ่ม

มูลค่าให้แก่สินค้า GI ผ่านการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขัน และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับแหล่งกำเนิด คุณภาพ และความเป็นของแท้ของผลิตภัณฑ์ (Authenticity)

นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วสุพรรณยังสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น (Local Resource-based Product Development) ซึ่งมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ผ่านการผสมผสานองค์ความรู้ นวัตกรรม และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (Schumacher, 1973, 143–145) ขณะเดียวกัน การใช้ประโยชน์จากสินค้า GI ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ส่งเสริมการกระจายรายได้สู่เกษตรกรและผู้ประกอบการในชุมชน ตลอดจนสนับสนุนการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและความหลากหลายทางวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Vandecandelaere et al., 2010, 113–124)

ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วสุพรรณควรมุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังคงอัตลักษณ์ของขนมไทยดั้งเดิม ควบคู่กับการใช้ประโยชน์จากคุณค่าของสินค้า GI การพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูป และการสื่อสารคุณค่าของแหล่งกำเนิดสู่ผู้บริโภค เพื่อยกระดับแห้วสุพรรณจากวัตถุดิบทางการเกษตรสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง อันจะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการ สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีอย่างยั่งยืน

2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย จำนวน 7 ราย สามารถสังเคราะห์ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

2.1 ขนมไทยอัตลักษณ์จังหวัดสุพรรณบุรีและแนวโน้มการพัฒนา ซึ่งผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นว่าขนมไทยที่เป็นอัตลักษณ์และได้รับการรับรู้ในระดับจังหวัดและระดับประเทศมากที่สุด คือ ขนมสาลี่สุพรรณบุรี และขนมสาลี่ทิพย์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความต่อเนื่องทางประวัติศาสตร์และมีการพัฒนาสูตรและกรรมวิธีการผลิตตามบริบทของยุคสมัย ขณะเดียวกันผู้เชี่ยวชาญยังชี้ให้เห็นว่าจังหวัดสุพรรณบุรียังมีขนมไทยพื้นถิ่นอื่น ๆ ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น หม้อแกงสุพรรณ ขนมลูกเต๋า ข้าวหลามขนมบ้าบิ่น และกระยาสารท ซึ่งบางชนิดกำลังเสี่ยงต่อการสูญหายเนื่องจากขาดผู้สืบทอดและความซับซ้อนของกระบวนการผลิต สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง อาหารท้องถิ่นในฐานะมรดกทางวัฒนธรรม (Food as Cultural Heritage) ที่ระบุว่า อาหารพื้นถิ่นไม่ได้เป็นเพียงสินค้าเพื่อการบริโภค แต่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ประวัติศาสตร์ และความทรงจำร่วมของชุมชน (Long, 2004, 20–22; สุนีย์ สกุลแก้ว, 2560, 45–47) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงควรคำนึงถึงการรักษา “แก่นอัตลักษณ์” ควบคู่ไปกับการปรับให้สอดคล้องกับบริบทสังคมร่วมสมัย

นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญบางรายยังให้ความสำคัญกับแนวโน้มผู้บริโภคด้านสุขภาพ โดยเสนอว่าขนมไทยที่มีระดับความหวานต่ำหรือเป็นกลุ่มขนมนึ่ง เช่น ขนมมันสำปะหลัง ขนมกล้วย และขนมฟักทอง มี

ศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ที่เน้นการตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน (Kotler & Keller, 2016, 164–166)

2.2 ความเป็นไปได้ในการใช้ “แห้ว” เป็นวัตถุดิบทดแทนหรือเสริมในขนมไทย ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่า แห้ว เป็นวัตถุดิบท้องถิ่นที่มีศักยภาพสูงในการนำมาพัฒนาเป็นส่วนประกอบของขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งเนื้อสัมผัส กลิ่นรส และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม รูปแบบของแห้วที่นำมาใช้ควรสอดคล้องกับบริบทของชุมชนและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง หลายรายเสนอให้ใช้แห้วสดเป็นหลัก เนื่องจากไม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีขั้นสูง สามารถนำไปใช้ในการผลิตขนมไทยได้ทันที เช่น การใส่แห้วสดหั่นเต๋าในหม้อแกง ข้าวหลาม หรือขนมบ้าบิ่น เพื่อเพิ่มเนื้อสัมผัสและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการเทคโนโลยีที่เหมาะสมซึ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและกระบวนการที่ชุมชนสามารถจัดการได้จริงและเกิดความยั่งยืน (Schumacher, 1973, 143–145) ขณะเดียวกันผู้เชี่ยวชาญบางรายเสนอแนวทางการใช้แห้วในรูปแบบแปรรูป เช่น แป้งแห้ว หรือแห้วอบแห้ง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้สามารถนำไปใช้กับขนมอบหรือขนมกรอบ เช่น ทองม้วน กระยาสารท หรือการทดแทนแป้งบางส่วนในขนมสาลี่ แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรที่มุ่งเน้นการแปรรูปวัตถุดิบพื้นฐานให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงขึ้นและสร้างความแตกต่างในตลาด (Porter, 1985, 33–35)

อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยชุมชนได้เน้นย้ำถึงประเด็น ความยั่งยืน ทั้งในด้านวัตถุดิบ ห่วงโซ่อุปทาน และการจัดการผลประโยชน์ในชุมชน หากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่สอดคล้องกับศักยภาพที่แท้จริงของพื้นที่ อาจทำให้ไม่สามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานชุมชน (Community-based Product Development) ที่เน้นการมีส่วนร่วมและความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (สุภางค์ จันทวานิช, 2561, 88–90)

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วในจังหวัดสุพรรณบุรีควรอยู่บนพื้นฐานของขนมไทยอัตลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้วควบคู่กับการฟื้นฟูขนมไทยพื้นถิ่นที่กำลังเลือนหาย โดยให้ความสำคัญกับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง ความยั่งยืนของชุมชน และการเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรท้องถิ่น

3. จากการคัดเลือกรายการขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้ว ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ตรงในการเคยบริโภคผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ (Kotler & Keller, 2016, 187)

3.1 การใช้แห้วสดเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย จากผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่า ขนมที่ได้รับการคัดเลือกสูงสุดในการใช้แห้วสด ได้แก่ ขนมบัวลอย (ร้อยละ 47.3) และขนมบ้าบิ่น (ร้อยละ 41.3) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเนื้อสัมผัสนุ่มและมีความชุ่มชื้น ผลการศึกษาดังกล่าว

สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะของวัตถุดิบกับลักษณะทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะคุณลักษณะด้าน เนื้อสัมผัส (texture) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประเมินคุณภาพอาหารและมีอิทธิพลโดยตรงต่อความชอบและการยอมรับของผู้บริโภค (Drake et al., 2023, 427–430) ทั้งนี้ แห้วสดมีลักษณะเด่นด้านความกรอบ ความฉ่ำน้ำ และรสหวานอ่อนตามธรรมชาติ จึงสามารถเพิ่มความแตกต่างของเนื้อสัมผัส (texture contrast) ให้กับขนมไทยประเภทเนื้อนุ่ม เช่น ขนมบัวลอยและขนมบ้าบิ่น โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมไว้ได้ ส่งผลให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการวิเคราะห์ทางประสาทสัมผัสที่ระบุว่า การรับรู้เนื้อสัมผัสเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับของผู้บริโภค และควรได้รับการพิจารณาเป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ (Drake et al., 2023, 431–435)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนว่า การเลือกใช้แห้วสดในขนมไทยมิได้พิจารณาเพียงด้านรสชาติเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงประสบการณ์การบริโภค (Eating Experience) ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างความนุ่มของเนื้อขนมกับความกรอบของแห้วสด ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน และสามารถใช้เป็นจุดขายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วสุพรรณเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นได้ (Drake et al., 2023, 439–444)

3.2 การใช้แป้งแห้วเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ขนมสาลี่สุพรรณ (ร้อยละ 44.0) และขนมทองม้วน (ร้อยละ 36.5) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกสูงสุดสำหรับการใช้แป้งแห้วเป็นส่วนประกอบ ทั้งสองผลิตภัณฑ์เป็นขนมที่ใช้แป้งเป็นวัตถุดิบหลักและมีโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับสมบัติทางกายภาพและเคมีของแป้งโดยตรง ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภครับรู้ถึงความเป็นไปได้ในการนำแป้งแห้วมาทดแทนแป้งสาลีหรือแป้งชนิดอื่นบางส่วน โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไว้ได้ โดยเฉพาะขนมสาลี่สุพรรณซึ่งเป็นขนมประจำจังหวัดที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานทบทวนของ Kaur et al. (2023) ซึ่งอธิบายว่าแป้งแห้วมีปริมาณแป้งสูง มีโปรตีนและไขมันต่ำ เม็ดแป้งมีขนาดละเอียด มีคุณสมบัติในการพองตัว (swelling capacity) และการอุ้มน้ำ (water absorption) ที่ดี ส่งผลให้สามารถประยุกต์ใช้เป็นวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องการโครงสร้างเนื้อสัมผัสนุ่ม ความคงตัวของเนื้อผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติด้านการเกิดเจล (gelatinization) ได้อย่างเหมาะสม (Kaur et al., 2023, 232–240)

นอกจากนี้ คุณสมบัติทางหน้าที่ของแป้ง (functional properties of starch) ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ขนมอบและขนมไทย เนื่องจากสมบัติด้านการเกิดเจล การดูดซับน้ำ และความหนืดของแป้งมีผลโดยตรงต่อปริมาตร ความนุ่ม ความยืดหยุ่น และความคงตัวของผลิตภัณฑ์หลังการอบหรือให้ความร้อน (Chakraborty et al., 2022, 1198–1205) ดังนั้น การใช้แป้งแห้วทดแทนแป้งสาลี

บางส่วนในขนมสาลี่สุพรรณหรือขนมทองม้วนจึงมีศักยภาพในการรักษาคุณลักษณะด้านเนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าให้แก่วัตถุดิบท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี

ในมิติของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยยังสะท้อนว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมควบคู่กับการใช้วัตถุดิบทางเลือกที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารในปัจจุบันที่มุ่งใช้แป้งจากพืชท้องถิ่นทดแทนแป้งสาลีบางส่วน เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์โดยไม่กระทบต่อคุณภาพด้านเนื้อสัมผัสและการยอมรับของผู้บริโภค (Guiné, 2022, : 3–8)

3. การใช้แห้วอบแห้งเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย ผลการวิจัยพบว่า แห้วฉาบ (ร้อยละ 70.0) และกระยาสารท (ร้อยละ 44.3) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกสูงสุดสำหรับการใช้แห้วอบแห้งเป็นส่วนประกอบ ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของวัตถุดิบที่มีความเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ประเภทแห้งหรือกึ่งแห้ง ซึ่งต้องการวัตถุดิบที่มีความชื้นต่ำเพื่อรักษาโครงสร้าง เนื้อสัมผัส และอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์

การทำแห้วอบแห้งเป็นกระบวนการลดปริมาณความชื้นและค่ากิจกรรมของน้ำ (Water Activity) ภายในวัตถุดิบ ส่งผลให้การเจริญเติบโตของจุลินทรีย์และอัตราการเกิดปฏิกิริยาทางเคมีที่ก่อให้เกิดการเสื่อมคุณภาพของอาหารลดลง จึงสามารถยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Rahman, 2020, 17–23)

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Zhang et al. (2023) รายงานว่า การอบแห้งวัตถุดิบประเภทพืชหัวสามารถช่วยรักษาโครงสร้างของเซลล์ ลดกิจกรรมของน้ำ และทำให้ผลิตภัณฑ์มีความกรอบมากขึ้น ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวและผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง โดยเฉพาะเมื่อมีการเคลือบน้ำตาลภายหลังการอบแห้ง จะช่วยเพิ่มความกรอบ ความเงางาม และลดการดูดความชื้นกลับจากบรรยากาศ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์คงคุณภาพระหว่างการเก็บรักษาได้ดีขึ้น

ในกรณีของแห้วฉาบ การใช้แห้วอบแห้งเป็นวัตถุดิบหลักมีความเหมาะสม เนื่องจากลักษณะเนื้อสัมผัสที่แข็งและกรอบสามารถคงอยู่ได้หลังผ่านกระบวนการฉาบน้ำตาล ขณะที่น้ำตาลที่เคลือบผิวผลิตภัณฑ์ยังช่วยลดการแลกเปลี่ยนความชื้นกับสิ่งแวดล้อมและเพิ่มเสถียรภาพของผลิตภัณฑ์ระหว่างการเก็บรักษา ส่วนกระยาสารทเป็นผลิตภัณฑ์กึ่งแห้งที่มีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ธัญพืช ถั่ว และน้ำเชื่อม การเลือกใช้แห้วอบแห้งจึงช่วยลดการถ่ายเทความชื้นเข้าสู่ผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถรักษาความกรอบ ความคงตัวของโครงสร้าง และลดโอกาสการเกิดการเสื่อมคุณภาพทางจุลชีววิทยาได้

ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาแห้วอบแห้งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ขนมไทย ไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่แห้วสุพรรณซึ่งเป็นสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) เท่านั้น แต่ยังตอบสนองต่อแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ

อายุการเก็บรักษา และความสะดวกในการจัดจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในปัจจุบัน

สรุป (Conclusion)

งานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดสุพรรณบุรีมีศักยภาพด้านการผลิตและจำหน่ายขนมไทยที่เข้มแข็งจากการสั่งสมภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยสถานประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมาเป็นเวลายาวนานและมุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวรวมถึงการจำหน่ายเป็นของฝาก อย่างไรก็ตาม แม้แห้วสุพรรณซึ่งเป็นทรัพยากรอัตลักษณ์และสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) ของจังหวัดจะมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่ม แต่การนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด ผลการวิจัยจึงนำไปสู่การสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงบูรณาการสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากทรัพยากรท้องถิ่น โดยชี้ให้เห็นว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มมิได้ขึ้นอยู่กับการแปรรูปวัตถุดิบเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องบูรณาการศักยภาพของทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญาการผลิต องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ และความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมทั้งด้านคุณภาพ ความเป็นไปได้ในการผลิต และศักยภาพทางการตลาด ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะเชิงหน้าที่ (functional properties) ของแห้วในแต่ละรูปแบบการแปรรูปเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความเหมาะสมต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ แห้วสดเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการเพิ่มความกรอบและความชุ่มฉ่ำ เช่น ขนมบัวลอยและขนมบ้าบิ่น แป้งแห้วเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีแป้งเป็นองค์ประกอบหลัก เช่น ขนมสาลี่สุพรรณและขนมทองม้วน ส่วนแห้วอบแห้งเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทกรอบหรือกึ่งแห้ง เช่น แห้วฉาบและกระยาสารท ซึ่งผลการคัดเลือกดังกล่าวสอดคล้องกับคุณลักษณะทางกายภาพและสมบัติเชิงหน้าที่ของแห้วแต่ละรูปแบบ สะท้อนหลักการสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ขับเคลื่อนด้วยคุณลักษณะของวัตถุดิบ (raw material-driven product development) ควบคู่กับการรักษาอัตลักษณ์ของขนมไทย ความเป็นไปได้เชิงปฏิบัติ และความยั่งยืนของการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น ทั้งนี้ การใช้แห้วสุพรรณในฐานะสินค้า GI ยังสามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่เข้ากับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และยกระดับเศรษฐกิจฐานชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนั้น กรอบแนวคิดที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จึงมิได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วสุพรรณเท่านั้น แต่ยังสามารถประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบอัตลักษณ์หรือสินค้า GI อื่น ๆ ของประเทศไทย โดยใช้หลักการบูรณาการทรัพยากรท้องถิ่น คุณสมบัติเชิงหน้าที่ของวัตถุดิบ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และความต้องการของตลาด เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงที่สามารถแข่งขันได้ในเชิงพาณิชย์และสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2560). *แห้วสุพรรณ: สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย*. กระทรวงพาณิชย์.

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2566). *แนวทางการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562). *อาหารและขนมไทย: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม*. กระทรวงวัฒนธรรม.

เกื้อจิตร ชีระกาญจน์, จรัญญา ปานเจริญ, และสุกัญญา สิงห์ตุ้ย. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบจากแห้วเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง ตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 13*(2), 32–41. https://doi.org/10.14456/nbu.2024.17

ชาญณรงค์ เป็งเรือน, พัชราวดี ศรีบุญเรือง และชลาธร จูเจริญ. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการปลูกแห้วสุพรรณภายใต้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 40(1), 50–61. https://li01.tci-thaijo.org/index.php/MJUJN/article/view/246771

นิโลบล วงศ์ภัทรนนท์. (2567). การสำรวจสถานะองค์ความรู้การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรโดยการแปรรูปเป็นขนมไทยเพื่อเป็นสินค้าวัฒนธรรม. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 50*(1), 99–114. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socku/article/view/268226

ป. อินทรปาลิต. (2563). *สามเกลอ ตอนพิเศษ: เกาะมัจจุราช* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แสงดาว.

พิมพันธ์ เดชะคุปต์. (2564). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภควรรณ คุณากรวงศ์. (2569). *แห้วสุพรรณ*. กรมศิลปากร https://www.finearts.go.th/promotion/view/31612

ศิวกร ตลับนาค, จักรกฤษณ์ ทองคำ, น้อมจิตต์ สุธีบุตร, จักราวุธ ภู่เสม, สุนีย์ สหัสโพธิ์ และเจตนิพัทธ์ บุณยวัสดิ์. (2568). แห้วสุพรรณสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ : คุณค่าทางโภชนาการ สารออกฤทธิ์ทางชีวภาพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 8(3): 258-266. https://doi.org/10.14456/issc.2025.58

สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2554). *ขนมไทย: รากเหง้าวัฒนธรรมอาหาร*. สำนักพิมพ์มติชน.

สุนีย์ สกุลแก้ว. (2560). อาหารพื้นถิ่นกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม. ใน *วัฒนธรรมอาหารไทย* (น. 35–60) สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุภางค์ จันทวานิช. (2561). *การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสาวณีย์ ไชยเดช. (2560). ภูมิปัญญาอาหารไทยกับวิถีชีวิตชุมชน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 43(2), 85–102.

Chakraborty, I., Pooja, N., Mal, S. S., Paul, U. C., Rahman, M. H., & Mazumder, N. (2022). An insight into the gelatinization properties influencing the modified starches used in food industry: A review. *Food and Bioprocess Technology, 15*(6), 1195–1223. https://doi.org/10.1007/s11947-022-02761-z

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Drake, M. A., Watson, M. E., & Liu, Y. (2023). Sensory analysis and consumer preference: Best practices. *Annual Review of Food Science and Technology, 14*, 427–448. https://doi.org/10.1146/annurev-food-060721-023619

Guiné, R. P. F. (2022). Textural properties of bakery products: A review of instrumental and sensory evaluation studies. *Applied Sciences, 12*(17), 8628. https://doi.org/10.3390/app12178628

Kaur, K., Kaur, G., & Singh, A. (2023). Water chestnut starch: Extraction, chemical composition, properties, modifications, and application concerns. *Sustainable Food Technology, 1*(2), 228–262. https://doi.org/10.1039/d2fb00041e

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.

Pen, L. T., & Jiang, Y. M. (2003). *Effects of chitosan coating on shelf life and quality of fresh-cut Chinese water chestnut*. LWT – Food Science and Technology, 36(3), 359–364. https://doi.org/10.1016/S0023-6438(03)00024-0

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Rahman, M. S. (2020). *Handbook of food preservation* (3rd ed.). CRC Press.

Schumacher, E. F. (1973). *Small is beautiful: Economics as if people mattered*. Blond & Briggs.

Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G., & Marescotti, A. (2010). *Linking people, places and products: A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Zhang, Y., Li, X., Wang, H., & Chen, G. (2023). Recent advances in drying technologies and quality characteristics of dehydrated fruits and vegetables: A review. *Foods, 12*(18), Article 3405. https://doi.org/10.3390/foods12183405

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนคะฉิ่นสุดใจ: กรณีศึกษาพื้นที่โครงการหลวงหนองเขียว จังหวัดเชียงใหม่

Social Return on Investment Assessment of Capacity Development in the Kachin Sudjai Ethnic Community Enterprise: A Case Study of the Nong Khiew Royal Project Area, Chiang Mai, Thailand

ศศิพัชร์ อริยะกูล, อดิศักดิ์ ฝนห่าแก้ว*

Sasipat Ariyakoon, Adisak Fonhakaew*

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
128 ถนนห้วยแก้ว ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300
Faculty of Business Adminstration Rajamangala University of Technology Lanna
128 Huay Kaew Road, Chang Phueak Subdistrict, Mueang District, Chiang Mai 50300, Thailand.

***รับบทความ**: 30 ธันวาคม 2568 **ปรับปรุงบทความ**: 21 สิงหาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนคะฉิ่นสุดใจ และ (2) วิเคราะห์ผลลัพธ์ด้วยกรอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน เงื่อนไขความรู้ และเงื่อนไขคุณธรรม รวมทั้งเชื่อมโยงผลลัพธ์กับการพัฒนาที่ยั่งยืน การวิจัยใช้การประเมินแบบผสานวิธีเชิงสำรวจตามลำดับขั้น เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 21 คน ผ่านการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง และข้อมูลบัญชีของกลุ่ม จากนั้นนำผลลัพธ์ที่มีสาระสำคัญมาตีมูลค่าและคำนวณ SROI โดยผสานการประเมินย้อนหลังกับการคาดการณ์ 3 ปี และใช้อัตราคิดลดร้อยละ 3.5 พบว่า เงินลงทุน 402,500 บาท สร้างมูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์สุทธิ 957,455 บาท มีค่า SROI เท่ากับ 2.38 ผลลัพธ์ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม สะท้อนถึงการใช้ความรู้ด้านต้นทุนและการผลิตอย่างมีเหตุผล การใช้ทรัพยากรอย่างพอประมาณ การสร้างภูมิคุ้มกันผ่านการรวมกลุ่ม และการธำรงอัตลักษณ์ภายใต้เงื่อนไขคุณธรรม ผลการทดสอบสมมติฐาน

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: Adisak@rmutl.ac.th

deadweight และ attribution ให้ค่า SROI อยู่ในช่วง 1.98 - 2.78 แสดงว่าข้อสรุปด้านความคุ้มค่ายังคงสอดคล้องกันในทุกกรณีทดสอบ

คำสำคัญ

ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน, วิสาหกิจชุมชนชาติพันธุ์คะฉิ่น, ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง, การพัฒนาพื้นที่สูงอย่างยั่งยืน

***Received**: December 30, 2025* ***Revised**: April 21, 2026* ***Accepted**: August 28, 2026*

Abstract

This study aimed to (1) assess the social return on investment of a capacity-development project for the Kachin Sudjai Ethnic Community Enterprise and (2) analyze the project outcomes through the framework of the Sufficiency Economy Philosophy (SEP), encompassing moderation, reasonableness, self-immunity, knowledge, and morality, while also linking the outcomes to sustainable development. An exploratory sequential mixed-method evaluation drew on focus groups, in-depth interviews, semi-structured questionnaires, and enterprise accounting records from 21 stakeholders. Material outcomes were monetised and analysed using a hybrid ex-post/ex-ante SROI model over three years with a 3.5% discount rate. An investment of THB 402,500 generated a net present value of THB 957,455, equivalent to an SROI ratio of 2.38. The outcomes spanned economic, social, environmental, and cultural dimensions. They reflected reasonableness through knowledge of costs and production, moderation through prudent resource use, self-immunity through collective organisation, and ethical conditions through cultural stewardship. Sensitivity tests for deadweight and attribution produced SROI ratios of 1.98-2.78. Thus, the conclusion that benefits exceeded investment remained consistent across all tested scenarios.

Keywords

Social Return on Investment (SROI), Kachin ethnic community enterprise, Sufficiency Economy Philosophy, sustainable highland development

บทนำ (Introduction)

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) เป็นกรอบวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยแปลงผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงผลลัพธ์ที่ไม่มีราคาตลาด ให้อยู่ในรูปมูลค่าที่เปรียบเทียบกันได้ เพื่อพิจารณาว่าทรัพยากรที่ลงทุนไปสร้างคุณค่ากลับคืนสู่สังคมเพียงใด จุดสำคัญจึงไม่ใช่เพียงตัวเลขอัตราส่วนทางการเงิน แต่รวมถึงกระบวนการกำหนดขอบเขต การทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลง การคัดเลือกผลลัพธ์ที่มีสาระสำคัญ และการป้องกันการกล่าวอ้างเกินจริง โดยเปิดโอกาสให้ผู้ได้รับผลกระทบมีส่วนร่วม (Emerson et al., 2000; Nicholls et al., 2012; Social Value International, 2022)

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียวตั้งอยู่ในพื้นที่บ้านใหม่สามัคคี ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ และทำงานร่วมกับประชากรหลายกลุ่มชาติพันธุ์ รวมถึงชุมชนคะฉิ่น (Highland Research and Development Institute, 2024) พื้นที่สูงแห่งนี้เผชิญข้อจำกัดทั้งด้านภูมิศาสตร์ การเข้าถึงตลาด และต้นทุนโลจิสติกส์ การรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนจึงไม่ได้มีความหมายเฉพาะในด้านรายได้ แต่ยังเป็นกลไกในการสะสมความรู้ สร้างเครือข่าย ลดความเปราะบาง และรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคะฉิ่นสุดใจเป็นกรณีศึกษาที่สะท้อนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลผลิตท้องถิ่นภายใต้การสนับสนุนของโครงการหลวง

งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของกรอบการประเมิน ในการศึกษานวัตกรรมชนบท เกษตรเพื่อสังคม และวิสาหกิจชุมชน อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์มีความไวต่อการกำหนดขอบเขต การเลือกตัวแทนทางการเงิน และสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยลดทอน (Courtney & Powell, 2020; Kim & Ji, 2020; Tulla et al., 2020) สำหรับประเทศไทย งานวิจัยด้านเกษตรอินทรีย์รายงานค่า SROI 1.45 ขณะที่โครงการอบรมการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนรายงานค่า 2.00 (นิติกร พงษ์ไพบูลย์ และ วิสาขา ภู่จินดา, 2562; สุขสงวนและคณะ, 2568) อย่างไรก็ตาม หลักฐานเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง ซึ่งทุนวัฒนธรรมเป็นทั้งผลลัพธ์และทรัพยากรในการพัฒนา ยังมีอยู่อย่างจำกัด

ช่องว่างดังกล่าวนำไปสู่คำถามว่า การลงทุนเพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนคะฉิ่นสร้างผลลัพธ์สุทธิที่มีมูลค่าเพียงใด และผลลัพธ์เหล่านั้นสะท้อนความสามารถในการพึ่งพาตนเองตามกรอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างไร งานวิจัยนี้จึงบูรณาการ SROI ซึ่งใช้วัดประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นเข้ากับกรอบ SEP ซึ่งใช้ตีความกลไกการตัดสินใจและความยั่งยืนในบริบทภูมิสังคม

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1) ประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ของโครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนคะฉิ่นสุดใจในพื้นที่บ้านใหม่สามัคคี จังหวัดเชียงใหม่

2) วิเคราะห์ความสอดคล้องของผลลัพธ์กับกรอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน เงื่อนไขความรู้ และเงื่อนไขคุณธรรม และเชื่อมโยงกับการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

แนวคิด SROI พัฒนาขึ้นจากความพยายามอธิบายคุณค่าจากการลงทุนในหลายมิติ นอกเหนือจากผลตอบแทนทางการเงิน (Emerson et al., 2000 132-173) ต่อมาแนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบและเป็นกระบวนการหกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดขอบเขตและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ การยืนยันผลลัพธ์และมูลค่า การกำหนดผลกระทบ การคำนวณ SROI ไปจนถึงการรายงานและนำผลไปใช้ประโยชน์ (Nicholls et al., 2012) แนวคิดที่สำคัญคือการวัดการเปลี่ยนแปลงจากมุมมองของผู้ได้รับผลกระทบ ผู้มีส่วนได้เสียโดยไม่กล่าวอ้างเกินจริง จึงต้องหักสิ่งที่จะเกิดขึ้นอยู่แล้ว (deadweight) ส่วนที่เกิดจากหน่วยงานอื่น (attribution) การเบียดแทนผลลัพธ์อื่น (displacement) และการลดลงของผลลัพธ์ตามเวลา (drop-off)

แม้ SROI จะช่วยให้ผลลัพธ์ที่ไม่มีราคาตลาดสื่อสารผ่านหน่วยวัดร่วมกันได้ แต่การเลือกตัวแทนทางการเงินมีความเป็นอัตวิสัย และอาจทำให้อัตราส่วนสูงเกินจริงหากกำหนดขอบเขตไม่ชัดเจน นับผลประโยชน์ซ้ำ หรือกำหนดสถานการณ์มูลฐานไว้ต่ำเกินไป (Arvidson et al., 2013; Millar & Hall, 2013) ดังนั้น ควรใช้อัตราส่วนควบคู่กับแผนที่ผลลัพธ์ แหล่งข้อมูล สมมติฐาน และการวิเคราะห์ความไว ไม่ควรใช้เป็นคะแนนจัดอันดับโครงการเพียงอย่างเดียว งานวิจัยในชนบทของยุโรปและด้านเกษตรเพื่อสังคมยังชี้ว่า SROI เหมาะสำหรับประเมินผลลัพธ์หลายระดับ ตั้งแต่ความสามารถของบุคคลและความสัมพันธ์ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ แต่จำเป็นต้องออกแบบตัวชี้วัดให้เหมาะกับบริบท (Courtney & Powell, 2020; Tulla et al., 2020)

สำหรับวิสาหกิจที่อาศัยทุนวัฒนธรรม คุณค่าเกิดขึ้นพร้อมกันทั้งในด้านรายได้ อัตลักษณ์ ความสัมพันธ์ และความชอบธรรมขององค์กร การศึกษาวิสาหกิจสังคมในภาควัฒนธรรมพบว่า อัตลักษณ์ทั้งในระดับบุคคลและส่วนรวมเชื่อมโยงกับความเป็นปึกแผ่นและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน (Iodice & Bifulco, 2025) ขณะที่การประเมินนโยบายวัฒนธรรมเตือนว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจอาจไม่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ทางวัฒนธรรมทั้งหมด (Yi et al., 2021, 416-432) การประเมินทุนวัฒนธรรมจึงควรแยกผลลัพธ์เชิงพาณิชย์ เช่น รายได้จากแบรนด์ ออกจากคุณค่าที่ไม่ควรกล่าวอ้างซ้ำ เช่น ความภาคภูมิใจและการสืบทอดภูมิปัญญา

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเสนอแนวทางการพัฒนาที่สมดุลผ่านความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกัน ภายใต้เงื่อนไขความรู้และคุณธรรม (Wongsawat, 2010) เมื่อนำมาใช้ร่วมกับ SROI กรอบ SEP ช่วยอธิบายว่าเหตุใดผลลัพธ์จึงเกิดขึ้นและมีแนวโน้มจะยั่งยืนเพียงใด ขณะที่ SROI ช่วยตรวจสอบขนาดและความคุ้มค่าของผลลัพธ์ งานวิจัยนี้จึงไม่ได้ใช้ SEP เพียงเพื่อรับรองผลในภายหลัง แต่ใช้เป็นกรอบจัด

หมวดหมู่กลไกการเปลี่ยนแปลง และใช้หลัก SROI ตรวจสอบความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต และผลลัพธ์

นอกจากนี้ งานวิจัยล่าสุดของ Sunkolkit and Srifaluean 2025 71-78) ได้เสนอแนวทางการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมสำหรับโครงการวิจัยมูลฐานของมหาวิทยาลัย โดยบูรณาการ Theory of Change, Logic Model, Impact Pathway และกรอบการประเมิน SROI เพื่อพัฒนาเครื่องมือประเมินที่สามารถสะท้อนคุณค่าของงานวิจัยได้อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งเสนอเครื่องมือคัดเลือกโครงการและแนวทางลดความเสี่ยงจากการนับผลลัพธ์ซ้ำ ซึ่งช่วยยกระดับความน่าเชื่อถือของการประเมินผลกระทบจากงานวิจัย (Sunkolkit & Srifaluean, 2025, 71-78).

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อประเมินผล โดยใช้ระเบียบวิธีแบบผสานวิธีเชิงสำรวจตามลำดับขั้น เริ่มจากการใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เส้นทางการเปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ที่มีสาระสำคัญ จากนั้นจึงใช้ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลบัญชีเพื่อตรวจสอบขนาดของการเปลี่ยนแปลงและตีมูลค่าผลลัพธ์ พื้นที่ศึกษา ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนคะฉิ่นสุดใจ บ้านใหม่สามัคคี ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว การประเมินดำเนินการในปีที่ 2 ของโครงการ โดยผสานผลการประเมินย้อนหลังกับการคาดการณ์ในช่วง 3 ปี

ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 21 คน คัดเลือกแบบเจาะจงตามเกณฑ์ 3 ประการ ได้แก่ (1) มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับกิจกรรมหรือทรัพยากรของโครงการ (2) ได้รับผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบที่อาจมีสาระสำคัญ และ (3) สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง สถานการณ์มูลฐาน และผู้มีส่วนร่วมอื่นได้ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลครอบคลุมผู้ผลิตและสมาชิกวิสาหกิจ ผู้บริโภคหรือครัวเรือนในพื้นที่ หน่วยงานรัฐและศูนย์พัฒนาโครงการหลวง ตลอดจนภาคีเครือข่ายหรือผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า การกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลพิจารณาจากความเกี่ยวข้องและสาระสำคัญของข้อมูลต่อผลลัพธ์ ไม่ได้มุ่งหมายให้เป็นตัวแทนเชิงสถิติ ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มจำนวน 12 คน ผู้นำชุมชนจำนวน 2 คน ตัวแทนหน่วยงานท้องถิ่นจำนวน 2 คน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่จำนวน 5 คน

เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกเส้นทางการเปลี่ยนแปลง และแบบบันทึกข้อมูลบัญชี การเก็บข้อมูลมุ่งตรวจสอบ (1) การเปลี่ยนแปลงก่อนและหลังโครงการ (2) ความสำคัญของผลลัพธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (3) สิ่งที่จะเกิดขึ้นหากไม่มีโครงการ (4) การสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น และ (5) หลักฐานหรือราคาที่ใช้เป็นตัวแทนมูลค่า ข้อมูลจากคำบอกเล่าได้รับการตรวจสอบความสอดคล้องกับบันทึกกิจกรรมและบัญชีรายรับ-รายจ่าย

การประเมิน SROI ดำเนินการ 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) กำหนดขอบเขตและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (2) สร้างแผนที่ผลกระทบ (3) ยืนยันผลลัพธ์ ตัวชี้วัด ระยะเวลา และตัวแทนทางการเงิน (4) กำหนดผลกระทบสุทธิโดย

พิจารณา deadweight, attribution, displacement และ drop-off (5) คำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราส่วน SROI และ (6) สังเคราะห์ผลและสื่อสารกับชุมชน เส้นทางการเปลี่ยนแปลงเริ่มจากงบประมาณ องค์ความรู้ และเครือข่ายสนับสนุน ซึ่งนำไปสู่การอบรม การวางแผนต้นทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้ทรัพยากรท้องถิ่น และการสื่อสารอัตลักษณ์ ก่อนก่อให้เกิดรายได้ส่วนเพิ่ม ความร่วมมือ การลดต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม และการธำรงทุนวัฒนธรรม

การคัดเลือกผลลัพธ์ใช้เกณฑ์ความมีสาระสำคัญ โดยพิจารณาขนาด ความสำคัญต่อผู้ได้รับผลกระทบ ระยะเวลา และความเสี่ยงต่อการนับซ้ำ ตัวแทนทางการเงินได้รับการคัดเลือกตามลำดับความเหมาะสม ได้แก่ ข้อมูลธุรกรรมจริง ราคาตลาด ต้นทุนที่หลีกเลี่ยงได้ ต้นทุนทดแทน และความเต็มใจจ่าย พร้อมบันทึกเหตุผลและข้อจำกัด มูลค่าความรู้ที่เป็นกลไกนำไปสู่รายได้ไม่นับซ้ำเป็นผลลัพธ์แยกจากรายได้ การอ้างมูลค่าทางสังคมจำกัดเฉพาะต้นทุนบริการหรือเครือข่ายที่ยังไม่รวมอยู่ในรายได้ ส่วนมูลค่าทางวัฒนธรรม 121,505 บาท คำนวณจากผลรวมของต้นทุนทดแทนในการจัดทำฐานข้อมูลและแบรนด์ กับความเต็มใจจ่ายรวมในส่วนที่ไม่ซ้ำกัน

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลกับผลลัพธ์ที่มีสาระสำคัญและกรอบ SEP ส่วนการวิเคราะห์เชิงปริมาณคำนวณมูลค่าผลลัพธ์สุทธิจากสูตร มูลค่ารวม × (1 - deadweight) × (1 - attribution) × (1 - displacement) จากนั้นปรับค่า drop-off ในแต่ละปีและคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบัน อัตราส่วน SROI คำนวณจากมูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์สุทธิหารด้วยมูลค่าการลงทุน การวิเคราะห์ความไวทำโดยปรับอัตราคิดลด ±2 จุดร้อยละ deadweight ±10 จุดร้อยละ และ attribution ±10 จุดร้อยละ สำหรับกรณีอัตราคิดลด กำหนดให้ผลประโยชน์กระจายเท่ากันในปีที่ 1-3 เนื่องจากไม่มีข้อมูลกระแสผลลัพธ์รายปี ผลที่ได้จึงเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ ไม่ใช่ช่วงความเชื่อมั่นทางสถิติ

ตารางที่ 1 แผนที่ผู้มีส่วนได้เสียและผลลัพธ์ (Stakeholder Outcome Map)

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	บทความความสัมพันธ์	ผลลัพธ์สำคัญ	หลักฐานที่ใช้
ผู้ผลิตและสมาชิกวิสาหกิจ	ดำเนินการผลิต แปรรูป บริหารต้นทุน และตัดสินใจร่วม	รายได้และทักษะบริหารเพิ่มขึ้น: ความเข้มแข็งของกลุ่ม	บัญชีกลุ่ม สัมภาษณ์สนทนากลุ่ม
ผู้บริโภค/ครัวเรือนในพื้นที่	ใช้ผลิตภัณฑ์และได้รับผลจากกิจกรรมในชุมชน	การเข้าถึงผลิตภัณฑ์และความสัมพันธ์ในชุมชน	แบบสอบถามและสัมภาษณ์
หน่วยงานรัฐ/ศูนย์พัฒนาโครงการหลวง	สนับสนุนความรู้ปัจจัยการผลิตและการประสานงาน	ประสิทธิผลของการสนับสนุนและศักยภาพพึ่งตนเอง	บันทึกกิจกรรมและสัมภาษณ์
ภาคีเครือข่าย/ห่วงโซ่คุณค่า	ให้คำปรึกษาเชื่อมตลาดหรือรับซื้อผลผลิต	เครือข่ายและโอกาสทางตลาด	สัมภาษณ์และหลักฐานกิจกรรม

ผลการวิจัย (Results)

แบบจำลองฐานใช้เงินลงทุนรวม 402,500 บาท ครอบคลุมระยะเวลา 3 ปี โดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ 3.5, deadweight ร้อยละ 10 และ attribution ร้อยละ 40 ส่วน displacement และ drop-off รายงานเป็นร้อยละ 0 ตามโครงสร้างของแบบจำลองเดิม มูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์สุทธิเท่ากับ 957,455 บาท จึงได้ SROI = 957,455 ÷ 402,500 = 2.38 กล่าวคือ ภายใต้ขอบเขตและสมมติฐานที่กำหนด การลงทุน **1** บาท สัมพันธ์กับคุณค่าทางสังคมที่ประเมินได้ 2.38 บาท

ผลลัพธ์ครอบคลุม 4 มิติ โดยมิติเศรษฐกิจมีสัดส่วนร้อยละ 54.44 ของมูลค่าผลลัพธ์ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ มิติสังคมร้อยละ 22.56 มิติวัฒนธรรมร้อยละ 12.69 และมิติสิ่งแวดล้อมร้อยละ 10.31 โครงสร้างดังกล่าวสะท้อนว่า รายได้ส่วนเพิ่มเป็นแหล่งมูลค่าหลัก ขณะที่ผลลัพธ์ด้านความร่วมมือ ทรัพยากร และอัตลักษณ์รวมกันมีสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของคุณค่าที่ประเมินได้

ตารางที่ 2 มูลค่าผลลัพธ์สุทธ์ การเชื่อมโยง SEP และ SDGs

มิติ	ผลลัพธ์/หลักฐาน	SEP และ SDGs	มูลค่า (บาท)
เศรษฐกิจ	รายได้ส่วนเพิ่มสุทธิจากบัญชีรายรับ-รายจ่าย	ความมีเหตุผล + เหตุผล SDG 1, 8	521,250
สังคม	การรวมกลุ่มและเครือข่าย; ไม่นับความรู้ที่ซ้ำกับรายได้	พอประมาณ + คุณธรรม; SDG 8, 17	216,000
สิ่งแวดล้อม	ต้นทุนที่ประหยัดจากการลดสารเคมีและใช้ทรัพยากรหมุนเวียน	พอประมาณ + คุณธรรม; SDG 12, 15	98,700
วัฒนธรรม	ต้นทุนทดแทนฐานข้อมูล/แบรนด์และความเต็มใจจ่ายที่ไม่ซ้ำกัน	พอประมาณ + คุณธรรม; SDG 11, 12	121,505
มูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์สุทธิ	หลังปัจจัยลดทอนและคิดลด	-	957,455
เงินลงทุน	งบประมาณโครงการ	-	402,500
SROI	957,455 ÷ 402,500	-	2.38

ตัวแทนทางการเงินได้รับการคัดเลือกให้สอดคล้องกับลักษณะของผลลัพธ์ มิติเศรษฐกิจใช้รายได้ส่วนเพิ่มสุทธิที่ตรวจสอบกับบัญชีของกลุ่ม มิติสังคมใช้ต้นทุนบริการหรือเครือข่ายที่หลีกเลี่ยงได้ เฉพาะส่วนที่ยังไม่สะท้อนอยู่ในรายได้ มิติสิ่งแวดล้อมใช้ต้นทุนที่ประหยัดได้จากการลดปัจจัยภายนอก ส่วนมิติวัฒนธรรมใช้ต้นทุนทดแทนในการจัดทำฐานข้อมูลและแบรนด์ ร่วมกับความเต็มใจจ่ายรวมในส่วนที่ไม่ซ้ำกัน การแยกเส้นทางผลลัพธ์ในลักษณะนี้ช่วยลดความเสี่ยงที่จะนับความรู้จากการอบรมซ้ำ ทั้งในฐานะผลลัพธ์ทางสังคมและกลไกสร้างรายได้

ผลการวิเคราะห์ความไวพบว่า เมื่อปรับ deadweight เป็นร้อยละ 0 และ 20 ค่า SROI เท่ากับ 2.64 และ 2.11 ตามลำดับ เมื่อปรับ attribution เป็นร้อยละ 30 และ 50 ค่า SROI เท่ากับ 2.78 และ 1.98 ตามลำดับ ส่วนการปรับอัตราคิดลดเป็นร้อยละ 1.5 และ 5.5 ภายใต้สมมติฐานว่าผลประโยชน์กระจายเท่ากันตลอด 3 ปี ให้ค่า SROI เท่ากับ 2.47 และ 2.29 ตามลำดับ แม้ค่าที่ได้ในทุกกรณีจะยังสูงกว่า 1 แต่ช่วง 1.98-2.78 สะท้อนความไม่แน่นอนของสมมติฐาน จึงไม่ควรตีความเป็นช่วงความเชื่อมั่นทางสถิติ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความไวของ SROI

กรณี	ค่าที่ใช้	มูลค่าผลลัพธ์สุทธิ (บาท)	SROI
แบบจำลองฐาน	r=3.5%, DW=10%, AT=40%	957,455	2.38
อัตราคิดลดต่ำ	r=1.5%*	995,240	2.47
อัตราคิดลดสูง	r=5.5%*	922,014	2.29
Deadweight ต่ำ	DW=0%	1,063,839	2.64
Deadweight สูง	DW=20%	851,071	2.11
Attribution ต่ำ	AT=30%	1,117,031	2.78
Attribution สูง	AT=50%	797,879	1.98

หมายเหตุ: r = อัตราคิดลด, DW = deadweight, AT = attribution; *กรณีอัตราคิดลดสมมติผลประโยชน์เท่ากันในปีที่ 1-3 เพราะไม่มีข้อมูลกระแสผลลัพธ์รายปี

เมื่อพิจารณาผ่านกรอบ SEP ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจสะท้อนความมีเหตุผลและเงื่อนไขความรู้จากการใช้ข้อมูลต้นทุน ผลลัพธ์ทางสังคมสะท้อนการมีภูมิคุ้มกันและคุณธรรมจากการตัดสินใจร่วมกัน ผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมสะท้อนความพอประมาณและความรับผิดชอบต่อธรรมชาติ ส่วนผลลัพธ์ทางวัฒนธรรมสะท้อนการต่อยอดอัตลักษณ์อย่างพอดีและมีส่วนร่วม ผลลัพธ์เหล่านี้จึงเชื่อมโยงกับ SDG 1, 8, 11, 12, 15 และ 17 ในเชิงตรรกะตามกิจกรรมและผลลัพธ์ของโครงการ ไม่ใช่การวัดตัวชี้วัด SDG ในระดับประเทศโดยตรง

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ค่า SROI 2.38 เกิดจากโครงสร้างผลลัพธ์ที่รายได้ส่วนเพิ่มมีสัดส่วนสูงสุดร้อยละ 54.44 ขณะที่การรวมกลุ่ม การใช้ทรัพยากร และทุนวัฒนธรรมช่วยเพิ่มคุณค่าที่ตลาดทั่วไปมักไม่สะท้อน ตัวเลขดังกล่าวอยู่ในช่วงเดียวกับผลการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาและนันทนาการชุมชน ซึ่งรายงานค่า 1.20-3.42 (Davies et al., 2021, 93-115) และสูงกว่าผลการศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์ในโครงการสามพรานโมเดลที่

รายงานค่า 1.45 รวมถึงโครงการอบรมวิสาหกิจชุมชนที่รายงานค่า 2.00 (นิติกร พงษ์ไพบูลย์ & วิสาขา ภู่จินดา, 2562; สุขสงวนและคณะ, 2568) อย่างไรก็ตาม ไม่ควรนำความแตกต่างของอัตราส่วนไปตีความโดยตรงว่าโครงการหนึ่งมีประสิทธิภาพเหนือกว่าอีกโครงการหนึ่ง เนื่องจากแต่ละโครงการมีขอบเขตระยะเวลา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และตัวแทนทางการเงินต่างกัน

ในเชิงกระบวนการ ผลการศึกษาสนับสนุนข้อเสนอที่ว่า SROI มีคุณค่าในฐานะเครื่องมือเรียนรู้และจัดการผลกระทบ ไม่ใช่เพียงสูตรคำนวณ (Millar & Hall, 2013, 923-941) การแยกความรู้ที่ได้รับจากการอบรมออกจากรายได้ส่วนเพิ่มเมื่อทั้งสองอยู่ในเส้นทางเดียวกัน ช่วยลดการนับซ้ำ (double counting) ขณะที่การรายงาน deadweight, attribution, displacement และ drop-off อย่างเปิดเผยช่วยให้ผู้อ่านเห็นขอบเขตของการกล่าวอ้าง ผลการทดสอบในช่วง 1.98-2.78 ยืนยันว่า ข้อสรุปเรื่องผลประโยชน์สูงกว่าเงินลงทุนยังคงสอดคล้องกันในทุกกรณีทดสอบ อย่างไรก็ตาม ความกว้างของช่วงดังกล่าวสะท้อนว่า ความแม่นยำของอัตราส่วนขึ้นอยู่กับคุณภาพของข้อมูลที่ใช้กำหนดปัจจัยลดทอน

มูลค่าทางวัฒนธรรม 121,505 บาท ควรตีความว่าเป็นตัวแทนของทรัพยากรที่ต้องใช้ในการจัดทำฐานข้อมูล ออกแบบแบรนด์ และธำรงภูมิปัญญา ไม่ใช่ราคาของอัตลักษณ์คะฉิ่นทั้งหมด งานวิจัยด้านวิสาหกิจวัฒนธรรมชี้ว่า อัตลักษณ์สามารถสร้างความเป็นปึกแผ่นและความเป็นอยู่ที่ดีควบคู่กับมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Iodice & Bifulco, 2025, 91-111) ขณะที่การประเมินเชิงนโยบายวัฒนธรรมอาจมีเป้าหมายที่มูลค่าตลาดไม่ครอบคลุม (Yi et al., 2021, 416-432) ดังนั้น การรายงานทั้งตัวเลขและคำอธิบายเชิงคุณภาพจึงเหมาะสมกว่าการสรุปผลด้วยมูลค่าตัวเงินเพียงอย่างเดียว

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Sunkolkit and Srifaluean (2025, 71-78). ซึ่งเสนอว่าคุณค่าของ SROI ไม่ได้อยู่ที่ค่าอัตราส่วนเพียงอย่างเดียว แต่ควรรายงานควบคู่กับ Impact Pathway เครื่องมือคัดเลือกผลลัพธ์ การวิเคราะห์ความไว และสมมติฐานในการคำนวณ เพื่อให้การตีความผลการประเมินสะท้อนความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น (Sunkolkit & Srifaluean, 2025, 71-78).

การใช้กรอบ SEP ช่วยให้เห็นกลไกความยั่งยืนที่อยู่เบื้องหลังผลลัพธ์ กล่าวคือ ความรู้ด้านบัญชีและต้นทุนสนับสนุนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นช่วยลดการพึ่งพาปัจจัยภายนอกอย่างพอประมาณ การรวมกลุ่มช่วยสร้างภูมิคุ้มกัน และการมีส่วนร่วมในการธำรงอัตลักษณ์สะท้อนเงื่อนไขคุณธรรม การบูรณาการกรอบทั้งสองจึงมีคุณูปการเชิงแนวคิด โดยใช้ SROI ตอบคำถามเกี่ยวกับขนาดของคุณค่า และใช้ SEP อธิบายคุณภาพของการตัดสินใจและความสามารถในการพึ่งพาตนเองในบริบทพื้นที่สูง

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเชิงตัวเลขพบว่า เงินลงทุน 402,500 บาท สัมพันธ์กับมูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์สุทธิ 957,455 บาท หรือ SROI เท่ากับ 2.38 ตลอดระยะเวลา 3 ปี ภายใต้อัตราคิดลดร้อยละ 3.5, deadweight ร้อยละ 10 และ attribution ร้อยละ 40 ผลการวิเคราะห์ความไวซึ่งให้ค่า SROI อยู่ในช่วง 1.98-2.78

สนับสนุนข้อสรุปว่า ผลประโยชน์สูงกว่าเงินลงทุนในทุกกรณีทดสอบ อย่างไรก็ตาม ควรรายงานอัตราส่วนพร้อมสมมติฐานที่ใช้เสมอ

ในด้านคุณค่าและบริบท โครงการสร้างผลลัพธ์ทั้งด้านรายได้ ความร่วมมือ การใช้ทรัพยากร และการธำรงอัตลักษณ์ ทุนวัฒนธรรมเป็นทั้งผลลัพธ์ที่ชุมชนให้ความสำคัญและทรัพยากรที่ใช้สร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ จึงช่วยให้วิสาหกิจรับมือกับข้อจำกัดด้านพื้นที่และตลาดได้ ทั้งนี้ ไม่ควรลดทอนคุณค่าดังกล่าวให้เหลือเพียงมูลค่า 121,505 บาท

ในด้านคุณูปการเชิงวิชาการและการนำไปใช้ งานวิจัยนี้ขยายการประยุกต์ใช้ SROI สู่บริบทของวิสาหกิจชุมชนชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง และเสนอให้อ่านผลร่วมกับกรอบ SEP ซึ่งประกอบด้วยสามองค์ประกอบและสองเงื่อนไข สำหรับการนำไปใช้ แผนที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เส้นทางการเปลี่ยนแปลง หลักการป้องกันการนับซ้ำ และการวิเคราะห์ความไว สามารถใช้เป็นแนวทางประเมินโครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอื่นได้

ในเชิงนโยบาย ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงควรจัดระบบข้อมูลฐานและผลลัพธ์รายปี รวมถึงบันทึกที่มาของการเลือกตัวแทนทางการเงิน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรสนับสนุนโครงสร้างตลาด ระบบโลจิสติกส์ และการจัดการทรัพยากรที่ช่วยลดต้นทุนของพื้นที่สูง วิสาหกิจชุมชนควรบันทึกบัญชีแยกตามกิจกรรม ติดตามผลลัพธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม และกำหนดสิทธิในการใช้ข้อมูลอัตลักษณ์ร่วมกัน ส่วนหน่วยงานผู้ให้ทุนควรพิจารณา SROI ควบคู่กับหลักฐานเชิงคุณภาพและความเสี่ยง ไม่ควรใช้อัตราส่วนเป็นเกณฑ์ตัดสินเพียงอย่างเดียว

เอกสารอ้างอิง (References)

Arvidson, M., Lyon, F., McKay, S., & Moro, D. (2013). Valuing the social? The nature and controversies of measuring social return on investment (SROI). *Voluntary Sector Review, 4*(1), 3-18. https://doi.org/10.1332/204080513X661554

Courtney, P., & Powell, J. (2020). Evaluating innovation in European rural development programmes: Application of the social return on investment (SROI) method. *Sustainability, 12*(7), 2657. https://doi.org/10.3390/su12072657

Davies, L. E., Taylor, P., Ramchandani, G., & Christy, E. (2021). Measuring the social return on investment of community sport and leisure facilities. *Managing Sport and Leisure, 26*(1-2), 93-115. https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1794938

Emerson, J., Wachowicz, J., & Chun, S. (2000). Social return on investment: Exploring aspects of value creation in the nonprofit sector. In *Social purpose enterprises and venture philanthropy in the new millennium* (Vol. 2, pp. 132-173). Roberts Enterprise Development Fund.

Highland Research and Development Institute. (2024). *Nong Khiew Royal Project*. https://www.hrdi.or.th/en/en-admin/public/images/WhereWeWork/TheRoyalProjectAreas/FILE-20240227-1528HXT4NNHLBAU3.pdf

Iodice, G., & Bifulco, F. (2025). Social entrepreneurship and value creation in the cultural sector: An empirical analysis using the multidimensional controlling model. Social Enterprise Journal, *21*(1), 91-111. https://doi.org/10.1108/SEJ-05-2024-0079

Kim, D.-J., & Ji, Y.-S. (2020). The evaluation model on an application of SROI for sustainable social enterprises. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 6*(1), 7. https://doi.org/10.3390/joitmc6010007

Millar, R., & Hall, K. (2013). Social return on investment (SROI) and performance measurement. *Public Management Review, 15*(6), 923-941. https://doi.org/10.1080/14719037.2012.698857

Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., & Goodspeed, T. (2012). *A guide to social return on investment*. The SROI Network.

Social Value International. (2022). *The principles of social value*. https://www.socialvalueint.org/principles

Sunkolkit, S., & Srifaluean, K. (2025). Guidelines for evaluating the economic and social returns of Fundamental Research Grant Projects, Fiscal Year 2025, Rajamangala University of Technology Lanna. *UBRU International Journal,* 5(3), 71–78. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ubruij/article/view/284019

Tulla, A. F., Vera, A., Guirado, C., & Valldeperas, N. (2020). The return on investment in social farming: A strategy for sustainable rural development in rural Catalonia. *Sustainability, 12*(11), 4632. https://doi.org/10.3390/su12114632

Yi, X., Throsby, D., & Gao, S. (2021). Cultural policy and investment in China: Do they realize the government's cultural objectives? *Journal of Policy Modeling, 43*(2), 416-432. https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2020.09.003

นิติกร พงษ์ไพบูลย์, & วิสาขา ภู่จินดา, ว. (2562). ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนทำเกษตรอินทรีย์ในโครงการสามพรานโมเดล. *Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts), 39*(4). XX https://doi.org/10.14456/sujthai.2019.38

สุขสงวน, ว., เย็นเยือก, ฉ., & ส่งสกุลวัฒนา, อ. (2568).
การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากโครงการอบรมการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อยกระดับวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปทุมธานี สู่ยุคปัญญาประดิษฐ์. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 15*(3-4), 4211-4224. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/article/view/281636

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

ตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้: กรณีศึกษาเมืองแห่งการเรียนรู้ในประเทศไทย

A Management Innovation Model for Urban Business Ecosystems through Knowledge Exchange Mechanisms: Evidence from Learning Cities in Thailand

ไพรพันธ์ ธนเลิศโศภิต, เผชิญวาส ศรีชัย*

Paipan Thanalerdsopit, Pachernwaat Srichai*

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
128 ถนนห้วยแก้ว ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย
Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai
128 Huay Kaew Road, Chang Phueak Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province 50300, Thailand

***รับบทความ**: 20 เมษายน 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 13 สิงหาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 28 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์กลไกการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของพื้นที่ต้นแบบเมืองแห่งการเรียนรู้ในประเทศไทย 2) พัฒนาตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และ 3) นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์และนโยบายสำหรับการยกระดับระบบนิเวศธุรกิจเมืองอย่างยั่งยืน การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 40 คน จาก 4 ภาคี ได้แก่ ภาครัฐหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา และชุมชน ในพื้นที่เมืองต้นแบบ 10 เมือง เมืองละ 4 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การสังเคราะห์เชิงองค์ความรู้ และการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ผลการวิจัยพบว่า เมืองแห่งการเรียนรู้ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานเชิงปัญญาในการขับเคลื่อนระบบนิเวศธุรกิจเมือง ผ่านกระบวนการสร้าง แบ่งปัน บูรณาการ และใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ของภาคีสี่ประสาน ตัวแบบนวัตกรรมการจัดการ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: pachernwaat@rmutl.ac.th

ที่พัฒนาขึ้น แสดงให้เห็นการเปลี่ยนผ่านจากการบริหารโครงการแบบแยกส่วนไปสู่การจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล องค์ความรู้ และเครือข่ายความร่วมมือ ผลลัพธ์เชิงประจักษ์ที่สำคัญ ได้แก่ การเกิดกลไกกลางระดับประเทศ การพัฒนาศูนย์ข้อมูลเมือง แพลตฟอร์มการเรียนรู้ ฐานข้อมูลความรู้และแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงหลักฐาน การยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการผ่านกลุ่มการเรียนรู้และการเกิดโมเดลธุรกิจใหม่ ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์และนโยบาย ได้แก่ การจัดตั้งหน่วยงานกลางและการพัฒนากฎหมายพื้นที่เรียนรู้ การบูรณาการระบบข้อมูลผ่านความร่วมมือแบบภาคีสี่ประสาน การพัฒนาแพลตฟอร์มที่เข้าถึงง่ายและการยกระดับทุนวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

คำสำคัญ

นวัตกรรมการจัดการ วิศวกรรมความรู้ การบริหารเมืองชาญฉลาด ระบบนิเวศธุรกิจเมือง เมืองแห่งการเรียนรู้

***Received**: April 20, 2026* ***Revised**: August 13, 2026* ***Accepted**: August 28,2026*

Abstract

This study aimed to: 1) analyze mechanisms for promoting urban business ecosystems through knowledge exchange processes in pilot learning cities in Thailand; 2) develop a management innovation model for urban business ecosystems through knowledge exchange mechanisms; and 3) propose strategic and policy recommendations for sustainably enhancing urban business ecosystems. A qualitative research methodology was employed. Data were collected from 40 key informants representing four stakeholder groups: government or local administrative organizations, business sectors, educational institutions, and communities across 10 pilot cities, with four informants from each city. Data were analyzed using content analysis, knowledge synthesis, and triangulation. The findings revealed that learning cities function as intellectual infrastructure for driving urban business ecosystems through the creation, sharing, integration, and utilization of knowledge among Quadruple Helix stakeholders. The developed management innovation model demonstrates a transition from fragmented project-based administration toward urban business ecosystem management driven by data, knowledge, and collaborative networks. Key empirical outcomes include the emergence of a national coordinating mechanism, the development of urban data hubs, learning platforms, knowledge databases, and policy decision-support dashboards for

evidence-based decision-making. The study also found that learning clusters contribute to enhancing entrepreneurial capabilities and fostering new business models. Strategic and policy recommendations include establishing a central coordinating agency, developing legal frameworks for urban learning spaces, integrating data systems through Quadruple Helix collaboration, creating accessible learning platforms, and upgrading cultural capital through digital technology.

Keywords

Management Innovation, Knowledge Engineering, Smart City Governance, Urban Business Ecosystem, Learning City

บทนำ (Introduction)

การเปลี่ยนผ่านของเศรษฐกิจโลกในศตวรรษที่ 21 ได้เคลื่อนตัวจากระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรม ทุนมนุษย์ และความสามารถในการเรียนรู้ขององค์กรและพื้นที่ (Florida, 2002, 12-25) ภายใต้บริบทดังกล่าว เมืองมิได้เป็นเพียงหน่วยทางภูมิศาสตร์หรือการปกครองอีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นหน่วยการแข่งขันเชิงกลยุทธ์ที่ต้องสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ผ่านการจัดการองค์ความรู้ เครือข่ายความร่วมมือ และโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา (Porter, 1998, 45-60; Komninos, 2015, 110-125) แนวคิดการแข่งขันเชิงพื้นที่จึงเน้นว่าศักยภาพของเมืองขึ้นอยู่กับความสามารถในการประสานทรัพยากร ความรู้ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าสู่ระบบนิเวศเศรษฐกิจที่มีพลวัต

ในประเทศไทย การขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้ (Learning City) ตามแนวทางของ UNESCO ได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องในฐานะเครื่องมือพัฒนาทุนมนุษย์และการเรียนรู้ตลอดชีวิต (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2017, 2-8) อย่างไรก็ตาม ภายใต้แรงกดดันของเศรษฐกิจดิจิทัลและการแข่งขันระดับภูมิภาค ประเด็นสำคัญไม่ได้อยู่ที่การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพียงอย่างเดียว แต่คือนวัตกรรมการจัดการที่จะเปลี่ยนกระบวนการเรียนรู้ให้กลายเป็นกลไกเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับระบบนิเวศธุรกิจเมืองและความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นรูปธรรม

แม้วรรณกรรมด้านเมืองแห่งการเรียนรู้และระบบนิเวศธุรกิจจะมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง แต่จากการทบทวนวรรณกรรมยังพบช่องว่างสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. ช่องว่างเชิงทฤษฎี พบว่างานศึกษาส่วนใหญ่มักเน้นผลลัพธ์ทางสังคมและการศึกษามากกว่าการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์และความสามารถเชิงพลวัตของเมือง (Teece, 2007, 1319-1350) อีกทั้งงานศึกษาจำนวนมากยังมุ่งอธิบายเมืองแห่งการเรียนรู้ในมิติการศึกษา การเรียนรู้ตลอด

ชีวิต หรือการพัฒนาสังคม มากกว่าการเชื่อมโยงเมืองแห่งการเรียนรู้กับทฤษฎีระบบนิเวศธุรกิจ นวัตกรรมการจัดการ และความสามารถเชิงพลวัตของเมืองอย่างเป็นระบบ

2. ช่องว่างเชิงระเบียบวิธี งานวิจัยที่ผ่านมาโดยมาก มักศึกษารายเมืองหรืออธิบายผลการดำเนินงานเชิงพรรณนา แต่ยังขาดการสังเคราะห์เชิงเปรียบเทียบข้ามเมือง และยังมีการใช้กรอบวิศวกรรมความรู้ เช่น การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และ CommonKADS อย่างจำกัดในการอธิบายกลไกการแปลงองค์ความรู้ไปสู่ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจหรือการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าได้อย่างไร Audretsch (2007, 65-70)

3. ช่องว่างเชิงนโยบายและการปฏิบัติ เมืองจำนวนมากยังเผชิญปัญหาการดำเนินงานแบบแยกส่วน การพัฒนาโครงการระยะสั้น การใช้ข้อมูลไม่ต่อเนื่อง และการขาดกลไกกลางที่สามารถเชื่อมโยงภาครัฐ มหาวิทยาลัย ภาคธุรกิจ และชุมชนให้ร่วมสร้างคุณค่าในระบบนิเวศธุรกิจเมืองได้อย่างยั่งยืน เพื่อเสนอเป็นโมเดลเชิงระบบในระดับชาติ (OECD, 2016, 12-20)

จากช่องว่างดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงตั้งคำถามหลักว่า กลไกเมืองแห่งการเรียนรู้และกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้สามารถยกระดับระบบนิเวศธุรกิจเมืองได้อย่างไร และสามารถพัฒนาเป็นตัวแบบนวัตกรรมการจัดการที่อธิบายการเปลี่ยนผ่านจากการบริหารโครงการแบบแยกส่วนไปสู่การจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล องค์ความรู้ และความร่วมมือได้อย่างไร การศึกษานี้คาดว่าจะสร้างคุณค่าใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านวิชาการ โดยการเชื่อมโยงแนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ เข้ากับระบบนิเวศธุรกิจและการกำกับดูแลเชิงความรู้ ด้านระเบียบวิธี โดยการประยุกต์ใช้การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และ CommonKADS เพื่อวิเคราะห์กลไกเชิงระบบของเมือง และด้านนโยบาย โดยการนำเสนอแนวทางการออกแบบกลไกการจัดการเมืองที่ช่วยแปลงทุนความรู้ ทุนวัฒนธรรม และทุนเครือข่ายให้เป็นขีดความสามารถทางเศรษฐกิจ ความยืดหยุ่น และความยั่งยืนของเศรษฐกิจท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อวิเคราะห์กลไกการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองของพื้นที่ต้นแบบเมืองแห่งการเรียนรู้ 10 เมืองในประเทศไทย
2. เพื่อพัฒนาตัวแบบนวัตกรรมการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้
3. เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์และนโยบายการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองแห่งการเรียนรู้

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

เพื่อให้เห็นถึงรากฐานทางทฤษฎีและนวัตกรรมการจัดการที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้สังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องออกเป็น 6 ส่วนหลัก ดังนี้

2.1 เมืองแห่งการเรียนรู้ในฐานะการกำกับดูแลเชิงความรู้ (Learning City as Knowledge-Based Governance)

แนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ได้พัฒนาจากการเป็นกรอบการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ไปสู่การเป็นกลไกเชิงสถาบันที่สนับสนุนการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนที่สามารถระดมทรัพยากรจากทุกภาคส่วน สร้างความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา ชุมชน และประชาชน ตลอดจนพัฒนาพื้นที่และระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างต่อเนื่อง (UNESCO Institute for Lifelong Learning [UIL], 2025) การประสานงานระหว่างหน่วยงาน และการใช้ข้อมูลอย่างมีความรับผิดชอบเพื่อสร้างประโยชน์สาธารณะ (OECD, 2023) จากเดิมที่เป็นเพียงผู้ดำเนินโครงการหรือผู้ให้บริการสาธารณะ ไปสู่การเป็นผู้จัดการความรู้ของเมืองและผู้ประสานเครือข่ายการเรียนรู้ ที่สามารถรวบรวม วิเคราะห์ และแปลงข้อมูล ประสบการณ์ ภูมิปัญญาจากพื้นที่ให้กลายเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเมือง แสดงให้เห็นว่ากระบวนการเรียนรู้ระหว่างเมืองช่วยให้แนวคิดนโยบาย และแนวปฏิบัติสามารถเดินทาง แลกเปลี่ยน และปรับใช้ตามบริบทของแต่ละเมืองได้

2.2 ระบบนิเวศธุรกิจและระบบนิเวศผู้ประกอบการ (Business and Entrepreneurial Ecosystem)

ระบบนิเวศผู้ประกอบการ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถเริ่มต้น พัฒนา และขยายธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ สถาบันและกติกาเชิงนโยบาย วัฒนธรรมการประกอบการ เครือข่ายผู้ประกอบการ ความรู้และทักษะแรงงาน แหล่งทุน ตลาด ที่ปรึกษา หน่วยบ่มเพาะธุรกิจ และกลไกเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา Wurth et al. (2022, 730-733) อธิบายว่า ระบบนิเวศผู้ประกอบการเป็นกรอบคิดที่เชื่อมโยงบริบทเชิงพื้นที่ โครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ และบทบาทของผู้ประกอบการเข้าด้วยกัน ดังนั้น การพัฒนาระบบนิเวศผู้ประกอบการในระดับเมืองจึงต้องให้ความสำคัญกับทั้งโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ กลไกสนับสนุนเชิงสถาบัน คุณภาพของเครือข่าย และวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการทดลอง การเรียนรู้ และการสร้างนวัตกรรม

2.3 ทฤษฎีเกลียวสัมพันธ์สี่ประสานและการกำกับดูแลเชิงเครือข่าย (Quadruple Helix and Network Governance)

ทฤษฎีเกลียวสัมพันธ์สี่ประสานเป็นกรอบแนวคิดที่อธิบายการร่วมสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านความสัมพันธ์ของภาคี 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ มหาวิทยาลัย ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนหรือภาคประชาสังคม แนวคิดนี้พัฒนาต่อยอดจากกรอบ Triple Helix ที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัย อุตสาหกรรม และภาครัฐ โดยเพิ่มบทบาทของภาคประชาชนเข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างนวัตกรรมและการกำหนดทิศทางการพัฒนา โดยอาศัยความต้องการ ประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะผู้ใช้ประโยชน์และผู้ร่วมสร้างคุณค่าของเมือง (Cai & Lattu, 2022, 259–263)

2.4 ความสามารถเชิงพลวัตระดับเมือง (City-Level Dynamic Capability)

ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) อธิบายความสามารถขององค์กรหรือระบบในการรับรู้ความเปลี่ยนแปลง ปรับตัว และจัดสรรทรัพยากรใหม่เพื่อรับมือกับสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน ส่งเสริมองค์กรภาครัฐและเมืองในการปรับเปลี่ยนกิจกรรม โครงสร้างการทำงาน และกลไกการประสานงาน เพื่อสร้างคุณค่าสาธารณะและตอบสนองต่อปัญหาเมืองที่ซับซ้อนมากขึ้น (Kattel et al., 2025, 8–9) รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนทรัพยากรหรือกิจวัตรการดำเนินงานเดิม ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

2.5 กรอบแนวคิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ (Knowledge Exchange Framework)

การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เป็นกระบวนการที่เน้นการสร้าง บูรณาการ ถ่ายทอด แปลความ และใช้ประโยชน์จากความรู้ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงงานวิจัย นโยบาย และการปฏิบัติ ในเชิงกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้มีลักษณะครอบคลุมตั้งแต่การสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การร่วมผลิตความรู้ การแปลความรู้ให้เหมาะกับผู้ใช้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้จริง (Zhang et al., 2022, 530–533)

2.6 CommonKADS และโครงสร้างองค์ความรู้เชิงระบบ (CommonKADS and Systemic Knowledge Structure)

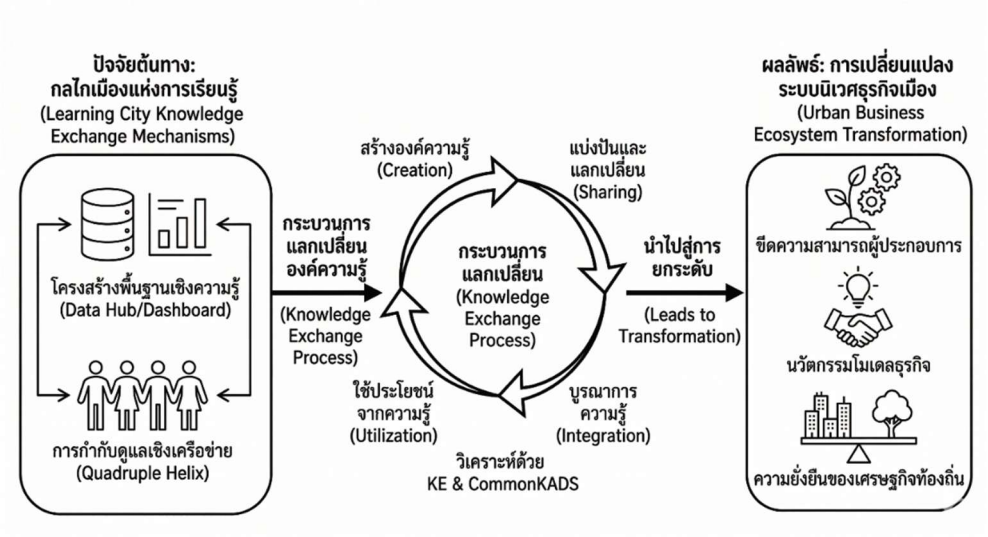
CommonKADS เป็นระเบียบวิธีด้านวิศวกรรมความรู้ที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้วิเคราะห์ ออกแบบ และจัดการระบบงานที่มีความเข้มข้นด้านความรู้ โดยมีแหล่งอ้างอิงต้นทางสำคัญจากงานของ Schreiber et al. (2000, 17-20) CommonKADS ใช้เพื่ออธิบายการขยายกรอบการวิเคราะห์ให้สอดคล้องกับบริบทการจัดการความรู้สมัยใหม่ ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่าง CommonKADS, ISO/IEC 5392:2024 และกราฟความรู้ (Knowledge Graph) สามารถอธิบายได้ว่าเป็นกรอบฐานในการวิเคราะห์ระบบความรู้ของเมือง ส่วนกราฟความรู้เป็นกรอบสมัยใหม่ที่ช่วยยืนยันหลักการของวิศวกรรมความรู้ในบริบทเทคโนโลยีร่วมสมัย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นกลไกสนับสนุนการจัดระบบข้อมูลเมืองบนฐานหลักฐานเชิงประจักษ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.7 การสังเคราะห์เชิงวิพากษ์ของกรอบแนวคิดและช่องว่างการวิจัย

แนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ ระบบนิเวศธุรกิจ ทฤษฎีเกลียวสัมพันธ์สี่ประสาน ความสามารถเชิงพลวัตระดับเมือง กรอบการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และ CommonKADS มิได้เป็นแนวคิดที่แยกขาดจากกัน แต่มีความสัมพันธ์เชิงกลไกในการอธิบายว่าเมือง สามารถเปลี่ยนการเรียนรู้และองค์ความรู้ให้กลายเป็นขีดความสามารถทางเศรษฐกิจได้ โดยเมืองแห่งการเรียนรู้ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานเชิงสถาบันที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการใช้ความรู้เพื่อพัฒนาเมือง ขณะที่ระบบนิเวศธุรกิจช่วยอธิบายว่าการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของเมืองเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นหลายฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ สถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจ และชุมชน

จากการสังเคราะห์เชิงวิพากษ์ดังกล่าว พบช่องว่างการวิจัย 3 ประการ คือ 1.ช่องว่างเชิงทฤษฎี ที่ยังขาดการเชื่อมโยงแนวคิดต่างๆ เข้าด้วยกันเพื่ออธิบายนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองอย่างเป็นระบบ 2.ช่องว่างเชิงระเบียบวิธี ที่งานศึกษายังขาดการใช้กรอบวิเคราะห์เชิงองค์ความรู้ เช่น การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และ CommonKADS เพื่อวิเคราะห์ว่าความรู้ถูกสร้าง ถ่ายทอด บูรณาการ และนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจเมืองอย่างไร 3.ช่องว่างเชิงนโยบายและการปฏิบัติที่เมืองจำนวนมากยังมีการดำเนินงานแบบแยกส่วน ขาดระบบข้อมูลกลาง ขาดกลไกเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ มหาวิทยาลัย ภาคธุรกิจ และชุมชน และยังไม่สามารถแปลงทุนความรู้ ทุนวัฒนธรรม และทุนเครือข่ายให้เป็นขีดความสามารถทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง

การทบทวนวรรณกรรมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่ศึกษา สามารถกำหนดเป็นกรอบกระบวนการวิจัยดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัย เสนอว่ากลไกเมืองแห่งการเรียนรู้ ทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการปรับโครงสร้างและยกระดับระบบนิเวศธุรกิจเมืองไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน มีความสัมพันธ์ของตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ กลไกเมืองแห่งการเรียนรู้ กลไกกลาง หรือ ตัวแปรส่งผ่าน ได้แก่กระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ นำไปสู่ผลลัพธ์หรือตัวแปรตาม ได้แก่การเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศธุรกิจเมือง โดยผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นจากการขับเคลื่อนกลไกการเรียนรู้ ครอบคลุม 3 มิติสำคัญ คือการยกระดับความสามารถผู้ประกอบการนวัตกรรมและโมเดลธุรกิจใหม่ และความยั่งยืนของเศรษฐกิจท้องถิ่น

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การศึกษานี้รวบรวมข้อมูลจากทั้งแหล่งข้อมูลทุติยภูมิและแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา วิเคราะห์กลไกการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของพื้นที่ต้นแบบเมืองแห่งการเรียนรู้ 10 เมืองในประเทศไทย เพื่อพัฒนาตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่บูรณาการกรอบแนวคิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และโครงสร้างองค์ความรู้เชิงระบบ และการนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์และนโยบายการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกเมืองแห่งการเรียนรู้

1.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้ให้ข้อมูลเมืองถูกคัดเลือกแบบเจาะจงตามบทบาท ประสบการณ์และความเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้ การจัดการองค์ความรู้ การพัฒนาผู้ประกอบการ การใช้ข้อมูลเมือง หรือการพัฒนาทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ 1.ผู้บริหารหรือบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีบทบาทเป็นผู้กำหนดยุทธศาสตร์เมือง ผู้อนุมัติงบประมาณ ผู้กำกับนโยบายเมืองแห่งการเรียนรู้ หรือผู้ขับเคลื่อน Data-driven governance 2. ผู้ประกอบการและผู้แทนภาคธุรกิจในพื้นที่ ที่มีบทบาทเป็นผู้ใช้ประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ผู้ร่วมออกแบบโครงการ (co-designer) ผู้ให้ข้อมูลตลาดแรงงาน-ความต้องการทักษะ หรือเป็นผู้มีบทบาทในคลัสเตอร์ธุรกิจ 3. ผู้แทนสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัย ที่มีบทบาทเป็นผู้พัฒนาองค์ความรู้ ผู้ออกแบบหลักสูตร Upskill-Reskill ผู้วิเคราะห์ข้อมูลหรือเป็นตัวกลางเชื่อมโยงองค์ความรู้ (Knowledge Broker) ที่ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงหรือผู้ให้คำปรึกษาในการดำเนินงาน 4. ผู้แทนภาคประชาชน ชุมชน เครือข่ายสังคมในพื้นที่ ที่มีบทบาทเป็นผู้ถือครององค์ความรู้ท้องถิ่น (knowledge holder) ผู้ร่วมสร้าง (co-creator) ผู้ใช้แพลตฟอร์มการเรียนรู้ (Learning Platform) หรือเป็นตัวแทนกลุ่มเปราะบาง หรือวิสาหกิจชุมชน โดยกำหนดประเภทละ 1 คน ต่อเมือง รวม 4 ประเภท จำนวน 10 เมือง รวมทั้งสิ้น 40 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่เมืองแห่งการเรียนรู้ต้นแบบจำนวน 10 เมือง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต ฉะเชิงเทรา หาดใหญ่ ยะลา สุโขทัย พะเยา ขอนแก่น และเชียงราย โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกเมืองต้นแบบ 10 เมือง ได้แก่ เป็นเมืองที่มีการขับเคลื่อนแนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม เป็นเมืองที่มีการดำเนินกิจกรรมหรือกลไกที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างภาคีในพื้นที่ เป็นเมืองที่มีตัวแทนภาคีหลักครบ 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษาและชุมชน เป็นเมืองที่มีบริบทหลากหลาย ทั้งเมืองมหานคร เมืองท่องเที่ยว เมืองเศรษฐกิจภูมิภาค เมืองวัฒนธรรม เมืองชายแดน และเมืองที่มีฐานชุมชนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นเมืองที่มีข้อมูล เอกสาร หลักฐานหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่สามารถนำมาวิเคราะห์ผ่านกรอบการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และ CommonKADS ได้

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ดำเนินการศึกษาในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2568 -มีนาคม พ.ศ. 2569

2. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษาหลายพื้นที่ร่วมกับการศึกษาการนำตัวแบบไปใช้เชิงปฏิบัติในพื้นที่ต้นแบบ โดยมุ่งวิเคราะห์กลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของเมืองแห่งการเรียนรู้ และสังเคราะห์เป็นตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมือง

2.1 เครื่องมือวิจัยและแนวคำถามสัมภาษณ์

การวิจัยภาคสนามประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง 2) แนวคำถามการสนทนากลุ่ม 3) แบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสาร และ 4) แบบฟอร์มวิเคราะห์การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ตามกรอบการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และ CommonKADS

ผู้วิจัยได้สร้างและตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบแนวคิดของการศึกษา ผลการตรวจสอบพบว่า ข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นจึงได้ปรับปรุงถ้อยคำและลำดับข้อคำถามตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปทดลองใช้กับผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 4 คน ผลการทดลองใช้พบว่าแบบสัมภาษณ์สามารถใช้เก็บข้อมูลได้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา และได้ปรับถ้อยคำบางข้อก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) และการสังเคราะห์เชิงองค์ความรู้ตามการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และ CommonKADS

3. การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้ได้รับการรับรองทางจริยธรรมจากคณะกรรมการจริยธรรม สำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา หนังสือรับรองเลขที่ RMUTL-IRB 117/2025 โดยไม่มีข้อมูลอ่อนไหวที่ต้องเปิดเผย และได้ดำเนินการภายใต้หลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิ ศักดิ์ศรี และความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่ม มีมาตรการการป้องกันผลกระทบด้านจริยธรรมที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอคำยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลทุกคนก่อนการให้ข้อมูล และข้อมูลที่ได้เก็บเป็นความลับเนื่องจากการนำเสนอผลการศึกษานำเสนอเป็นภาพรวม และไม่มีการอ้างอิงผลการวิจัยเป็นรายบุคคล

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Content Analysis) ร่วมกับการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) และดำเนินการสรุปข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาตามแนวทางของ Krippendorff (2019, 354-360) โดยสรุปขั้นตอนดังนี้ 1. จัดเตรียมข้อมูล 2. อ่านข้อมูลซ้ำและ

ทำความเข้าใจบริบท 3. กำหนดรหัสข้อมูลเบื้องต้น 4. จัดกลุ่มประเด็นและสังเคราะห์เนื้อหา 5. เปรียบเทียบข้อมูลข้ามแหล่งและข้ามเมือง 6. ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า 7. สรุปผลและเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิด

ผลการวิจัย (Results)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์กลไกการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของพื้นที่ต้นแบบเมืองแห่งการเรียนรู้ในประเทศไทย จำนวน 10 เมือง พบว่า

1.1. ผลการวิเคราะห์การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ใน 4 มิติ ได้แก่ การสร้างองค์ความรู้ การแบ่งปันองค์ความรู้ การบูรณาการองค์ความรู้ และการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

การสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Creation) เมืองต้นแบบเกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มหาวิทยาลัย และภาคธุรกิจ ซึ่งทำหน้าที่ร่วมกันในการพัฒนาแนวคิดและโครงการที่ตอบโจทย์การพัฒนาเศรษฐกิจของเมือง เมืองขนาดใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และขอนแก่น มีศักยภาพในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ผ่านเครือข่ายมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยที่เข้มแข็ง ขณะที่เมืองท่องเที่ยว เช่น ภูเก็ตและสุโขทัย มุ่งสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ส่วนเมืองขนาดเล็ก เช่น พะเยาและยะลา เน้นการสร้างองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและเครือข่ายชุมชน สะท้อนว่าการสร้างองค์ความรู้ในเมืองแห่งการเรียนรู้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงสถาบันการศึกษา แต่เกิดจากกระบวนการร่วมสร้างองค์ความรู้ (co-creation) ระหว่างภาคีในระบบเมือง

การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ (Knowledge Sharing) มีการพัฒนาเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทั้งในรูปแบบทางกายภาพและดิจิทัล เช่น เวทีประชุมเมืองแห่งการเรียนรู้ เครือข่ายผู้ประกอบการ และแพลตฟอร์มข้อมูลของเมือง เมืองที่มีโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลสูง เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ต สามารถใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการเผยแพร่ข้อมูลและประสานเครือข่ายความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เมืองขนาดเล็ก เช่น พะเยา สุโขทัย และยะลา มักใช้รูปแบบการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ผ่านเครือข่ายชุมชนและการประชุมเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ รูปแบบการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ดังกล่าวช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ แนวปฏิบัติที่ดี และข้อมูลด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาทักษะได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลต่อการสร้างความร่วมมือในระบบนิเวศธุรกิจของเมือง

การบูรณาการองค์ความรู้ (Knowledge Integration) มีการพัฒนาโครงสร้างการประสานงานเพื่อบูรณาการองค์ความรู้ เช่น คณะทำงานเมืองแห่งการเรียนรู้ ศูนย์ข้อมูลเมือง (City Data Hub) และแพลตฟอร์มข้อมูลที่ใช้สนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารเมือง กรุงเทพมหานคร ขอนแก่น และเชียงใหม่ สามารถบูรณาการข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น ข้อมูลเศรษฐกิจ ข้อมูลการศึกษา และข้อมูลตลาดแรงงาน เพื่อสนับสนุนการออกแบบนโยบายเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เมืองที่กำลังพัฒนาโครงสร้างข้อมูล เช่น ฉะเชิงเทรา หาดใหญ่ และเชียงราย อยู่ในช่วงของการสร้างระบบแพลตฟอร์มข้อมูล และเครือข่ายข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบูรณาการองค์ความรู้ในระดับเมือง

นายกเทศมนตรีเมืองต้นแบบแห่งหนึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการมีศูนย์ข้อมูลเมืองว่า *“เดิมข้อมูลของเมืองกระจัดกระจายอยู่ตามหน่วยงานต่าง ๆ แต่เมื่อมีศูนย์ข้อมูลเมือง ทำให้ทุกฝ่ายเห็นภาพเดียวกันและใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้ชัดเจนขึ้น”* คำกล่าวดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ศูนย์ข้อมูลเมืองมิได้เป็นเพียงระบบจัดเก็บข้อมูล แต่เป็นกลไกกลางในการบูรณาการองค์ความรู้ ทำให้ข้อมูล ประสบการณ์ และความรู้จากภาคีต่าง ๆ ถูกเชื่อมโยงเป็นฐานข้อมูลร่วมของเมือง และสามารถนำไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.1.4. การใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ (Knowledge Utilization)

การแลกเปลี่ยนและบูรณาการองค์ความรู้สามารถนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบายและการพัฒนาเศรษฐกิจเมืองอย่างเป็นรูปธรรม สรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์กลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของเมืองต้นแบบ 10 เมือง

เมือง	การสร้างองค์ความรู้	การแบ่งปันองค์ความรู้	การบูรณาการองค์ความรู้	การใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้
กรุงเทพมหานคร	ข้อมูลเมือง การเรียนรู้ตลอดชีวิต และนโยบายพื้นที่เรียนรู้	เวทีเมือง แพลตฟอร์ม และเครือข่ายภาคี	เชื่อมโยงข้อมูลเมืองกับนโยบายและการบริการสาธารณะ	พัฒนาพื้นที่เรียนรู้เมืองและระบบสนับสนุนการตัดสินใจ
เชียงใหม่	ความรู้ด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และชุมชน	เทศกาลการเรียนรู้ เครือข่ายมหาวิทยาลัย และชุมชน	เชื่อมทุนวัฒนธรรมกับข้อมูลเมืองและกิจกรรมเศรษฐกิจ	พัฒนาเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมและการเรียนรู้เชิงพื้นที่
ภูเก็ต	ความรู้ด้านการท่องเที่ยว การบริการ และทักษะผู้ประกอบการ	เวทีร่วมระหว่างเทศบาล ธุรกิจ มหาวิทยาลัย และชุมชน	บูรณาการข้อมูลการท่องเที่ยวกับหลักสูตรและกิจกรรมเมือง	พัฒนาโมเดลการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้
ฉะเชิงเทรา	ความรู้ด้านเกษตร อุตสาหกรรม และทักษะแรงงาน	เครือข่ายเกษตรกร สถานศึกษา และภาคอุตสาหกรรม	เชื่อมโยงองค์ความรู้เกษตรกับเทคโนโลยีการผลิต	พัฒนากลุ่มการเรียนรู้และเกษตรอัจฉริยะ
หาดใหญ่	ความรู้จากชุมชน เมืองชายแดน และเศรษฐกิจบริการ	กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคีเมือง	เชื่อมโยงความรู้ท้องถิ่นกับการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง	พัฒนาแนวทางเศรษฐกิจเมืองฐานชุมชนและบริการ
ยะลา	ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม และบริบทพหุวัฒนธรรม	เวทีชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วม	บูรณาการความรู้ชุมชนกับการเรียนรู้และการพัฒนาเมือง	เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนและการอยู่ร่วมกันในเมืองพหุวัฒนธรรม

สุโขทัย	ความรู้ด้านมรดกวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และภูมิปัญญาท้องถิ่น	เครือข่ายชุมชนวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว	เชื่อมโยงมรดกวัฒนธรรมกับกิจกรรมการเรียนรู้	พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้และเศรษฐกิจสร้างสรรค์
พะเยา	ความรู้ด้านเกษตร ทรัพยากรท้องถิ่น และภูมิปัญญาชุมชน	กลุ่มเกษตรกร สถาบันการศึกษา และชุมชน	เชื่อมองค์ความรู้เกษตรกับเทคโนโลยีและข้อมูล	พัฒนาเกษตรอัจฉริยะและโมเดลธุรกิจฐานชุมชน
ขอนแก่น	ข้อมูลเมือง สตาร์ทอัพ ทักษะแรงงาน และเศรษฐกิจดิจิทัล	เครือข่ายธุรกิจ มหาวิทยาลัย และภาครัฐ	บูรณาการข้อมูลตลาดแรงงานกับหลักสูตรและระบบเมือง	พัฒนาระบบนิเวศสตาร์ทอัพและแพลตฟอร์มเมืองอัจฉริยะ
เชียงราย	ความรู้ด้านวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ ศิลปะ และพื้นที่ชายแดน	เครือข่ายศิลปิน ชุมชน และเมืองสร้างสรรค์	เชื่อมทุนวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์	พัฒนากิจกรรมเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมและธุรกิจสร้างสรรค์

1.2. ผลการวิเคราะห์เชิงองค์ความรู้ด้วย CommonKADS

ผลการวิเคราะห์ CommonKADS สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ CommonKADS จำแนกตามแบบจำลองและตัวอย่างหลักฐานรายเมือง

แบบจำลอง CommonKADS	ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์	ตัวอย่างหลักฐานรายเมือง
แบบจำลององค์กร (Organizational Model: OM)	โครงสร้างองค์กรและกลไกการจัดการความรู้ของเมือง	เมืองแห่งการเรียนรู้มีการจัดตั้งโครงสร้างความร่วมมือเชิงเครือข่ายที่เชื่อมโยงหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจ และชุมชน โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมักทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการบริหารจัดการความรู้ของเมือง โครงสร้างดังกล่าวช่วยสร้างโครงสร้างพื้นฐานเชิงปัญญา ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง	**กรุงเทพมหานคร** มีโครงการห้องปฏิบัติการมีชีวิต (Living Lab) และห้องเรียนเมือง (Urban Classroom) เป็นพื้นที่ทดลองนโยบายและนวัตกรรมเมืองร่วมกับมหาวิทยาลัยและภาคประชาชน **เชียงใหม่** มีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ชุมชน และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ **ภูเก็ต** มีเทศบาลและหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานงานเครือข่ายการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวและบริการ
แบบจำลองงาน (Task Model: TM)	ภารกิจและกิจกรรมที่ใช้ความรู้ในการ	ภารกิจหลักของเมืองแห่งการเรียนรู้เกี่ยวข้องกับการใช้ความรู้เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเมือง	**ขอนแก่น** ใช้ข้อมูลเมืองและโครงการเมืองอัจฉริยะเพื่อพัฒนาธุรกิจเริ่มต้นและธุรกิจดิจิทัล **พะเยา** ใช้ศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน

	ขับเคลื่อนเมือง	และเศรษฐกิจท้องถิ่น ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเศรษฐกิจและตลาดแรงงาน การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการและแรงงาน การพัฒนาโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน	เป็นพื้นที่พัฒนาทักษะผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ชุมชน **สุโขทัย** ใช้ความรู้ด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้
แบบจำลองตัวแทนหรือผู้มีบทบาท (Agent Model: AM)	ผู้มีบทบาทในระบบการแลกเปลี่ยนความรู้	กลไกเมืองแห่งการเรียนรู้มีผู้มีบทบาทสำคัญ 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบาย เช่น เทศบาลและหน่วยงานรัฐ ผู้ให้ความรู้ เช่น มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย ผู้ประกอบการ เช่น SME และธุรกิจท้องถิ่น และชุมชนซึ่งเป็นผู้ถือครองภูมิปัญญาท้องถิ่น บทบาทของกลุ่มเหล่านี้สะท้อนกรอบความร่วมมือแบบภาคีสี่ประสาน	**เชียงราย** มีเครือข่ายชาติพันธุ์และผู้ประกอบการวัฒนธรรมที่ร่วมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ **ยะลา** มีชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจชายแดนและวัฒนธรรม **ภูเก็ต** มีภาคธุรกิจท่องเที่ยวทำหน้าที่ให้ข้อมูลตลาดและความต้องการของนักท่องเที่ยว
แบบจำลองความรู้ (Knowledge Model: KM)	โครงสร้างองค์ความรู้ของเมือง	องค์ความรู้ที่ใช้ในการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ประกอบด้วยความรู้เชิงนโยบาย ความรู้ทางเศรษฐกิจ และความรู้ท้องถิ่น โดยองค์ความรู้เหล่านี้ถูกจัดเก็บถ่ายทอด และเชื่อมโยงผ่านระบบข้อมูลเมือง ฐานข้อมูลองค์ความรู้ และแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายและการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง	**เชียงราย** พัฒนาระบบประตูสู่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ **กรุงเทพมหานคร** ใช้ระบบข้อมูลเมืองและแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเศรษฐกิจและการเรียนรู้ **ขอนแก่น** ใช้แพลตฟอร์มเมืองอัจฉริยะในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเมือง
แบบจำลองการสื่อสาร (Communication Model: CM)	ช่องทางการสื่อสารและแลกเปลี่ยนความรู้	การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในเมืองแห่งการเรียนรู้เกิดขึ้นผ่านช่องทางหลากหลาย เช่น เวทีประชุมเมืองแห่งการเรียนรู้ เครือข่ายผู้ประกอบการ แพลตฟอร์มดิจิทัล สื่อออนไลน์ และสื่อมัลติมีเดีย ช่องทางเหล่านี้	**เชียงใหม่** มีเวทีเครือข่ายผู้ประกอบการและชุมชนสร้างสรรค์ **ภูเก็ต** ใช้เครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวในการแลกเปลี่ยนข้อมูลตลาด **พะเยา** ใช้ศูนย์การเรียนรู้เมืองในชุมชนเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างประชาชน

		ช่วยให้ความรู้ไหลเวียนระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบเมือง	
แบบจำลองการออกแบบ (Design Model: DM)	การนำองค์ความรู้ไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง	เมืองแห่งการเรียนรู้สามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ในระดับปฏิบัติการผ่านโครงการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง เช่น เกษตรกรรมอัจฉริยะ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ และระบบนิเวศธุรกิจเริ่มต้น โครงการเหล่านี้สะท้อนความสามารถของเมืองในการแปลงองค์ความรู้ไปสู่นวัตกรรมเศรษฐกิจและธุรกิจของเมือง	**พะเยาและเชียงใหม่** นำแนวคิดเกษตรกรรมอัจฉริยะมาใช้ร่วมกับข้อมูลตลาดและเทคโนโลยี **เชียงรายและเชียงใหม่** เชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่นกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ **สุโขทัยและภูเก็ต** ใช้ความรู้ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ **ขอนแก่น** พัฒนาระบบนิเวศธุรกิจเริ่มต้นโดยใช้ข้อมูลและนวัตกรรมดิจิทัลสนับสนุนผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่บูรณาการกรอบแนวคิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และโครงสร้างองค์ความรู้เชิงระบบ พบว่า ก่อนการพัฒนาและบูรณาการตัวแบบนวัตกรรม ระบบนิเวศธุรกิจเมืองและกลไกการพัฒนาในพื้นที่ส่วนใหญ่มีลักษณะต่างคนต่างทำ (Siloed Approach) และเป็นการจัดการบนพื้นฐานของสัญชาตญาณหรือประสบการณ์ส่วนบุคคล (Intuition-based) ขาดการเชื่อมโยงข้อมูลที่เป็นระบบระหว่างหน่วยงานท้องถิ่น มหาวิทยาลัย และภาคธุรกิจ ส่งผลให้การพัฒนาทักษะแรงงานและการส่งเสริมผู้ประกอบการมักเป็นไปในรูปแบบการจัดกิจกรรมอบรมเป็นครั้งคราว (Event-based) ที่ไม่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานจริง ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นกระจัดกระจายขาดการจัดเก็บในรูปแบบดิจิทัลที่สามารถนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังขาดโครงสร้างพื้นฐานเชิงสถาบันที่จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการประสานผลประโยชน์และถ่ายเทองค์ความรู้ระหว่างกันในระยะยาว ทำให้การพัฒนาเมืองขาดความต่อเนื่องและไม่สามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองได้อย่างเต็มศักยภาพ

ภายหลังการบูรณาการตัวแบบนวัตกรรมฯ พบการเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นระบบนิเวศธุรกิจเมืองที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและโครงสร้างองค์ความรู้เชิงระบบ (Data-Driven & Systematic Ecosystem) อย่างชัดเจนใน 4 มิติหลัก เกิดผลลัพธ์เชิงประจักษ์ที่พบ (Empirical Outcomes) ดังนี้

2.1 มิติองค์กร

เกิดการจัดตั้งหน่วยประสานงานหรือกลไกกลางระดับประเทศ (National Level) ได้แก่ สถาบันความร่วมมือเพื่อการพัฒนาเมือง คำสั่งแต่งตั้งผู้อำนวยการอย่างเป็นทางการ โดยถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานเชิงสถาบันระดับชาติ ที่รองรับ 10 เมืองต้นแบบ

เกิดศูนย์ข้อมูลเมือง ระบบฐานข้อมูลระดับเมือง โดยพบว่า กรุงเทพมหานคร ได้พัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ของเมือง และใช้แนวทางห้องปฏิบัติการมีชีวิตและตัวแบบการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Living Lab & Participatory Model) มีระบบฐานข้อมูลกิจกรรมเมืองเรียนรู้ เชียงใหม่ได้พัฒนาแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายและฐานข้อมูลเมืองเรียนรู้ ขอนแก่นเกิด KK Smart Learning City และพัฒนาแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายสนับสนุนการตัดสินใจ พะเยาเกิด Phayao Learning Platform และพัฒนาฐานข้อมูลเกษตรและกลุ่มการเรียนรู้ (Learning Cluster) ฉะเชิงเทราได้พัฒนากลุ่มการเรียนรู้และฐานข้อมูลภาคเกษตรและอุตสาหกรรม ยะลาเกิด Yala Stories Database และเกิดฐานข้อมูลวัฒนธรรมและองค์ความรู้ท้องถิ่น และเชียงรายเกิด Chiang Rai Cultural Portal และระบบฐานข้อมูลวัฒนธรรมและชาติพันธุ์

เกิดระบบ Dashboard สนับสนุนการตัดสินใจ (Evidence-Based Governance) ได้แก่ เชียงใหม่มีแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายเพื่อวิเคราะห์กิจกรรมและผลกระทบ ขอนแก่นเกิด KK Smart Learning Dashboard กรุงเทพมหานครใช้ห้องปฏิบัติการมีชีวิตและระบบติดตามพื้นที่ต้นแบบ และพะเยาได้ใช้แพลตฟอร์มเชื่อมข้อมูลกลุ่มการเรียนรู้

2.2 มิติระบบนิเวศธุรกิจ

พบว่า กลไกเมืองแห่งการเรียนรู้ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงประจักษ์ด้านระบบนิเวศธุรกิจ (Urban Business Ecosystem Outcomes) จำแนกตามเมืองได้อย่างชัดเจน ดังนี้

การยกระดับความสามารถผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Capability) ได้แก่ เชียงใหม่ เกิดการจัดตั้งกลุ่มการเรียนรู้ ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และดิจิทัล เกิดการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการตลาดดิจิทัล และมีมหาวิทยาลัยร่วมออกแบบหลักสูตร Upskill/Reskill ให้ผู้ประกอบการ ผลเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้นคือผู้ประกอบการสามารถใช้เครื่องมือดิจิทัลวิเคราะห์ตลาดนักท่องเที่ยวและออกแบบสินค้าใหม่ได้ ขอนแก่นได้พัฒนา KK Smart Learning City และจัดอบรมผู้ประกอบการรายย่อยด้านการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลและเกิดการเชื่อมโยงมหาวิทยาลัย หอการค้าผู้ประกอบการท้องถิ่น เกิดผลเชิงประจักษ์คือผู้ประกอบการรายย่อยปรับระบบขายออนไลน์และใช้ข้อมูลตลาดวางแผนธุรกิจ พะเยาได้จัดตั้งกลุ่มการเรียนรู้ด้านเกษตรอัจฉริยะ และฝึกอบรมเกษตรกรใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลติดตามผลผลิต เกิดผลเชิงประจักษ์คือเกษตรกรสามารถวางแผนผลผลิตตามข้อมูลตลาด ลดความเสี่ยงด้านราคา ฉะเชิงเทราได้พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการเกษตร–อุตสาหกรรมแปรรูป และมีมหาวิทยาลัยร่วมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการท้องถิ่น เกิดผลเชิงประจักษ์คือเกิดเครือข่ายผู้ประกอบการรายย่อยที่ทำงานร่วมกับสถาบันการศึกษา

การพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ (Business Model Innovation) เกิด Smart Farming ได้แก่ พะเยาได้ใช้ข้อมูลตลาดและการผลิตและเชื่อมเกษตรเข้ากับการแปรรูปและตลาดออนไลน์ ขอนแก่นได้นำแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายดิจิทัลมาวิเคราะห์ห่วงโซ่ เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ เชียงรายได้พัฒนาพอร์ทัลการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และเกิดการเชื่อมทุนวัฒนธรรมกับแพลตฟอร์มดิจิทัล มีผลเชิงประจักษ์คือ

ผลิตภัณฑ์ชาติพันธุ์เข้าสู่ตลาดออนไลน์ ยะลาได้จัดทำ Yala Stories Database และนำทุนวัฒนธรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ เกิดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ได้แก่ เชียงใหม่ ได้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ และได้เชื่อมมหาวิทยาลัยเข้ากับชุมชนและธุรกิจท่องเที่ยว สุโขทัย ได้ใช้ทุนมรดกโลกพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ ภูเก็ตได้บูรณาการการท่องเที่ยวเข้ากับประสบการณ์ทางดิจิทัล และได้เชื่อมโยงคลัสเตอร์และห่วงโซ่มูลค่า คือ เชียงใหม่ได้เชื่อมโยงเกษตรอินทรีย์เข้ากับการแปรรูป ร้านอาหาร และการท่องเที่ยว โดยมีมหาวิทยาลัยทำหน้าที่วิจัยและพัฒนา พะเยาได้เชื่อมโยงการเกษตรอัจฉริยะ เข้ากับวิสาหกิจชุมชน และตลาดออนไลน์ ขอนแก่นได้เชื่อมโยงผู้ประกอบการรายย่อยเข้ากับมหาวิทยาลัย และกลุ่มธุรกิจ Startup ทางเทคโนโลยี และฉะเชิงเทราได้เชื่อมโยง ภาคเกษตรเข้ากับอุตสาหกรรมแปรรูปและกลุ่มโลจิสติกส์

2.3 มิติขีดความสามารถการแข่งขัน (Competitive Capacity Outcomes)

เกิดผลลัพธ์เชิงประจักษ์ด้านขีดความสามารถการแข่งขัน สามารถสรุปเชิงพื้นที่ได้ ดังนี้

การใช้เทคโนโลยีในการบริหารเมือง (AI & Big Data for Urban Governance) ได้แก่ ขอนแก่น เกิดลักษณะผลเชิงประจักษ์ได้แก่ การพัฒนา KK Smart Learning City Platform และแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายของเมือง เชียงใหม่เกิดการใช้แผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจและฐานข้อมูลเมืองติดตามกิจกรรมเทศกาลการเรียนรู้และโครงการพัฒนาทักษะ การเชื่อมข้อมูลการท่องเที่ยว เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และทักษะดิจิทัล กรุงเทพมหานครเกิดการใช้แนวคิดห้องปฏิบัติการมีชีวิตและการจัดทำงบประมาณแบบมีส่วนร่วม การใช้ข้อมูลชุมชนและข้อมูลประชากรวิเคราะห์ความต้องการการเรียนรู้ พะเยาและฉะเชิงเทราเกิดการใช้ฐานข้อมูลเกษตรและอุตสาหกรรมท้องถิ่น การพัฒนาการเกษตรอัจฉริยะและกลุ่มการเรียนรู้ ภูเก็ตเกิดการใช้ข้อมูลภาคธุรกิจและการท่องเที่ยว การเชื่อมโยง ธุรกิจ Startup กับระบบนิเวศเศรษฐกิจเมือง

การตัดสินใจเชิงนโยบายแบบ Evidence-Based Policy เมืองที่เห็นผลชัดเจน ได้แก่ ขอนแก่น เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พะเยา รูปธรรมที่พบ ได้แก่ การจัดสรรงบประมาณตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น การออกแบบโครงการพัฒนาทักษะแรงงานสอดคล้องกับตลาด การใช้แผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายเพื่อติดตามผลและประเมินความคุ้มค่า การลดการตัดสินใจแบบตามสัญชาตญาณ สู่การกำกับดูแลที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ผลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ขอนแก่น เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พะเยา และฉะเชิงเทรา เกิดโครงการพัฒนาทักษะแรงงานที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล การลงทุนด้านการฝึกอบรมมีความแม่นยำ เกิดความเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยาลัย ภาคธุรกิจ และองค์กร อปท. รวมทั้ง เมืองเปลี่ยนจากการจัดกิจกรรมไปสู่การบริหารระบบข้อมูลเชิงกลยุทธ์

2.4 มิติความยั่งยืนของเมือง (Sustainable Local Development Outcomes) เกิดผลลัพธ์เชิงประจักษ์ ดังนี้

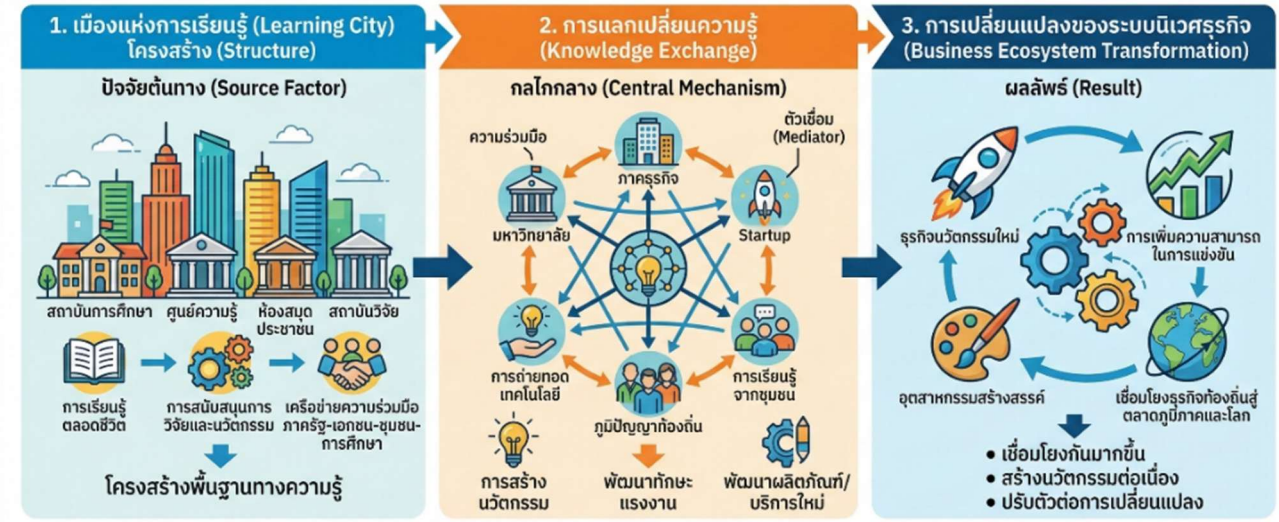
ผลลัพธ์ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development) ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เกิดการขยายพื้นที่เรียนรู้สาธารณะ การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในระดับ เชียงใหม่เกิดการจัดเทศกาลแห่ง

การเรียนรู้และพื้นที่การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ การเรียนรู้เชื่อมโยงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พะเยาเกิดการพัฒนาทักษะเกษตรกรผ่านเกษตรกรรมอัจฉริยะ การเรียนรู้เชิงเทคโนโลยีในชุมชน ยะลาเกิดการใช้เมืองแห่งการเรียนรู้เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งชุมชน การเปิดพื้นที่การเรียนรู้สำหรับเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง

ผลลัพธ์ด้านการเกิดคุณค่าร่วมของเมือง (Shared Value Creation) ได้แก่ ภูเก็ต เกิด ธุรกิจท่องเที่ยวร่วมออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ นโยบายพัฒนาเมืองเชื่อมเศรษฐกิจดิจิทัล ขอนแก่นเกิดภาคธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทศบาลทำงานแบบกรอบความร่วมมือแบบภาคีสี่ประสาน เกิดแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ใช้เป็นเครื่องมือร่วมกัน เชียงรายเกิดการเชื่อมทุนวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ชุมชนและผู้ประกอบการมีบทบาทร่วมกำหนดกิจกรรมเมือง

ผลลัพธ์ด้านความต่อเนื่องเชิงระบบ (System Continuity) โดยเมืองที่เห็นชัดเจน ได้แก่ ขอนแก่น เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต โดยสิ่งที่เกิดขึ้นคือ 1. เปลี่ยนแปลงจากการจัดกิจกรรมมาสู่การจัดการความรู้ หลังจากที่มีการเผยแพร่แนวคิด การพัฒนาแพลตฟอร์มและนำแนวคิดมาใช้ พบว่าเกิดศูนย์ข้อมูลเมือง มีแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายติดตามผล และมีคณะทำงานเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างเป็นทางการ และ 2. เกิดกลไกความร่วมมือระยะยาว โดยจัดตั้งคณะทำงานเมืองแห่งการเรียนรู้ มีเวที Academy & Forum ต่อเนื่อง และเกิดเครือข่ายถาวรระหว่าง อปท. มหาวิทยาลัย และภาคธุรกิจ ตัวอย่างชัดเจน คือ พื้นที่ อปท. ขอนแก่นมีหน่วยงานประสานงานกลาง อปท. เชียงใหม่ เกิด Learning Cluster ต่อเนื่อง และ อปท. ภูเก็ต เกิดการเชื่อม Startup กับนโยบายเมือง

โดยสามารถนำเสนอตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่บูรณาการกรอบแนวคิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และโครงสร้างองค์ความรู้เชิงระบบ ดังนี้



ภาพที่ 2 ตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่บูรณาการกรอบแนวคิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และโครงสร้างองค์ความรู้เชิงระบบ

โมเดลนี้เสนอว่า การพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้เป็นปัจจัยต้นทางที่สร้างสภาพแวดล้อมให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ และกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้นี้จะเป็นตัวกลางที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศธุรกิจเมือง และเมืองแห่งการเรียนรู้เป็นโครงสร้างนำไปสู่กระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้และการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศธุรกิจเป็นผลลัพธ์ โดยสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ดังนี้

1. Learning City (ปัจจัยต้นทาง) เมืองแห่งการเรียนรู้ (Learning City) มีการสร้างระบบสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต การสร้างองค์ความรู้ และการพัฒนาศักยภาพของประชาชนและองค์กรในเมือง องค์ประกอบสำคัญของเมืองแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ การมีสถาบันการศึกษาและศูนย์ความรู้ การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต การสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม การมีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ชุมชน และสถาบันการศึกษา เมื่อเมืองมีองค์ประกอบเหล่านี้จะทำให้เกิดโครงสร้างพื้นฐานทางความรู้ (knowledge infrastructure) ที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้

2. กระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ (กลไกกลางของโมเดล) องค์ความรู้ถูกสร้าง แบ่งปัน และนำไปใช้ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเมือง โดยกลไกเกิดขึ้นผ่านความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคธุรกิจ เครือข่ายผู้ประกอบการและ startup การวิจัยร่วมและการถ่ายทอดเทคโนโลยี และการเรียนรู้จากชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อม (mediating mechanism) ระหว่างโครงสร้างการเรียนรู้ของเมืองกับการพัฒนาเศรษฐกิจและธุรกิจ เมื่อการแลกเปลี่ยนความรู้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ การพัฒนาทักษะแรงงาน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่

3. การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศธุรกิจของเมือง หรือ Business Ecosystem Transformation (ผลลัพธ์ของโมเดล) ซึ่งประกอบด้วยเครือข่ายของผู้ประกอบการ ภาคธุรกิจ สถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา แลกเปลี่ยนความรู้เข้มแข็ง นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของระบบธุรกิจในหลายมิติ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศธุรกิจของเมืองจะมีลักษณะเชื่อมโยงกันมากขึ้น มีการสร้างนวัตกรรมต่อเนื่อง และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก

โมเดลนี้ช่วยอธิบายกลไกที่เชื่อมโยงระหว่างแนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้กับการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมามักศึกษาเมืองแห่งการเรียนรู้ในมิติของการศึกษาและการพัฒนาสังคม แต่อธิบายกลไกที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาระบบนิเวศธุรกิจของเมืองค่อนข้างจำกัด โมเดลนี้จึงเสนอว่ากระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้เป็นตัวแปรกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงเมืองแห่งการเรียนรู้กับการเปลี่ยนแปลงของระบบธุรกิจเมืองซึ่งสามารถใช้เป็นกรอบแนวคิดนี้ในการศึกษาการพัฒนาเมืองและนโยบายเศรษฐกิจเมืองในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์และนโยบายการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกเมืองแห่งการเรียนรู้

คณะผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์และนโยบายการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกเมืองแห่งการเรียนรู้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับมหภาค: นโยบายและโครงสร้าง (Macro Level Strategy) ระดับกลาง: การบริหารจัดการระบบนิเวศ (Meso Level Strategy) และ ระดับจุลภาค: การปฏิบัติการและนวัตกรรมพื้นที่ (Micro Level Strategy)

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

การอภิปรายผลการวิจัยนี้มุ่งเน้นการตีความเชิงกลไก เพื่อแสดงให้เห็นว่าเหตุใดเมืองแห่งการเรียนรู้และกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้จึงมีส่วนช่วยยกระดับระบบนิเวศธุรกิจเมืองให้มีความเข้มแข็งขึ้น

1. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 กลไกการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลไกเมืองแห่งการเรียนรู้ช่วยทำให้ระบบนิเวศธุรกิจเมืองเข้มแข็งขึ้น เนื่องจากการสร้างองค์ความรู้ การแบ่งปันองค์ความรู้ การบูรณาการองค์ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ทำให้ความรู้ที่เคยกระจัดกระจายอยู่ในหน่วยงานรัฐ มหาวิทยาลัย ภาคธุรกิจ และชุมชน สามารถไหลเวียนและถูกนำไปใช้ในการตัดสินใจและพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ชัดเจนขึ้น

กระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในฐานะฟันเฟืองขับเคลื่อนเศรษฐกิจ กลไกการขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้เป็นกระบวนการร่วมสร้างองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของภาคีเครือข่าย โดยเฉพาะในเมืองขนาดใหญ่อย่างกรุงเทพมหานคร และเชียงใหม่ ที่มีการใช้โครงสร้างพื้นฐานมาบูรณาการข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการความรู้สมัยใหม่ที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านจากความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลไปสู่ความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้งนำไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย (กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ, 2017, 87-91) นอกจากนี้ ในเมืองที่มีบริบททางวัฒนธรรมเข้มแข็ง เช่น สุโขทัย และเชียงราย พบว่ามีการใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นฐานในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในสถาบันการศึกษา แต่เป็นการดึงเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับเปลี่ยนเป็นโมเดลธุรกิจสร้างสรรค์ผ่านเวทีแลกเปลี่ยนทั้งในรูปแบบกายภาพและดิจิทัล ทำให้เกิดความต่อเนื่องเชิงระบบและลดช่องว่างในการเข้าถึงองค์ความรู้ของชุมชน

การวิเคราะห์ด้วย CommonKADS โครงสร้างพื้นฐานทางปัญญาของเมือง แสดงผลชัดเจนว่าระบบนิเวศธุรกิจเมืองมีความแข็งแกร่งขึ้นผ่าน Organizational Model (OM) ที่มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นแกนกลางประสานงาน และ Agent Model (AM) ที่สะท้อนกลไกความร่วมมือแบบ Quadruple Helix (รัฐ-มหาวิทยาลัย-ธุรกิจ-ชุมชน) อย่างเป็นรูปธรรม ตัวอย่างเช่นในขอนแก่นและภูเก็ต ที่ภาคธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลความต้องการตลาดเพื่อให้มหาวิทยาลัยนำไปพัฒนาหลักสูตร Upskill/Reskill (Task Model) เมืองที่สามารถแปลง Knowledge Model (KM) หรือโครงสร้างองค์ความรู้ให้กลายเป็น Design Model (DM) เช่น โครงการเกษตรกรรมอัจฉริยะ ในพะเยา หรือระบบนิเวศธุรกิจสตาร์ทอัพในขอนแก่น จะเป็นเมืองที่

มีความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจสูงกว่า เนื่องจากมีการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ ในการแก้ไขปัญหาจริงของพื้นที่

ผลการวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นถึงการยกระดับระบบนิเวศธุรกิจเมืองที่มีความเข้มแข็งและเป็นระบบมากขึ้น ในมิติของแบบจำลององค์กร พบว่าความสำเร็จของเมืองแห่งการเรียนรู้ขึ้นอยู่กับการวางบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เป็นแกนกลางในการประสานงาน (Knowledge Orchestrator) ซึ่งทำหน้าที่ลดช่องว่างของการสื่อสารและต้นทุนการประสานงานระหว่างภาคี (Adner, 2017, 39-58) สอดคล้องกับแบบจำลองตัวแทนที่สะท้อนกลไกความร่วมมือแบบเกลียวสัมพันธ์สี่ประสานได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการกำหนดบทบาทและหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐ มหาวิทยาลัย ภาคธุรกิจ และชุมชน ไว้อย่างชัดเจน ทำให้เกิดการไหลเวียนของทรัพยากรและความรู้อย่างต่อเนื่อง (Carayannis & Campbell, 2009, 201-234) ตัวอย่างที่เด่นชัดปรากฏในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นและภูเก็ต ซึ่งภาคธุรกิจทำหน้าที่เป็นตัวแทนหลักในกระบวนการให้ข้อมูลความต้องการของตลาดแรงงาน ส่งผลให้ภาคการศึกษาหรือมหาวิทยาลัยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาเป็นแบบจำลองงานในลักษณะของหลักสูตรการพัฒนาทักษะใหม่และการยกระดับทักษะเดิมที่ตอบโจทย์การจ้างงานจริง กระบวนการนี้ชี้ให้เห็นว่าการจัดการระบบนิเวศธุรกิจที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องเปลี่ยนผ่านจากแบบจำลองความรู้หรือการมีเพียงคลังข้อมูลดิบ ไปสู่แบบจำลองการออกแบบที่เป็นนวัตกรรมเชิงปฏิบัติ

การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวเห็นได้จากโครงการเกษตรอัจฉริยะในจังหวัดพะเยา หรือการสร้างระบบนิเวศสำหรับธุรกิจเริ่มต้นในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นการนำโครงสร้างองค์ความรู้เชิงระบบมาแก้ไขปัญหาจริงในพื้นที่ ส่งผลให้เมืองเหล่านี้มีความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจสูงกว่าเมืองที่เน้นเพียงการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบแยกส่วน เนื่องจากมีกระบวนการแปรเปลี่ยนทุนทางปัญญาให้กลายเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เป็นรูปธรรมและยั่งยืน (บุญฑวรรณ วิงวอน และ ชุติมันต์ สะสอง, 2016, 155-157)

เมื่อพิจารณาผ่านแบบจำลององค์กร ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จของเมืองแห่งการเรียนรู้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำหน้าที่เป็นผู้ประสานระบบนิเวศของหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่น ในทางบริหารธุรกิจ การประสานระบบนิเวศคือกระบวนการที่ตัวกลางเข้ามารวบรวมภาคีอิสระที่มีเป้าหมายต่างกันให้ทำงานร่วมกันเพื่อสร้างมูลค่าที่ไม่มีฝ่ายใดทำได้โดยลำพัง (Adner, 2017, 39-58) จากการศึกษาในพื้นที่ เช่น กรุงเทพมหานครและขอนแก่น การจัดการความรู้ผ่าน OM ได้เปลี่ยนบทบาทของเมืองจากการเป็นผู้คุมกฎไปสู่ผู้สร้างแพลตฟอร์มที่ลดต้นทุนการประสานงานระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม นวัตกรรมการจัดการในมิตินี้คือการสร้างกลไกการกำกับดูแลเชิงเครือข่ายที่มั่นคงพอที่จะสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจแต่ยืดหยุ่นพอที่จะรองรับพลวัตของตลาดแรงงานได้ ในส่วนของแบบจำลองการออกแบบ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นนัยสำคัญเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงโดยตรงกับความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจของเมือง การที่เมืองสามารถแปรเปลี่ยนโครงสร้างองค์ความรู้ไปสู่แบบจำลองการใช้งานจริง เช่น ระบบนิเวศสตาร์ทอัพ หรือการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ ถือเป็นการสร้างความสามารถเชิงพลวัตในระดับพื้นที่ ซึ่ง

ช่วยให้เมืองสามารถรับรู้โอกาสและปรับตัวได้ทันต่อวิกฤตเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น ในพื้นที่ภูเก็ตและพะเยา การนำ DM มาใช้ในการออกแบบโมเดลธุรกิจใหม่บนฐานทุนความรู้เดิม ไม่ได้เป็นเพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่เป็นการสร้างความสามารถในการปรับตัวเชิงโครงสร้างซึ่งเป็นหัวใจของความยืดหยุ่นทางเศรษกิจ เมืองที่มีกระบวนการ DM ที่ชัดเจนมีแนวโน้มจะฟื้นตัวจากความผันผวนได้รวดเร็วกว่า เนื่องจากมีระบบนิเวศที่เอื้อต่อการหมุนเวียนความรู้และการทดลองทางธุรกิจอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน (Helfat & Martin, 2015, 1281-1312)

2. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมือง

จากการศึกษาผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เรื่องการพัฒนาตัวแบบนวัตกรรมการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

การเปลี่ยนผ่านจากสภาวะแยกส่วนสู่ระบบนิเวศฐานข้อมูล สภาวะก่อนการใช้ตัวแบบนวัตกรรมฯ พื้นที่ต้นแบบส่วนใหญ่ประสบปัญหาการทำงานในลักษณะต่างคนต่างทำและบริหารจัดการบนพื้นฐานของสัญชาตญาณหรือประสบการณ์ส่วนบุคคล ภายหลังการบูรณาการตัวแบบนวัตกรรมฯ พบการเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นระบบนิเวศธุรกิจเมืองที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและโครงสร้างองค์ความรู้เชิงระบบ โดยมีการจัดตั้งหน่วยประสานงานและกลไกกลางระดับประเทศ สะท้อนถึงนวัตกรรมการจัดการที่เปลี่ยนบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจากการเป็นเพียงผู้ดำเนินโครงการไปสู่การเป็นผู้ประสานระบบนิเวศที่สามารถลดต้นทุนการประสานงานและเร่งการยอมรับนวัตกรรมในพื้นที่ได้ตามแนวคิดของ Adner (2017, 42-52)

การจัดการความรู้ในฐานะตัวกลางขับเคลื่อนระบบนิเวศธุรกิจ ตัวแบบนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นแสดงให้เห็นว่ากระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ทำหน้าที่เป็นกลไกกลางหรือตัวเชื่อมสำคัญระหว่างโครงสร้างการเรียนรู้ของเมืองกับการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศธุรกิจ ช่วยให้เมืองมีโครงสร้างพื้นฐานเชิงปัญญาที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นการนำทุนวัฒนธรรมและทุนภูมิปัญญามาต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างองค์ความรู้เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรม (Nonaka & Takeuchi, 1995, 62-73)

การยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้วยการตัดสินใจเชิงประจักษ์ นวัตกรรมการจัดการที่สำคัญคือการเปลี่ยนผ่านสู่การกำหนดนโยบายบนฐานข้อมูล โดยมีการนำเทคโนโลยีขั้นสูงอย่าง AI และข้อมูลขนาดใหญ่มาวิเคราะห์แนวโน้มทักษะที่ภาคอุตสาหกรรมต้องการ เหตุผลสำคัญที่สนับสนุนความสำเร็จนี้คือความสามารถในการรับรู้และประยุกต์ใช้ความรู้ภายนอกเพื่อสร้างนวัตกรรมที่ตรงจุด เปลี่ยนจากการจัดกิจกรรมไปสู่การบริหารจัดการระบบข้อมูลเชิงกลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน

ความยั่งยืนและการสร้างคุณค่าร่วมแบบสี่ประสาน ในมิติความยั่งยืนการใช้กลไกสี่ประสาน (Quadruple Helix) ระหว่างภาครัฐ มหาวิทยาลัย ธุรกิจ และชุมชน ช่วยให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วม สอดคล้องกับแนวคิดของ Porter และ Kramer (2011, 71-72) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเมืองแห่งการเรียนรู้เริ่มนำตรรกะทางธุรกิจ เช่น ROI และ SROI มาใช้ในการประเมินความคุ้มค่าของโครงการพัฒนาเมือง (เช่น ในภูเก็ต) ทำให้

ภาคธุรกิจและประชาชนมีบทบาทสำคัญในการออกแบบทิศทางการพัฒนาเมืองร่วมกัน ซึ่งช่วยให้กลไกการพัฒนาเมืองมีความยั่งยืนในระยะยาวแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายหรือบุคคล

ตัวแบบนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นช่วยเติมเต็มช่องว่างงานวิจัยโดยอธิบายว่ากระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้เป็นกลไกกลางที่แปรเปลี่ยนการเรียนรู้ให้กลายเป็นนวัตกรรมและขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เติบโตอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้

ผลการวิจัยสามารถอภิปรายเพื่อเชื่อมโยงกลับไปยังช่องว่างการวิจัยที่ตั้งไว้ในบทนำได้ 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 ช่องว่างเชิงทฤษฎี เดิมเมืองแห่งการเรียนรู้มักเน้นผลลัพธ์ด้านสังคม การศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต ไปสู่การอธิบายเมืองแห่งการเรียนรู้ในฐานะกลไกการจัดการระบบนิเวศธุรกิจเมือง แสดงให้เห็นว่าเมืองแห่งการเรียนรู้ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานเชิงปัญญา ที่ช่วยเชื่อมโยงความรู้ ข้อมูล ภาคี และทรัพยากรของเมืองเข้าสู่ระบบนิเวศเศรษฐกิจเดียวกัน ผลการวิจัยจึงช่วยเชื่อมแนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้เข้ากับทฤษฎีระบบนิเวศธุรกิจ ความสามารถเชิงพลวัตระดับเมือง และการกำกับดูแลเชิงความรู้อย่างเป็นระบบ ซึ่งตอบช่องว่างเชิงทฤษฎีที่ระบุไว้ในบทนำว่างานศึกษาที่ผ่านมายังเชื่อมโยง Learning City กับทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์และความสามารถเชิงพลวัตของเมืองไม่ชัดเจน

ประการที่ 2 ช่องว่างเชิงกลยุทธ์และกลไก การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้มิได้เป็นเพียงกิจกรรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างภาคี แต่เป็นกลไกกลางที่แปลงความรู้ไปสู่ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจของเมืองอย่างเป็นรูปธรรม การวิเคราะห์ผ่านกรอบการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ทำให้เห็นกระบวนการสร้าง แบ่งปัน บูรณาการและใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ ขณะที่กรอบ CommonKADS ช่วยอธิบายโครงสร้างของระบบความรู้ผ่านแบบจำลองต่าง ๆ ผลการวิจัยจึงแสดงให้เห็นกลไกที่ทำให้ความรู้สามารถเปลี่ยนผ่านไปสู่ศูนย์ข้อมูลเมือง แผงข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ กลุ่มการเรียนรู้ เกษตรอัจฉริยะ ระบบนิเวศธุรกิจเริ่มต้น และการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ ซึ่งตอบช่องว่างเดิมที่ยังขาดการอธิบายว่าองค์ความรู้แปรเปลี่ยนไปสู่โมเดลธุรกิจใหม่ การล้นไหลของความรู้สู่ผู้ประกอบการ และการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าได้อย่างไร

ประการที่ 3 ช่องว่างเชิงประจักษ์ การศึกษาในบริบทประเทศไทย โดยใช้กรณีศึกษาเมืองต้นแบบ 10 เมือง ทำให้สามารถเปรียบเทียบความแตกต่างของกลไกการจัดการความรู้ตามบริบทของเมืองแต่ละประเภทได้ ทั้งเมืองขนาดใหญ่ เมืองท่องเที่ยว เมืองวัฒนธรรม เมืองเกษตร เมืองชายแดน และเมืองเศรษฐกิจภูมิภาค ผลการวิจัยพบว่า เมืองขนาดใหญ่มีศักยภาพในการใช้ข้อมูลและเครือข่ายมหาวิทยาลัย เมืองท่องเที่ยวใช้ทุนวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนเมืองขนาดเล็กและเมืองเกษตรใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเครือข่ายชุมชนเป็นฐานความรู้สำคัญ ข้อค้นพบดังกล่าวช่วยยกระดับบทความจากการศึกษาเฉพาะกรณีไปสู่การสังเคราะห์ตัวแบบเชิงระบบในระดับประเทศ ซึ่งตอบช่องว่างเชิงประจักษ์ที่บทนำระบุว่ายังขาดการศึกษาเชิงเปรียบเทียบข้ามเมืองในบริบทประเทศไทย

3. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์และนโยบาย

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์และนโยบายการส่งเสริมระบบนิเวศธุรกิจเมืองผ่านกลไกเมืองแห่งการเรียนรู้ เป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย

3.1 ระดับนโยบายและโครงสร้าง (Macro Level Strategy) ได้แก่

การจัดตั้งสถาบันกลางเพื่อการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ (National Learning City Agency) ควรกำหนดเป็นนโยบายระดับชาติในการสร้าง โครงสร้างพื้นฐานเชิงสถาบัน เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการแบ่งปันทรัพยากร และมาตรฐานข้อมูล

การพัฒนากฎหมายและระเบียบที่เอื้อต่อการจัดหาพื้นที่เรียนรู้ (Urban Learning Space Legislation) โดยควรออกนโยบายจูงใจทางภาษีหรือมาตรการผังเมืองเพื่อเปลี่ยนพื้นที่รกร้างหรืออาคารสาธารณะให้เป็นห้องทดลองมีชีวิตหรือพื้นที่นวัตกรรม โดยให้ภาคธุรกิจสามารถเข้ามาร่วมลงทุนและบริหารจัดการในรูปแบบ PPP (Public-Private Partnership)

3.2. ระดับการบริหารจัดการระบบนิเวศ (Meso Level Strategy) ได้แก่

การบูรณาการข้อมูลเชิงประจักษ์ คือ เมืองควรพัฒนาแผงข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายที่เชื่อมโยงข้อมูล 3 ส่วนเข้าด้วยกัน คือ (1) ความต้องการทักษะของภาคธุรกิจ (2) หลักสูตรการพัฒนาของสถาบันการศึกษา และ (3) ข้อมูลกลุ่มประชากร เพื่อให้การจัดสรรงบประมาณการพัฒนาทักษะ (Upskill/Reskill) มีความแม่นยำ ไม่ซ้ำซ้อน และตอบโจทย์เศรษฐกิจจริง

การสร้างกลไกความร่วมมือแบบกรอบความร่วมมือแบบภาคีสี่ประสานอย่างถาวร โดยควรพัฒนาตัวแบบความร่วมมือที่ให้ภาคธุรกิจเป็นผู้นำในการกำหนดโจทย์ โดยมีมหาวิทยาลัยเป็นหน่วยวิจัยและพัฒนา (R&D) และท้องถิ่นเป็นผู้สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเปลี่ยนจากการจัดกิจกรรมแบบชั่วคราวไปสู่การสร้างกลุ่มการเรียนรู้ที่เติบโตตามอัตลักษณ์ของแต่ละเมือง เช่น คลัสเตอร์เกษตรอัจฉริยะ หรือคลัสเตอร์เศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.3. ระดับการปฏิบัติการและการเข้าถึง (Micro Level Strategy) ได้แก่

การพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้เข้าถึงง่าย โดยการขยายผลการใช้ศูนย์ข้อมูลเมือง และ พอร์ทอลวัฒนธรรมให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัย เยาวชน และกลุ่มเปราะบาง เพื่อลดช่องว่างทางดิจิทัลและสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ใหม่ผ่านระบบเศรษฐกิจดิจิทัลท้องถิ่น โดยกลไกดังกล่าวจะสำคัญในการทำให้ระบบนิเวศธุรกิจเมืองเข้มแข็งขึ้น และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างเป็นระบบ แนวคิดนี้สอดคล้องกับ OECD (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่า การกำกับดูลข้อมูลเมืองอัจฉริยะมีความสำคัญต่อการเชื่อมโยงข้อมูลจากหลายภาคส่วน การเพิ่มคุณภาพของการตัดสินใจและการสร้างประโยชน์สาธารณะจากข้อมูลเมือง

การยกระดับทุนวัฒนธรรมสู่โมเดลธุรกิจใหม่ โดยควรส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการออกแบบ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของชุมชน และเชื่อมโยงเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้อย่างเป็นระบบ

สรุป (Conclusion)

ผลการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับมหภาค: นโยบายและโครงสร้าง ควรผลักดันกลไกระดับชาติด้านเมืองแห่งการเรียนรู้และพัฒนากฎหมายหรือระเบียบที่เอื้อต่อการใช้เมืองเป็นพื้นที่เรียนรู้และทดลองนวัตกรรม โดยมีหน่วยงานระดับนโยบาย เช่น กระทรวงที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานด้านการศึกษา หน่วยงานด้านการพัฒนาเมือง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นผู้รับผิดชอบร่วมกัน ระดับกลาง: การบริหารจัดการระบบนิเวศ ควรพัฒนาศูนย์ข้อมูลเมือง แผงข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ และกลไกความร่วมมือแบบภาคีสี่ประสานระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจ และชุมชน โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มหาวิทยาลัย และภาคธุรกิจในพื้นที่เป็นผู้ดำเนินการหลัก และระดับจุลภาค: การปฏิบัติการและนวัตกรรมพื้นที่ ควรส่งเสริมแพลตฟอร์มการเรียนรู้ที่เข้าถึงได้จริง การยกระดับทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งการพัฒนากลุ่มการเรียนรู้ ผู้ประกอบการ และโมเดลธุรกิจใหม่ เช่น เกษตรอัจฉริยะและการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ โดยมีชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น สถาบันการศึกษา และหน่วยงานพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่เป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญ

อย่างไรก็ตาม การวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการ กล่าวคือ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษาในเมืองต้นแบบ 10 เมือง โดยใช้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 40 คน จึงอาจยังไม่ครอบคลุมความหลากหลายภายในเมืองทั้งหมด และไม่สามารถสรุปแทนเมืองทุกประเภทในประเทศไทยได้โดยตรง นอกจากนี้ ข้อมูลบางส่วนมาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการเมืองแห่งการเรียนรู้ จึงอาจมีอคติเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน อีกทั้งระยะเวลาในการติดตามผลหลังการเผยแพร่โมเดลและแนวคิดอย่างน้อย 90 วัน อาจสั้นเกินกว่าจะสรุปความยั่งยืนเชิงระบบของตัวแบบได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรพัฒนาแบบวัดความสามารถเชิงพลวัตระดับเมือง เปรียบเทียบเมืองที่เป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองแห่งการเรียนรู้ของ UNESCO กับเมืองที่ยังไม่ได้เข้าร่วม ติดตามผลระยะยาว และวิเคราะห์ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจของกลุ่มการเรียนรู้และโมเดลธุรกิจที่เกิดขึ้น เพื่อยืนยันความสามารถของกลไกเมืองแห่งการเรียนรู้ในการยกระดับระบบนิเวศธุรกิจเมืองอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ. (2017). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมOTOP 5 ดาว กรณีสินค้าเรือใบจำลอง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต*, *11*(3), 79–92. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/71082

บุญฑวรรณ วิงวอน และชุติมันต์ สะสอง. (2016). อิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ ทุนทางปัญญา และความร่วมมือของสมาชิกที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในภาคเหนือตอนบน1 ของประเทศไทย. *วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต*, *10*(4), 145–160. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/feu/article/view/55598

Adner, R. (2017). Ecosystem as structure: An actionable construct for strategy. *Journal of Management*, *43*(1), 39–58. https://doi.org/10.1177/0149206316678451

Audretsch, D. B. (2007). *The entrepreneurial society*. Oxford University Press.

Cai, Y., & Lattu, A. (2022). Triple Helix or Quadruple Helix: Which model of innovation to choose for empirical studies? *Minerva*, *60*, 257–280. https://doi.org/10.1007/s11024-021-09453-6

Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2009). “Mode 3” and “Quadruple Helix”: Toward a 21st century fractal innovation ecosystem. *International Journal of Technology Management*, *46*(3–4), 201–234. https://doi.org/10.1504/IJTM.2009.023374

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.

Helfat, C. E., & Martin, J. A. (2015). Dynamic managerial capabilities: Review and assessment of antecedent, outcomes, and mediators. Journal of Management, 41(5), 1281–1312. https://doi.org/10.1177/0149206314561301

International Organization for Standardization. (2024). *ISO/IEC 5392:2024: Information technology — Artificial intelligence — Reference architecture of knowledge engineering*. ISO. https://www.iso.org/standard/81228.html

Kattel, R., Mazzucato, M., Baafi, K., Fernandez-Monge, F., Goulden, A., Gronchi, I., Kalema, N. L., & Puttick, R. (2025). *Dynamic capabilities for transformative change in city governments* (IIPP Working Paper Series, No. 2025-03). UCL Institute for Innovation and Public Purpose. https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/10210996/

Komninos, N. (2015). *The age of intelligent cities: Smart environments and innovation-for-all strategies*. Routledge.

Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2016). *OECD skills strategy diagnostic report: Thailand*. OECD Publishing.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *Smart city data governance: Challenges and the way forward*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/e57ce301-en

Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, *89*(1–2), 62–77. https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=39071

Schreiber, G., Akkermans, H., Anjewierden, A., de Hoog, R., Shadbolt, N. R., Van de Velde, W., & Wielinga, B. (2000). *Knowledge engineering and management: The CommonKADS methodology*. MIT Press. https://doi.org/10.7551/mitpress/4073.001.0001

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of sustainable enterprise performance. *Strategic Management Journal*, *28*(13), 1319–1350.

UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2017). *Key features of learning cities*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000234104

UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2025). *UNESCO learning cities: Progress report 2022–2024: Highlighting local impact in lifelong learning*. UNESCO Institute for Lifelong Learning. https://www.uil.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2025/07/UNESCO%20Learning%20Cities%20Progress%20Report%202022-2024_0.pdf

Wurth, B., Stam, E., & Spigel, B. (2022). Toward an entrepreneurial ecosystem research program. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *46*(3), 729–778. https://doi.org/10.1177/1042258721998948

Zhang, J., Fedder, B., Wang, D., & Jennerjahn, T. C. (2022). A knowledge exchange framework to connect research, policy, and practice, developed through the example of the Chinese island of Hainan. *Environmental Science & Policy*, *136*, 530–541. https://doi.org/10.1016/j.envsci.2022.07.016

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

Textbooks as Cultural Resources: An Analysis of Cultural Representation in Thai Grade 7 English Textbooks

Phongsakorn Methitham[1*], **Apirat Techa**[2]

[1]*Department of English, Faculty of Humanities, Naresuan University*
99 Moo 9, Tha Pho Subdistrict, Mueang District, Phitsanulok 65000, Thailand

[2]*Foreign Languages Department, Kongkrailatwittaya School,*
147 Moo 4, Kraiklang Subdistrict, Kongkrailat District, Sukhothai 64170

Received: *January 13, 2026* ***Revised:*** *August 7, 2026* ***Accepted:*** *August 30, 2026*

Abstract (English)

This study analyzes the representation of cultural content in Ministry-certified Grade 7 English textbooks in Thailand and examines teachers' perceptions and classroom use of this cultural content. The study employed a qualitative research design with supplementary quantitative frequency counts. The sample consisted of six Ministry-certified Grade 7 English textbooks and five English teachers. Data were collected through qualitative content analysis of textbook texts and visuals, and semi-structured interviews with teachers. Cultural content was categorized into five categories: Source Culture, Target Culture, International Culture, Global Culture, and Interactional Culture, and analyzed using frequency counts and thematic analysis. Each textbook was analyzed individually, with 330 cultural items identified through systematic content analysis, followed by a comparison of overall trends across the six textbooks. Although the distribution of cultural categories varied among the textbook series, several common patterns emerged. Target culture (e.g., British and American contexts) was

* corresponding author

อีเมล: pongsakornm@nu.ac.th

generally the most prominent category, whereas Global Culture and especially Interactional Culture received comparatively limited attention. This pattern indicates a limited representation of diverse cultural perspectives and a concentration on native-speaker contexts. While some Thai culture was included, it was often presented superficially rather than as a basis for intercultural reflection. Interview findings showed that Thai cultural content supported student engagement, whereas the limited international perspectives reduced opportunities for broader intercultural exposure. The findings highlight the need for a more balanced integration of Source, Target, International, Global, and Interactional Cultures to better support the development of intercultural communicative competence among Thai learners.

Keywords (English)

Cultural representation, English language textbooks, Intercultural Communicative competence, English as an international language (EIL), Thai secondary education

Introduction

Language and culture are inseparable. In English Language Teaching (ELT), classrooms and textbooks not only build linguistic proficiency but also transmit cultural knowledge. Culture is therefore fundamental to ELT, shaping learners' communicative competence alongside vocabulary and grammar (Kramsch, 1993). Developing English proficiency requires engagement with cultural values and ideologies, as ELT inevitably conveys dominant beliefs that influence learners' worldview (Jindapitak & Boonsuk, 2018; Kramsch & Sullivan, 1996; Kubota, 1998; Phillipson, 1992).

The global spread of English has established it as a lingua franca, used primarily among speakers from diverse linguistic and cultural backgrounds. Marlina (2014, 1-19) estimates that around 80% of English interactions occur between non-native speakers. This expansion has raised concerns about the cultural consequences of English teaching worldwide (Lin, 2013; Pennycook, 1994; Phillipson, 1992; Tsui & Tollefson, 2007). In response, scholars advocate for an orientation toward English as an International Language (EIL), emphasizing diverse cultural perspectives and learners' own cultural backgrounds to promote intercultural competence (Alptekin, 2002; Matsuda & Friedrich, 2011; McKay, 2002; Sharifian, 2014).

In Thailand, English is taught as a foreign language and plays a central role in education policy. Textbooks certified by the Ministry of Education are widely used and serve as key vehicles for both language and cultural transmission. However, textbooks are not culturally neutral; they may reflect biases, perpetuate stereotypes, and reinforce what Pennycook (1994) terms linguistic imperialism. Previous studies have shown that Thai ELT materials often privilege Western perspectives while providing limited representation of local or global cultures (Methitham & Chamcharatsri, 2011; Thumvichit, 2018). This raises concerns about whether learners are adequately exposed to cultural diversity and opportunities for intercultural reflection. Accordingly, scholars suggest that textbooks should be "international and inclusive in scope" (Nault, 2008, 314) and incorporate a range of cultural categories, including source, target, international, and global cultures (Cortazzi & Jin, 1999; McKay, 2002; Matsuda & Friedrich, 2011). These considerations are particularly important at the beginning of secondary education, when learners are introduced to increasingly complex language and cultural content.

The Grade 7 level represents an important stage in English language education in Thailand because it marks students' transition from primary to lower secondary education. At this stage, learners encounter more complex language input, broader thematic content, and richer cultural references than in primary school. As Ministry-certified textbooks are often the principal teaching resources during this transition, the cultural perspectives they present may play a significant role in shaping learners' early intercultural awareness and attitudes toward English and its associated cultures.

Despite the educational significance of Grade 7 and the central role that textbooks play during this transitional stage, existing studies have largely focused on ELT materials at the secondary or higher education levels, with limited attention to Ministry-certified textbooks used specifically at the Grade 7 level. Furthermore, few studies have examined how teachers interpret and implement cultural content from these textbooks in classroom practice.

To address this gap, the present study aims to analyze the representation of cultural content in Ministry-certified Grade 7 English textbooks in Thailand and to examine how teachers perceive and use this content in their teaching. The study therefore seeks to provide a clearer understanding of cultural representation in Thai ELT materials and its implications for fostering intercultural communicative competence.

Objectives

1. To analyze the representation of cultural content in Ministry of Education–certified Grade 7 English textbooks in Thailand.

2. To examine teachers' perceptions and classroom use of cultural content in these textbooks to understand how such content is interpreted and implemented in classroom practice.

Review of Literature

Theoretical Perspectives on Culture in ELT

The role of culture in English Language Teaching (ELT) has long been acknowledged as inseparable from language learning. Kramsch (1993) argues that language embodies cultural meanings and ideologies, making cultural knowledge a fundamental aspect of communicative competence. Within ELT, textbooks serve as influential vehicles of cultural transmission, shaping learners' perceptions of both language and the world around them (Cortazzi & Jin, 1999, 196-219). From this perspective, cultural content can be classified into four types: source culture (the learners' own culture), target culture (Anglophone contexts), international target culture (other non-native contexts), and global culture (shared international themes). This framework has guided numerous studies of cultural representation in ELT materials worldwide.

In recent decades, the paradigm of English as an International Language (EIL) has reinforced the need for diverse and inclusive cultural representation. McKay (2002) and Matsuda and Friedrich (2011, 332-344) contend that ELT should not be confined to native-speaker norms but should instead reflect the global and intercultural realities of English use. Nault (2008, 314) likewise advocates for ELT materials to be "international and inclusive in scope" From this perspective, textbooks should not only expose learners to other cultures but also encourage reflection on their own cultural identities, thereby fostering intercultural sensitivity. These theoretical perspectives form a foundation for evaluating how ELT textbooks balance global, local, and intercultural dimensions of cultural content.

Cultural Representation in Global ELT Textbooks

Textbooks are a cornerstone of ELT, providing structured guidance for teachers and learners alike (Hutchinson & Torres, 1994, 315-328). Kumaravadivelu (2012, 9-27) notes that textbooks exert a "captivating influence" on classroom practices, with many teachers and learners relying so heavily on them that functioning without textbooks becomes difficult.

Yet textbooks are not neutral tools. As products of the global ELT industry, they often embed the cultural assumptions of their producers. Because English has historically been associated with Western nations that dominate the ELT market, commercial textbooks frequently reflect Western cultural values, beliefs, and attitudes (Holliday, 2005; Pennycook, 1994; Sharifian, 2014). Such materials may alienate non-Western learners by privileging Western perspectives while marginalizing alternative cultural voices.

Across diverse educational contexts, a consistent pattern emerges in the representation of culture within ELT textbooks. Studies conducted in countries such as Israel, Taiwan, Iran, Indonesia, Thailand, and Vietnam demonstrate a strong tendency to prioritize Anglophone cultures, often at the expense of local and international perspectives (Awayed-Bishara, 2015; Chao, 2011; Tajeddin & Teimournezhad, 2014; Setyono & Widodo, 2019; Kirana & Methitham, 2022; Jindapitak & Boonsuk, 2018; Nhan & Yutdhana, 2019). This dominance of Western cultural content is further reinforced in global ELT coursebooks, which frequently foreground British and American contexts while marginalizing learners' own cultural backgrounds and other varieties of English (Gray, 2010; Yuen, 2011). In addition, research indicates that cultural representation in these materials is often limited to surface-level elements, such as food, festivals, and famous landmarks, rather than deeper cultural practices and values (Aliakbari, 2005; Shin, Eslami, & Chen, 2011). Overall, these findings point to a tendency for ELT textbooks to present culture in a simplified and static manner, which may constrain opportunities for meaningful intercultural engagement.

Recent scholarship further reinforces these concerns by highlighting the persistence of ideological influences in ELT materials. Across different contexts, studies demonstrate that cultural representation in textbooks is not only imbalanced but also shaped by underlying assumptions about language ownership and identity. For example, research in Indonesia shows that locally produced textbooks may still reproduce native-speaker norms and Western-oriented perspectives, reflecting the continued influence of native-speakerism (Kirana &

Methitham, 2022; Widodo, 2016). Similarly, findings from Korea indicate that efforts to incorporate multicultural content often remain limited, with Western cultures continuing to dominate textbook representation (Song, 2013). These patterns indicate that simply increasing cultural diversity in content does not necessarily result in balanced representation, as deeper ideological influences continue to shape how culture is presented.

Cultural Content in Thai ELT Textbooks (2009–2023)

Within the Thai context, a similar pattern of cultural imbalance has been consistently identified in ELT textbooks. Existing studies indicate that these materials tend to privilege Western cultural perspectives while providing limited and often superficial representation of local and global cultures (Methitham, 2009; Thumvichit, 2018; Jindapitak & Boonsuk, 2018; Saemee & Nomnian, 2021). This imbalance reflects a broader tendency to position Anglophone cultures as dominant reference points for English learning, while Thai cultural content, when included, is frequently presented at a surface level without encouraging deeper intercultural reflection. This suggests that ELT textbooks in Thailand have yet to fully align with intercultural and EIL-oriented approaches that emphasize balanced and meaningful cultural representation.

Recent studies continue this critique. For example, Rattanawong and Thongrin (2023, 652–675) found that while Thai culture was present in Ministry-approved materials, the overall cultural orientation remained disproportionately Western. These findings suggest that despite the growing recognition of English as an International Language, ELT textbooks in Thailand still fall short of integrating multiple cultural perspectives in meaningful ways.

Identified Gaps and Rationale for the Study

Although prior studies have highlighted issues of cultural imbalance in Thai ELT textbooks, most have examined materials at the secondary or university level or have focused on multicultural contexts rather than the Ministry-certified textbooks used at the Grade 7 level nationwide. Furthermore, few studies have explored how teachers themselves interpret and adapt the cultural content of these textbooks in classroom practice.

Taken together, the reviewed literature demonstrates that English language textbooks serve as important cultural resources, shaping learners' intercultural awareness and communicative competence through the cultural content they present. Previous studies consistently report an imbalance in the distribution of cultural perspectives, particularly the

predominance of target culture over local, international, and global perspectives. However, limited attention has been paid to how these cultural perspectives are represented in the textbooks used at the beginning of secondary education and how teachers interpret and implement them in classroom practice.

To address these gaps, the present study investigates the representation of cultural content in Ministry-certified Grade 7 English textbooks and complements this analysis with teacher interviews. This dual approach provides a more comprehensive understanding of how cultural content is embedded in instructional materials and enacted in classroom practice, offering insights into its implications for developing learners' intercultural communicative competence.

Research Methodology

Research Design

This study adopted a qualitative research design with supplementary quantitative frequency counts. Textbook content was examined through qualitative content analysis to identify patterns of cultural representation, complemented by descriptive frequency counts. In addition, semi-structured interviews with teachers were carried out to explore how cultural content is interpreted and enacted in classroom practice. The study sample consisted of six Ministry-certified Grade 7 English textbooks and five English teachers who participated in the semi-structured interviews. To address the first research objective, the textbooks were analyzed using a qualitative content analysis based on an adapted analytical framework. To address the second research objective, semi-structured interviews were conducted to examine teachers' perceptions and classroom use of cultural content. The findings from the textbook analysis and teacher interviews were initially analyzed independently and then integrated during interpretation to identify areas of convergence and divergence.

Data Selection

The dataset comprised six Grade 7 textbooks officially approved by the Office of the Basic Education Commission (OBEC): Access 1 (2012), Aim High 1 (2011), New Frontiers 1 (2022), Spark 1 (2018), Sprint 1 (2017), and Project Explore 1 (2019). Textbooks were selected based on three criteria: (1) use at Grade 7 level, (2) official OBEC approval, and (3) assignment by the local school’s academic committee.

Grade 7 was chosen because it represents a transitional stage from primary to secondary education, when learners encounter more complex input and cultural references. For analysis, all reading passages, activities (tasks), and accompanying visuals were examined as units of analysis. A unit was identified as a "cultural item" when it contained explicit or implicit references to cultural practices, values, products, perspectives, or social contexts associated with a particular group or society.

Analytical Framework

Cultural content was coded using an adapted framework (Cortazzi & Jin, 1999; McKay, 2002; Matsuda & Friedrich, 2011; Nhan & Yutdhana, 2019), which classifies representations into five categories:

Source culture – learners' own culture (Thai).

Target culture – inner-circle English-speaking countries (U.S., U.K., Canada, Australia, New Zealand).

International target culture – other non-native English-speaking contexts, excluding Thailand and inner-circle.

Global culture – universal issues such as environment, gender equality, and global citizenship.

Interactional culture – content encouraging reflection and comparison across cultures.

The coding scheme was developed based on established frameworks in ELT research and reviewed for content validity by experts in language education.

Procedures for Analysis

Analysis proceeded in three stages:

1. Identification and coding of all cultural items appearing in textbook passages, dialogues, activities, and visuals. Each identifiable cultural reference was treated as one unit of analysis and coded according to the analytical framework.
2. Quantification of occurrences in each category across textbooks.
3. Interpretation of qualitative patterns, in which the coded cultural items were examined to identify recurring themes and patterns of cultural representation, including the prominence of particular cultural perspectives and opportunities for intercultural learning.

Frequency counts and percentages were used to describe the distribution of cultural categories across the selected textbooks. The quantitative data served a descriptive purpose and were interpreted alongside the qualitative content analysis rather than used for inferential statistical testing.

To enhance reliability, a subset of the data was independently coded and cross-checked, and discrepancies were resolved through discussion.

Teacher Interviews

To complement the textbook analysis, semi-structured interviews were conducted with five English teachers selected through purposive sampling. Participants were chosen because they had experience teaching Grade 7 English and using one or more of the Ministry-certified textbooks included in this study. Collectively, they represented classroom experience across all six textbooks analyzed, enabling them to provide informed perspectives on both the cultural content of the textbooks and its implementation in classroom practice. Their teaching experience ranged from 8 to 20 years, and each had experience using the selected textbooks in classroom instruction.

Participant	Teaching Experience	Grade Taught	Textbook(s) Used
T1	15 years	Grade 7	Access 1
T2	12 years	Grade 7	Aim High 1
T3	8 years	Grade 7	Spark 1
T4	20 years	Grade 7	New Frontiers 1
T5	10 years	Grade 7	Sprint 1

The sample size is considered appropriate for qualitative inquiry, where depth of insight is prioritized over breadth, and aligns with established practices in qualitative research that emphasize information-rich cases (Creswell, 2013; Patton, 2002).

Interviews explored teachers' (1) perceptions of cultural content, (2) strategies for adapting or supplementing textbook materials, (3) incorporation of local and intercultural perspectives into classroom instruction, and (4) challenges encountered in teaching cultural elements. All interviews were audio-recorded, transcribed verbatim, and analyzed thematically.

Research Instruments

The study employed two main research instruments: (1) a content analysis coding framework and (2) a semi-structured interview protocol. The coding framework was adapted from established models in ELT research and refined to suit the context of Thai textbooks. The interview protocol was designed to elicit teachers' perceptions and practices related to cultural content. Both instruments were reviewed to ensure clarity, relevance, and alignment with the research objectives.

Trustworthiness

To enhance the trustworthiness of the findings, several strategies were employed throughout the study. First, cross-checking was conducted during the coding process. A subset of the textbook data was independently reviewed and compared to ensure consistency in the identification and categorization of cultural items. Any discrepancies in coding were discussed until agreement was reached before the remaining data were analyzed.

Second, member checking was undertaken by returning the interview transcripts and summaries of the interpreted responses to the participating teachers. Participants were invited to verify the accuracy of the transcriptions and to clarify or elaborate on their responses where necessary. Their feedback was incorporated into the final dataset before thematic analysis was completed.

Finally, data triangulation was achieved by comparing the findings from the textbook content analysis with the themes emerging from the teacher interviews. This comparison enabled the researchers to examine the consistency of evidence across the two data sources and to develop a more comprehensive interpretation of cultural representation and classroom practice. Collectively, these procedures enhanced the credibility and trustworthiness of the research findings.

Research Results

Overview of Cultural Items by Textbook

The content analysis identified 330 cultural items across the six Grade 7 English textbooks. Each item was coded into one of five categories: Source, Target, International Target, Global, or Interactional culture. Cultural items included reading passages, exercises, tasks, and visuals that conveyed explicit or implicit cultural information.

Table 1. Frequency of Cultural Categories in Grade 7 Textbooks

Textbook	Source	Target	International	Global	Interactional	Total
Access 1	20	48	10	10	2	90
Aim High 1	26	6	22	2	2	58
New Frontiers 1	14	10	12	0	4	40
Spark 1	8	14	26	14	10	72
Sprint 1	0	14	8	2	0	24
Project Explore 1	14	18	6	8	0	46
Total	**82**	**110**	**84**	**36**	**18**	**330**

Table 1 presents the frequency of cultural categories identified across the six Grade 7 English textbooks. The counts include all reading passages, tasks, and visuals coded according to the analytical framework.

Although an overall pattern of cultural representation emerged across the six textbooks series, each demonstrated distinctive cultural profile. Access 1 contained the largest number of cultural items (90) and placed a strong emphasis on Target Culture, whereas Sprint 1 contained the fewest (24), with no representation of Source or Interactional Culture. Spark 1 demonstrated the strongest representation of International and Interactional Culture, providing the greatest diversity of cultural perspectives among the six textbooks. Project Explore 1 presented a relatively balanced distribution across several cultural categories, although Interactional Culture remained limited. These variations suggest that textbook selection should consider not only the quantity but also the diversity of cultural content in relation to learners' needs and instructional contexts.

Beyond differences in frequency, the textbooks also varied in the types of cultural content they emphasized, providing different opportunities for intercultural learning. Source Culture primarily focused on Thai festivals, traditions, and everyday life, whereas Target Culture predominantly featured British and American customs, festivals, lifestyles, and tourist attractions. International Culture introduced selected countries and cultures beyond the English-speaking world, while Global Culture mainly addressed universal issues such as environmental conservation, health, and sustainable living. Interactional Culture was comparatively limited and typically appeared in activities encouraging learners to compare Thai culture with those of other countries. These differences indicate that the textbooks vary

not only in the amount of cultural content they include but also in the kinds of intercultural learning opportunities they provide.

Having examined the distinctive characteristics of each textbook, the following analysis presents the overall distribution of cultural categories across the six textbook series.

Distribution of Cultural Categories

When aggregated across all six textbooks, the most frequently represented category was Target Culture (110 items, 33%), followed by International Target Culture (84 items, 25%) and Source Culture (82 items, 25%). Global Culture appeared less often (36 items, 11%), while Interactional Culture was the least frequent (18 items, 5%).

Figure 1. Proportion of Cultural Categories in Grade 7 Textbooks

Figure 1 illustrates the proportional distribution of cultural categories across all six textbooks (N = 330). Target Culture was most frequent, followed by International Target and Source Culture, while Global and Interactional Cultures were less common.

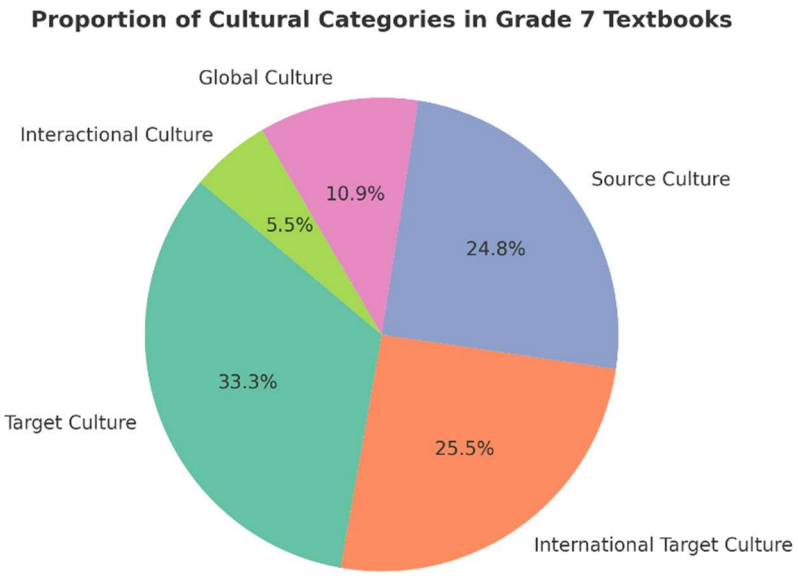


Figure 1 Proportion of Cultural Categories in Grade 7 Textbooks

These results suggest two key patterns. First, collectively, the six textbook series provide exposure to both Thai and Western cultures but offer comparatively limited coverage of international and global perspectives. Second, Interactional Culture—activities encouraging learners to reflect on and compare cultural similarities and differences—was especially scarce, limiting opportunities for intercultural reflection.

Teacher Interviews. To complement the textbook analysis, interviews were conducted with five teachers who had classroom experience with the selected textbooks. Three key themes emerged: perceptions of cultural content, classroom strategies, and challenges in implementation.

Perceptions of Cultural Content. Teachers generally viewed the inclusion of Thai cultural content positively due to its relevance and relatability. However, all five participants also noted the limited representation of broader international and global perspectives. As one teacher explained, *"My students enjoy the Thai stories, but they rarely see cultures from other Asian countries or Africa. This makes their picture of English-speaking communities too narrow."* These responses suggest that while local cultural content supports student engagement, it may also limit opportunities for learners to engage with a broader range of cultural perspectives.

Classroom Strategies. Three of the five teachers reported adapting textbook content by connecting Western cultural topics to local contexts or supplementing textbook materials with additional resources. For example, one teacher stated, *"When the book talks about Western festivals, I ask my students to compare them with Thai festivals like Loy Krathong."* These responses indicate that teachers play an active role in mediating cultural content and enriching students' intercultural understanding.

Challenges and Suggestions. Four of the five teachers identified several constraints affecting the integration of cultural content into classroom practice, including the limited balance of cultural representation, insufficient instructional guidance, and exam-oriented teaching pressures. As one teacher noted, "I often skip cultural sections because the exam system pushes me to focus on grammar and vocabulary." These findings indicate that structural constraints may reduce opportunities for meaningful cultural learning in English language classrooms.

Overall, the interview findings support the results of the textbook analysis. While Thai and Western cultures are relatively well represented, international and global perspectives remain limited. Although teachers attempt to address these gaps through adaptive strategies, institutional constraints reduce the extent to which intercultural learning can be fully implemented.

Discussion

Overview of Findings

The analysis of six Grade 7 ELT textbooks revealed that cultural categories were represented to varying degrees. As shown in Table 1 and Figure 1, Target Culture accounted for the largest proportion of cultural items (110 items, 33%), followed by International (25%) and Source Culture (25%), while Global (11%) and Interactional Culture (5%) were considerably less represented. Source Culture, particularly Thai Culture, and Target Culture, especially Anglophone contexts, were most frequently included. By contrast, international target and global cultures were underrepresented, and interactional culture appeared least often. From the perspective of cultural learning in ELT, this distribution reflects what Kramsch (1993) describes as the inseparability of language and culture, where cultural input shapes learners' communicative competence. However, the limited representation of diverse cultural perspectives suggests that learners may be exposed to a narrow range of cultural meanings and ideologies embedded in language use.

Teacher interviews reinforced these findings. Interview data indicated that teachers recognized the uneven distribution of cultural representation across the textbook series, particularly the limited inclusion of Global and Interactional Cultures. While teachers valued the inclusion of Thai content, they also noted the scarcity of global perspectives. Some attempted to contextualize foreign examples by linking them to Thai settings, while others minimized cultural discussions due to exam pressures. These findings align with the low proportion of Interactional Culture identified in Table 1 (5%), suggesting limited opportunities for structured intercultural engagement. This pattern highlights a gap between exposure to cultural content and the development of intercultural communicative competence, which, according to McKay (2002) and Matsuda and Friedrich (2011, 332-344), requires engagement with diverse cultural perspectives rather than reliance on a single cultural model.

Positioning the Findings within the Literature

These findings are consistent with prior research documenting cultural imbalance in ELT materials across Asia. A recurring theme is the disproportionate emphasis on target culture at the expense of global perspectives. For example, Setyono and Widdodo (2019) reported similar patterns in Indonesia textbooks, while Jindapitak and Boonsuk (2018, 265-277) and Saemee and Nomnian (2021, 107-120) observed that Thai textbooks rarely integrated

intercultural perspectives. The current findings, particularly the dominance of Target Culture (33%) and the limited presence of Global Culture (11%) shown in Figure 1, reinforce these earlier observations. This imbalance can be further understood through the framework of Cortazzi and Jin (1999), which emphasizes the importance of balancing source, target, and international cultures in ELT materials. The predominance of target culture in the present study suggests that this balance has not yet been achieved.

A representative Target Culture item identified through the systematic coding process was the reading passage "Shopping in London" in Access 1 (Unit 9, 88). The passage was coded as Target Culture because it focuses on everyday British shopping practices while providing limited opportunities for learners to compare these experiences with their own cultural context. Although it reflects authentic British culture, it may provide fewer opportunities for learners to relate the content to their own cultural experiences. This example is representative of the broader pattern observed in Access 1, where Target Culture accounted for the largest proportion of cultural items (Table 1), rather than serving as an isolated illustration. Such emphasis on Anglophone contexts aligns with what Phillipson (1992) describes as linguistic imperialism, where English language teaching may implicitly privilege the cultural norms of native-speaking countries. Similarly, Pennycook (1994) argues that ELT is not culturally neutral but embedded in broader social and ideological structures that shape how culture is represented and valued in textbooks.

Evidence from other Asian contexts supports these observations. In Indonesia, Kirana and Methitham (2022, 1-15) found Western dominance even in locally developed EFL textbooks, while Widodo (2016) noted limited balance between local and global content. Methitham (2009, 57-68) similarly showed that Thai textbooks often portray culture in narrow or stereotypical ways. The present findings extend this pattern by demonstrating that, despite the inclusion of Thai cultural elements (25%), these are often not accompanied by sufficient global or interactional perspectives. These findings highlight that the imbalance in Thai textbooks is not an isolated phenomenon but part of a broader trend shaped by native-speakerism (Holliday, 2005; Phillipson, 1992). This also suggests that while local cultural inclusion is present, it does not necessarily fulfill the call for "international and inclusive" materials proposed by Nault (2008, 314-328), as broader global perspectives remain limited.

Implications for Policy and Pedagogy

The findings carry implications for English education in Thailand at the policy, pedagogical, and curricular levels.

Policy. The persistent imbalance evidenced by the predominance of Target Culture and the limited representation of Global and Interactional Culture in Table 1 suggests that textbook committees should align textbook content more closely with the principles of English as an International Language (EIL). In particular, greater attention should be given to integrating global themes such as environmental sustainability, health, and global citizenship alongside Thai cultural content, as these themes support the broader educational goals of the Basic Education Core Curriculum. As argued by McKay (2002) and Sharifian (2014), EIL-oriented materials should represent diverse cultural contexts rather than be confined to native-speaker norms. Incorporating such perspectives would foster intercultural communicative competence and better prepare learners for communication in a globalized world.

Pedagogy. Teachers play a critical role in adapting textbooks to learners' realities. Interview findings indicate that teachers actively compensate for limitations in textbook content by localizing cultural examples, encouraging intercultural comparison, and supplementing lessons with additional resources. Taken together, the textbook analysis and interview findings suggest that the pedagogical value of the six textbook series varies according to their distinctive cultural profiles. For example, Spark 1, with its comparatively stronger representation of International, Global, and Interactional Culture, provides richer opportunities for intercultural comparison, discussion, and reflection. In contrast, textbooks containing fewer cultural items or more limited global perspectives may require teachers to supplement classroom instruction with additional materials and activities to achieve the intercultural learning outcomes expected by the curriculum. This mediating role reflects what Matsuda and Friedrich (2011, 332-344) describe as pedagogical flexibility in EIL contexts, where teachers adapt instructional materials to bridge the gap between global content and local relevance. Nevertheless, teachers reported that their efforts were often constrained by exam-oriented priorities and limited instructional guidance. Professional development should therefore equip teachers with practical strategies for critically engaging with textbook content and facilitating intercultural discussion in the classroom.

Curriculum. Integrating intercultural communicative competence (Byram, 1997) as an explicit curricular goal would shift English language learning beyond imitation of native-speaker

norms toward authentic cross-cultural communication. Given the limited representation of Interactional Culture (5%) identified in this study, curriculum design should place greater emphasis on learning activities that promote cultural comparison, critical reflection, and intercultural dialogue. Such an approach aligns with Kramsch's (1993) view of language learning as a process of cultural meaning-making, in which learners actively interpret and negotiate cultural differences. The differences identified across the six textbook series further suggest that textbook selection should be considered alongside curriculum implementation. Since schools typically adopt only one Ministry-certified textbook, variations in cultural content may influence learners' opportunities to engage with source, target, international, global, and interactional cultures. Consequently, schools and teachers should evaluate textbooks not only for their linguistic content but also for their capacity to support the intercultural learning outcomes emphasized in the Basic Education Core Curriculum.

In sum, although Ministry-certified Grade 7 English textbooks continue to reflect elements of native-speakerism, policy reform, teacher support, and curriculum innovation provide important opportunities to promote a more balanced and globally relevant approach to English language education.

Limitations

This study is limited by its focus on Ministry-certified Grade 7 English textbooks and a relatively small purposive sample of five English teachers. Although the interviews provided valuable insights into teachers' perceptions and classroom use of cultural content, the findings should be interpreted as illustrative rather than representative of all English teachers in Thailand. In addition, the study examined only the cultural content presented in Ministry-certified textbooks and did not include supplementary materials, workbooks, teacher-developed resources, or digital learning materials that may also contribute to learners' cultural experiences. Furthermore, the study focused on textbook content rather than how these materials were implemented in classroom practice. Future research could expand the scope to additional grade levels, include larger and more diverse groups of teachers and students, and incorporate classroom observations to explore how textbooks and supplementary materials are used to support intercultural learning in practice. Comparative studies of different textbook series across school contexts would also provide a broader understanding of how textbook selection influences opportunities for intercultural learning.

Conclusion

This study examined cultural content in six Ministry-certified Grade 7 English textbooks in Thailand and explored teachers' perceptions and classroom use of this cultural content. Although the six textbook series shared some common patterns of cultural representation, each demonstrated a distinctive cultural profile, differing in both the quantity and diversity of Source, Target, International, Global, and Interactional Cultures. Overall, the findings indicate that while Target Culture remained the most prominent across the textbook series, the representation of Global and particularly Interactional Culture was comparatively limited.

The teacher interviews complemented these findings by showing that teachers valued the inclusion of Thai cultural content and actively adapted textbook materials to promote intercultural learning. However, they also reported that limited global and interactional perspectives, together with exam-oriented priorities and limited instructional guidance, constrained opportunities for meaningful intercultural learning.

This study contributes to the growing literature on cultural representation in ELT materials by demonstrating not only the uneven distribution of cultural representation but also the distinctive cultural profiles of Ministry-certified Grade 7 English textbooks. It further highlights the important role of teachers in mediating cultural content and adapting textbook materials to learners' needs. Overall, the findings suggest that textbook developers, policymakers, and teacher educators should promote a more balanced integration of Source, Target, International, Global, and Interactional Cultures to better support the development of learners' intercultural communicative competence.

References

Aliakbari, M. (2005). The place of culture in the Iranian ELT textbooks in high school level. *Journal of Pan-Pacific Association of Applied Linguistic, 9*(1), 163-179. https://www.researchgate.net/publication/358142572_The_Place_Of_Culture_In_The_Iranian_ELT_Textbooks_In_High_School_Level

Alptekin, C. (2002). Towards intercultural communicative competence in ELT. *ELT Journal, 56*(1), 57-64. https://doi.org/10.1093/elt/56.1.57

Awayed-Bishara, M. (2015). Analyzing the cultural content of materials used for teaching English to high school speakers of Arabic in Israel. *Discourse and Society, 25*(6), 517-542. https://doi.org/10.1177/0957926515581154

Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence.* Multilingual Matters.

Chao, T.-c. (2011). The hidden curriculum of cultural content in internationally published ELT textbooks: A closer look at new American inside out. *Journal of Asia TEFL, 8*(2), 189-210. http://journal.asiatefl.org/sub/journal_list.html?year=2011&vol=8&issue=13770.

Cortazzi, M., & Jin, L. X. (1999). Cultural mirrors: Materials and methods in the EFL classroom. *In E. Hinkel (Ed.), Culture in second language teaching and learning* (pp. 196-219). Cambridge University Press.

Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications. https://doi.org/10.4135/9781506330204

Gray, J. (2010). *The construction of English: Culture, consumerism and promotion in the ELT global coursebook*. Palgrave Macmillan.

Hall, J. K. (2013). *Teaching and researching language and culture.* Routledge.

Holliday, A. (2005). *The struggle to teach English as an international language.* Oxford University Press.

Hutchinson, T., & Torres, E. (1994). The Textbook as Agent of Change. *ELT Journal, 48*(4), 315-328. https://doi.org/10.1093/elt/48.4.315

Jindapitak, N., & Boonsuk, Y. (2018). Authoritative discourse in a locally-published ELT textbook in Thailand. *Indonesian Journal of Applied Linguistics, 8*(2), 265-277. https://doi.org/10.17509/ijal.v8i2.13274

Kirana, S. N., & Methitham, P. (2022). Native-speakerism in a locally developed Indonesian EFL textbook: A critical discourse study. *Journal of English and Education, 8*(1), 1-15. https://doi.org/10.20885/jee.v8i1.23063

Kramsch, C. (1993). *Context and culture in language teaching*. Oxford University Press.

Kramsch, C., & Sullivan, P. (1996). Appropriate pedagogy. *ELT Journal, 50*(3), 199-212. https://doi.org/10.1093/elt/50.3.199

Kubota, R. (1998). Ideologies of English in Japan. *World Englishes, 17*(3), 295-306. https://doi.org/10.1111/1467-971X.00105

Kumaravadivelu, B. (2012). Individual identity, cultural globalization, and teaching English as an international language. *In L. Alsagoff, G. Hu, S. L. McKay, & W. A. Renandya (Eds.), Principles and practices for teaching English as an international language* (pp. 9-27). Routledge.

Lin, H.-Y. (2013). Critical perspectives on global English: A study of their implications. *Intergrams, 13*(2), 1-23. https://doi.org/10.6387/INTERGRAMS.201303_13(2).0001

Marlina, R. (2014). The pedagogy of English as an International Language: More reflections and dialogues. *In R. Marlina & R. A. Giri (Eds.), The Pedagogy of English as an International Language: Perspectives from Scholars, Teachers, and Students* (pp. 1-19). Springer International Publishing.

Matsuda, A., & Friedrich, P. (2011). English as an international language: A curriculum blueprint. *World Englishes, 30*(3), 332-344. https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2011.01717.x

McKay, S. L. (2002). *Teaching English as an international language: Rethinking goals and approaches.* Oxford University Press.

Methitham, P., & Chamcharatsri, P. B. (2011). Critiquing ELT in Thailand: A reflection from history to practice. *Journal of Humanities, Naresuan University, 8*(2), 57-68. https://www.academia.edu/2352913/Critiquing_ELT_in_Thailand_A_reflection_from_history_to_practice

Nault, D. (2008). Going global: Rethinking culture teaching in ELT contexts. *Language, Culture and Curriculum, 19*(3), 314-328. https://doi.org/10.1080/07908310608668770

Nhan, N. T., & Yutdhana, S. (2019). An Analysis of cultural contents embedded in English textbooks for the upper secondary level in Vietnam. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities, 27*(2), 1541-1556. https://www.pertanika.upm.edu.my/pjssh/browse/regular-issue?article=JSSH-3067-2018

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). SAGE Publications.

Pennycook, A. (1994). *The cultural politics of English as an international language*. Longman.

Phillipson, R. (1992). *Linguistic imperialism*. Oxford University Press.

Rattanawong, A., & Thongrin, S. (2023). An exploration of culture in listening and speaking materials from an English as an International Language perspective. *LEARN Journal:*

Language Education and Acquisition Research Network, 16(1), 652–675. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/LEARN/article/view/263460.

Saemee, K., & Nomnian, S. (2021) Cultural representations in ELT textbooks used in a multicultural school. *rEFLections 28*(1), 107-120. https://doi.org/10.61508/refl.v28i1.251027

Setyono, B., & Widodo, H. P. (2019). The representation of multicultural values in the Indonesian Ministry of Education and Culture-Endorsed EFL textbook: a critical discourse analysis. *Intercultural Education, 30*(4), 383–397. https://doi.org/10.1080/14675986.2019.1548102

Sharifian, F. (2014). Teaching English as an International Language in Multicultural Contexts: Focus on Australia. *In R. Marlina & R. A. Giri (Eds.), The Pedagogy of English as an International Language* (pp.35-46). Springer Cham. https://doi.org/10.1177/0033688217750642

Shin, J., Eslami, Z. R., & Chen, W. C. (2011). Presentation of local and international culture in current international English-language teaching textbooks. *Language, Culture and Curriculum, 24*(3), 253–268. https://doi.org/10.1080/07908318.2011.614694

Song, H. (2013). Deconstruction of cultural dominance in Korean EFL textbooks. *Intercultural Education, 24*(4), 382–390. https://doi.org/10.1080/14675986.2013.809248

Tajeddin, Z., & Teimournezhad, S. (2014). Exploring the hidden agenda in the representation of culture in international and localised ELT textbooks. *Language Learning Journal, 43*(2), 1-14. https://doi.org/10.1080/09571736.2013.869942

Thumvichit, A. (2018). Cultural presentation in Thai secondary school ELT coursebooks: An analysis from intercultural perspectives. *rEFLections, 25*(2), 158–187. https://doi.org/10.11114/jets.v6i11.3533

Tsui, A. B. M., & Tollefson, J. W. (2007). *Language policy, culture, and identity in Asian contexts*. Erlbaum.

Widodo, H. P. (2016). Language policy in practice: Reframing the English language curriculum in the Indonesian context. In R. Kirkpatrick (Ed.), *English language education policy in Asia* (pp. 127–151). Springer.

Yuen, K. M. (2011). The representation of foreign cultures in English textbooks. *ELT Journal, 65*(4), 458-466. https://doi.org/10.1093/elt/ccq089

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

บทบาทนวัตกรรมธุรกิจในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนกับความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

The Moderating Role of Business Innovation in the Relationship Between Community Capital and Corporate Social Responsibility through the Sustainability of Social Enterprises

บุญฑวรรณ วิงวอน*, จุฬารัตน์ คำถาเครือ
Boonthawan Wingwon*, Jurarat Kamthakruea

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
173/1 ถนนพหลโยธิน ตำบลชมพู อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง 52100
Faculty of Business Administration, Lampang Inter-Tech College
173/1 Phahonyothin Road, Chomphu Subdistrict, Mueang Lampang District, Lampang 52100, Thailand.

***รับบทความ**: 24 กุมภาพันธ์ 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 13 สิงหาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 30 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทุนชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคม นวัตกรรมธุรกิจและความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม 2) วิเคราะห์อิทธิพลของทุนชุมชนที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งวิเคราะห์อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมและ 3) ทดสอบนวัตกรรมธุรกิจในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนกับความรับผิดชอบต่อสังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ความยั่งยืน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ คณะผู้บริหาร ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือกลุ่มกิจการเพื่อสังคมภาคเหนือของประเทศไทย 400 คน ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง เกณฑ์คัดเลือก คือ เป็นผู้กำหนดนโยบายหรือผู้บริหารและมีประสบการณ์ 1 ปีขึ้นไป เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา วิเคราะห์สมการโครงสร้าง CB-SEM และทดสอบตัวแปรกำกับด้วย Jamovi ผลการวิจัยพบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญมาก โดยมีทุนชุมชนสำคัญอันดับแรก รองลงมา คือ ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมและนวัตกรรมธุรกิจ ผลการวิเคราะห์

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: boonthawan2009@gmail.com

ความสัมพันธ์ทุนชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความรับผิดชอบต่อสังคม (β=0.824, p< .001) และความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (β=0.317, p< .001) ขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (β=0.565, p< .001) ผลการทดสอบนวัตกรรมธุรกิจมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญ (β= -0.035, p= .010) แต่ไม่พบผลการกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (β= -0.018, p= .203) นวัตกรรมธุรกิจมีบทบาทกำกับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนกับความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น แต่ไม่พบว่ามีบทบาทในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำสำคัญ

นวัตกรรมธุรกิจ, ทุนชุมชน, ความรับผิดชอบต่อสังคม, ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

Received: *February 24, 2026* ***Revised***: *April 13, 2026* ***Accepted***: *August 30, 2026*

Abstract

The objectives of this research were (1) to examine the community capital, corporate social responsibility (CSR), business innovation, and the sustainability of social enterprises; (2) to analyze the effects of community capital on corporate social responsibility and the sustainability of social enterprises, and the effect of corporate social responsibility on the sustainability of social enterprises.; and (3) to test the moderating role of business innovation in the relationships between community capital and CSR, and between CSR and the sustainability. It was quantitative research. The sample consisted of 400 executives, entrepreneurs of social enterprises, and managers of social enterprises in Northern Thailand. Participants were selected using purposive sampling. The inclusion criteria required respondents to be policy makers or executives with at least one year of managerial experience. The research instrument was a structured questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, Covariance-Based Structural Equation Modeling, and moderation analysis with Jamovi. The results revealed that all constructs were rated at a high level of importance. Community capital was perceived as the most important factor, followed by the sustainability of social enterprises, CSR, and business innovation. Structural model analysis indicated that community capital had a positive effect on CSR (β=0.824, p< .001) and the sustainability of social enterprises (β=0.317, p< .001). In addition, CSR exerted a positive effect on

the sustainability of social enterprises (β=0.565, p < .001). The results indicate that business innovation significantly moderates the relationship between community capital and CSR (β= -0.035, p=.010). Business innovation did not significantly moderate the relationship between CSR and the sustainability of social enterprises (β= -0.018, p=.203). Business Innovation significantly moderated only the relationship between community capital and CSR, but business innovation was not found to moderate the relationship between corporate social responsibility and social enterprise sustainability.

Keywords

Business Innovation, Community Capital, Corporate Social Responsibility, Sustainability of Social Enterprises

บทนำ (Introduction)

วิสาหกิจเพื่อสังคมมีความสำคัญมากต่อเศรษฐกิจและสังคม เพราะเป็นรูปแบบธุรกิจที่มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางสังคมควบคู่กับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคมเกิดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม เช่น ความยากจน สิ่งแวดล้อม การศึกษา สุขภาพหรือสิทธิมนุษยชน เพื่อสร้างทั้งคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน (Bataineh et al. 2023, 1-15) วิสาหกิจนี้เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างคุณค่าและลดของเสีย สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ เพราะเป็นสะพานเชื่อมระหว่างธุรกิจกับสังคมทำให้การพัฒนามีความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของประชาชน ผู้ประกอบการเพื่อสังคมเกิดจากความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ช่วยปลูกฝังค่านิยมใหม่ในการทำธุรกิจที่ไม่มุ่งเพียงกำไรสูงสุด แต่คำนึงถึงผู้คนและสิ่งแวดล้อม สร้างแรงบันดาลใจให้ภาคธุรกิจอื่น ๆ ปรับตัวมาเป็นธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยการนำเอาการแก้ปัญหาสังคมมาเป็นเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการเพื่อสังคมยังนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงาน มีการสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมจนเกิดการสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ยั่งยืน (Satjasomboon, et al. 2024, 121–137) ความยั่งยืนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมมีหลายมิติ เช่น เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมาภิบาลและคุณค่าชุมชน งานส่วนใหญ่ยังไม่ได้ใช้ตัวชี้วัดหลายมิติอย่างครบถ้วน เช่น มิติผลกระทบสังคม ความต่อเนื่อง ระยะยาว การมีส่วนร่วมของชุมชน การเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ โดยเฉพาะในยุคที่สังคมเผชิญกับความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและปัญหาสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงขึ้น วิสาหกิจเพื่อสังคมได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก โดยที่ผ่านมาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยยังคงประสบปัญหาในด้าน

ความยั่งยืนของธุรกิจ การขาดแคลนทุนทางสังคมและการขาดนวัตกรรมที่สามารถเชื่อมโยงความต้องการของชุมชนกับตลาดสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิสาหกิจเพื่อสังคมมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) ในด้านของการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม และการสร้างความสามารถในการแข่งขันเป็นหมุดหมายสำคัญ โดยส่งเสริมให้ภาคธุรกิจและชุมชนพัฒนาบนฐานของทรัพยากรท้องถิ่นและนวัตกรรม (The National Science and Technology Development Agency (NSTDA), 2018) งานวิจัยนี้สอดคล้องกับหมุดหมายการเสริมสร้างทุนชุมชน อันหมายถึง การใช้ทุนทางสังคม วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่เป็นกลไกเชิงรุกในการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจและสังคม (Vovk et al. 2025, 44–58) โดยเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดความเหลื่อมล้ำ งานวิจัยนี้ตอบโจทย์ปัจจัยทุนชุมชน และความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยมีนวัตกรรมธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับ (Ahmad et al., 2026, 139-184) เพื่อสร้างรูปแบบธุรกิจที่ยั่งยืนและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสีเขียวตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) เน้นการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจการสร้างคุณค่า การพัฒนาที่มีศูนย์กลางอยู่ที่ประชาชน ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมมีบทบาทในการยกระดับคุณภาพชีวิตและขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก สอดคล้องกับหมุดหมายที่ 6 การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจบนฐานทุนชุมชน (Avalo-Ortega et al. 2020, 7779) สัมพันธ์กับหมุดหมายที่ 11 การขับเคลื่อนประเทศสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Ghimire, 2023, 45–60) สำหรับประเทศไทย วิสาหกิจเพื่อสังคมได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ซึ่งมุ่งยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและสร้างระบบนิเวศเอื้อต่อการเติบโตของกิจการเพื่อสังคม แม้ว่าภาครัฐจะมีมาตรการสนับสนุนทั้งด้านการพัฒนาศักยภาพการเข้าถึงตลาดและการสร้างเครือข่าย แต่ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมจำนวนมาก ยังมีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสามารถทางนวัตกรรมการขยายตลาด ส่งผลให้หลายกิจการยังไม่เติบโตและสร้างความยั่งยืนได้ตามเป้าหมาย (National Economic and Social Development Council, 2023) งานวิจัยของ Satjasomboon, et al. (2024, 121–137) พบว่าวิสาหกิจไม่ได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในลักษณะของกิจกรรมเสริมหรือการบริจาคแบบชั่วคราว แต่ได้ผสานแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ธุรกิจและการดำเนินงานทุกมิติ แม้ว่าประเทศไทยจะมีวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 345 แห่ง และกลุ่มกิจการเพื่อสังคม 192 กลุ่ม รวมจำนวน 537 แห่ง และมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสถานการณ์วิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ประกอบการในหลายกิจการยังไม่สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้ (Office of Social Enterprise Promotion, 2024)

พื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งมีความโดดเด่นด้านทุนชุมชน ทั้งทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เครือข่ายทางสังคมและทรัพยากรชุมชนที่เข้มแข็ง แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเป็นกิจการขนาดเล็ก

ที่มีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี เงินทุนและการพัฒนานวัตกรรมธุรกิจ ทำให้การแปลงทุนชุมชนไปสู่ความสามารถในการแข่งขันได้ไม่เต็มศักยภาพ (Office of the National Higher Education, Science, Research and Innovation Policy Council, 2026) รวมถึงข้อมูลของ The National Social Enterprise Promotion Committee (2020) สรุปว่าแม้ภาครัฐมีมาตรการส่งเสริม แต่วิสาหกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพิงทุนส่วนตัว ครอบครัวหรือเครือข่ายเล็ก ๆ และมีการใช้นวัตกรรมค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม งานศึกษาของ Wongwirach et al. (2024, 94–119) สะท้อนว่าการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในภาคเหนือต้องอาศัยการเชื่อมโยงเครือข่าย ความสามารถของผู้ประกอบการ และนวัตกรรมธุรกิจควบคู่กับการใช้ทุนชุมชนอย่างเหมาะสม ทุนชุมชนเป็นทรัพยากรพื้นฐานที่ช่วยสร้างความร่วมมือ ความไว้วางใจ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Wirotthitiyawong et al. 2025, 222) นวัตกรรมธุรกิจยังได้รับการยอมรับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมเช่นกัน

อีกทั้งปัญหาหลัก คือ ทุนชุมชนยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างทุนทางสังคมกับทุนเศรษฐกิจ ส่งผลให้ศักยภาพของชุมชนในบางพื้นที่ไม่สามารถต่อยอดเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนได้ โดยเฉพาะการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ธุรกิจ ทำให้ไม่เกิดผลต่อเนื่องต่อความยั่งยืน (Boonnual et al. 2024, 1–21) ผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดองค์ความรู้ในการจัดการที่ผสานผลกำไรกับผลลัพธ์ทางสังคม ทำให้ธุรกิจขาดความมั่นคงในระยะยาว (Ghosh et al. 2024, 1–30) แม้ว่าหลายชุมชนจะมีทุนทางวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง แต่ยังไม่สามารถแปลงทุนเหล่านี้ให้เป็นนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ตลาดยุคใหม่ได้ (Ahmad et al., 2026; Avalo-Ortega et al. 2020)

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ยืนยันอิทธิพลของทุนชุมชนและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม แต่ยังมีช่องว่างการวิจัยที่สำคัญอย่างน้อย 3 แนวทาง ได้แก่ 1) งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างทุนชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืน และมีงานวิจัยที่ทดสอบบทบาทของนวัตกรรมธุรกิจที่เป็นตัวแปรกำกับ (Moderating Variable) ค่อนข้างจำกัด ทำให้ไม่สามารถอธิบายได้ว่านวัตกรรมธุรกิจสามารถเปลี่ยนแปลงระดับหรือทิศทางของความสัมพันธ์ดังกล่าวได้มากน้อยเพียงใด 2) งานวิจัยมีการดำเนินการในบริบทธุรกิจ SMEs หรือองค์กรธุรกิจทั่วไป ซึ่งมีเป้าหมายด้านผลกำไรเป็นหลัก แตกต่างจากวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องสร้างสมดุลระหว่างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและผลกระทบทางสังคม จึงไม่อาจอธิบายบริบทของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้อย่างครอบคลุม และ 3) งานวิจัยที่ศึกษาบทบาทของนวัตกรรมธุรกิจในบริบทของวิสาหกิจเพื่อสังคมยังมีจำนวนจำกัด แม้ว่าพื้นที่บางแห่งมีลักษณะเฉพาะด้านทุนชุมชนและบริบททางสังคมที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่นของประเทศก็ตาม (Wirotthitiyawong et al. 2025) ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งพัฒนาแบบจำลองเชิงโครงสร้าง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม และทดสอบบทบาทของนวัตกรรมธุรกิจ

ในฐานะตัวแปรกำกับ เพื่อขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับเงื่อนไขที่ทำให้ทุนชุมชนสามารถสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและนำไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาความสำคัญทุนชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคม นวัตกรรมธุรกิจและความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของทุนชุมชนที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งวิเคราะห์อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

3. เพื่อทดสอบบทบาทของนวัตกรรมธุรกิจในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนกับความรับผิดชอบต่อสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

1. แนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงการใช้กลไกทางธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม โดยมีพันธกิจทางสังคมเป็นเป้าหมายหลัก ควบคู่กับการสร้างรายได้เพื่อความอยู่รอดขององค์กร Dees and Elias (1998, 165-178) ชี้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นองค์กรที่ผสานตรรกะของภาคธุรกิจและภาคสังคมเข้าด้วยกัน เน้นการสร้างคุณค่าทางสังคมมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด ขณะที่ Alter (2007, 1-124) เสนอว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมมีลักษณะเป็นองค์กรลูกผสมที่ต้องบริหารความตึงเครียดระหว่างเป้าหมายทางเศรษฐกิจและเป้าหมายทางสังคมอย่างสมดุลในบริบทสมัยใหม่ วิสาหกิจเพื่อสังคมถูกมองว่าเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งองค์กรลักษณะนี้ช่วยเติมเต็มช่องว่างที่ภาครัฐและตลาดไม่สามารถตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Gál et al. 2022, 125-145)

2. ทฤษฎีทุนชุมชนและทุนทางสังคม เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงทรัพยากรในชุมชน ทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น ความไว้วางใจ เครือข่ายทางสังคม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม สอดคล้องกับแนวคิดของ Putnam (2000) ชี้ว่าความไว้วางใจและเครือข่ายทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อความร่วมมือและประสิทธิภาพขององค์กรและชุมชน ทุนดังกล่าวทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงจริยธรรมและเชิงกลยุทธ์ในการเชื่อมโยงองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์กรที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับชุมชนย่อมมีแนวโน้มในการออกแบบและดำเนินกิจกรรม CSR ที่สอดคล้องกับความต้องการและบริบทของสังคมมากยิ่งขึ้น (Freeman, 1984; Carroll, 1991) แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม ยังชี้ว่า CSR ที่ถูกบูรณาการกับกลยุทธ์องค์กรจะช่วยสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน

3. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแนวคิดที่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการแสวงหาผลกำไร Carroll (1991, 39-48) เสนอกรอบแนวคิด CSR Pyramid

ซึ่งประกอบด้วยความรับผิดชอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม ต่อมาแนวคิดของ Kramer et al. (2011) ได้พัฒนาแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมว่าความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ควรถูกมองเป็นภาระต้นทุน แต่ควรถูกบูรณาการกับกลยุทธ์องค์กร เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน แนวคิดนี้ความสอดคล้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยิ่ง เนื่องจาก CSR ทำหน้าที่เป็นกลไกที่เชื่อมโยงทุนชุมชนไปสู่ผลลัพธ์ด้านความยั่งยืน (Vovk et al. 2025, 44–58)

4. แนวคิดนวัตกรรมธุรกิจ เป็นการพัฒนาแนวคิด วิธีการ กระบวนการ หรือรูปแบบธุรกิจใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความสามารถในการแข่งขัน Schumpeter (1934) มองว่านวัตกรรมเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจ ในขณะที่ OECD (2018) สรุปว่านวัตกรรมธุรกิจไม่ได้มุ่งเพียงการเพิ่มกำไร แต่เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาสังคมและขยายผลกระทบเชิงบวก วิจัยของ Ahmad et al. (2026, 139-184) ชี้ว่านวัตกรรมธุรกิจสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับที่ช่วยเสริมพลังให้ทุนชุมชนและ CSR ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. แนวคิดความยั่งยืนและทฤษฎีสามมิติหลักของความยั่งยืน เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงการดำรงอยู่และสร้างคุณค่าในระยะยาว Elkington (1997, 49-66) เสนอทฤษฎี Triple Bottom Line ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ (Profit) สังคม (People) และสิ่งแวดล้อม (Planet) แนวคิดนี้ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย เพราะวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ยั่งยืนต้องสามารถสร้างสมดุลระหว่างผลกำไร การสร้างคุณค่าทางสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อม (Ghosh et al. 2024, 1–30) สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (United Nations ESCAP, 2024)

6. ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามแนวคิดของ Freeman (1984) อธิบายว่าองค์กรควรให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นชุมชน ลูกค้า พนักงาน ภาครัฐ ผู้ลงทุนและสิ่งแวดล้อม มากกว่ามุ่งตอบสนองผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นเพียงฝ่ายเดียว การสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ความชอบธรรมขององค์กรและการสร้างคุณค่าร่วมในระยะยาว ทฤษฎีนี้ถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินงาน เนื่องจากองค์กรต้องสร้างสมดุลระหว่างผลลัพธ์เศรษฐกิจกับพันธกิจทางสังคม โดยอาศัยความร่วมมือจากชุมชนและเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเอื้อต่อกิจกรรม CSR และนำไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (Vovk et al. 2025; Boonnual et al. 2024) แนวคิดนี้จึงเป็นฐานทฤษฎีที่รองรับสมมติฐานของอิทธิพลของทุนชุมชนต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

การสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดการวิจัย ดังการพัฒนาสมมติฐาน ดังนี้

ทุนชุมชนเป็นทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชน เช่น ความรู้และทักษะของสมาชิก ความสัมพันธ์ทางสังคม ความไว้วางใจ เครือข่าย วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานและเงินทุน ซึ่งช่วยลดต้นทุนการประสานงานและเพิ่มความเข้าใจต่อความต้องการของชุมชน ขณะที่ Shabbir et al. (2025, 9203-9222) พบว่า ความไว้วางใจ เครือข่ายและความสัมพันธ์ทางสังคมช่วยให้วิสาหกิจเข้าถึงทรัพยากรและรักษา

ความร่วมมือได้ ดังนั้น วิสาหกิจที่มีทุนชุมชนในระดับสูงจึงมีแนวโน้มดำเนินงานอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และ CSR มากขึ้น ดังสมมติฐานที่ 1 ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ตามมุมมองฐานทรัพยากร ทรัพยากรที่มีคุณค่า มีลักษณะเฉพาะและยากต่อการลอกเลียนแบบ สามารถสร้างความได้เปรียบและสนับสนุนผลการดำเนินงานในระยะยาว ทุนเหล่านี้ช่วยให้วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถระดมทรัพยากร ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างความชอบธรรมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Wang et al. (2024) พบว่าทุนทางสังคมและความชอบธรรมมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ดังสมมติฐานที่ 2 ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อพนักงาน ลูกค้า ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งปฏิบัติตามหลักกฎหมายและจริยธรรม สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม CSR ถือเป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจและกระบวนการสร้างคุณค่า ตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การตอบสนองความคาดหวังของกลุ่มที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยของ Pfajfar et al. (2022, 46–61) พบว่า CSR ช่วยสร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนำไปสู่ผลกระทบทางสังคม ดังนั้น การดำเนินงานด้าน CSR จึงช่วยลดความขัดแย้ง เพิ่มการยอมรับและสนับสนุนความยั่งยืนขององค์การ ดังสมมติฐานที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

นวัตกรรมธุรกิจเป็นความสามารถในการพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ การตลาด การจัดการ และรูปแบบการสร้างคุณค่าให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป วิจัยของ Tykkyläinen et al. (2021, 123689) พบว่า นวัตกรรมธุรกิจช่วยให้วิสาหกิจสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กัน ขณะที่ Ahmad et al. (2026, 139-184) ชี้ว่าการเปิดรับความรู้จากภายนอกช่วยเพิ่มผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมทางสังคม ในเชิงเหตุผล แม้ทุนชุมชนจะเป็นแหล่งความรู้และทรัพยากร แต่การเปลี่ยนทรัพยากรเหล่านั้นให้เป็นกิจกรรม CSR ที่มีประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยความสามารถด้านนวัตกรรม ดังนั้น เมื่อนวัตกรรมธุรกิจอยู่ในระดับสูง ความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนกับ CSR จึงควรมีความเข้มแข็งขึ้น ดังสมมติฐานที่ 4 นวัตกรรมธุรกิจทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม

วิจัยของ Hagedoorn et al. (2023, 173–198) พบว่าผลการส่งเสริมของการเปิดรับความรู้และนวัตกรรมมิได้เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอในทุกมิติของผลการดำเนินงาน ซึ่งผลกำกับของนวัตกรรมธุรกิจอาจแตกต่างกันตามประเภทของกิจกรรม CSR นวัตกรรมธุรกิจมิได้เป็นเพียงตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับ (Moderating) ที่เปลี่ยนแปลงระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในองค์กรกับผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนได้ (Satar, 2022, 813-826) ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงกำหนดให้นวัตกรรมธุรกิจทำหน้าที่ในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนกับความรับผิดชอบต่อสังคม (CC⟶CSR) และความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (CSR⟶SSE) เพื่ออธิบายเงื่อนไขที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีความเข้มแข็งหรือเปลี่ยนแปลง

ไปในบริบทของวิสาหกิจเพื่อสังคมในภาคเหนือของประเทศไทย ดังสมมติฐานที่ 5 นวัตกรรมธุรกิจทำหน้าที่ในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชน และ CSR รวมถึง CSR ไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีนวัตกรรมธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ซึ่งเหมาะสมกับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงหลายตัวพร้อมกัน (Hair et al., 2019)

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหาร/กลุ่มกิจการเพื่อสังคมหรือผู้ประกอบการของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จดทะเบียนหรือจดแจ้งของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมและดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย 345 แห่ง กลุ่มกิจการเพื่อสังคม 192 กลุ่ม รวม 537 แห่ง (Office of Social Enterprise Promotion, 2024)

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดนโยบายหรือบริหารจัดการองค์กร และมีประสบการณ์ดำเนินงานไม่น้อยกว่า 1 ปี การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 40 ตัวแปร จึงใช้เกณฑ์อัตราส่วน 10 เท่าของตัวแปรสังเกต ตามข้อเสนอของ Hair et al. (2019) ส่งผลให้ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 400 ราย (40 × 10=400) ตามมิติของ Kline (2016) แนะนำว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างในช่วง 300–400 ตัวอย่าง ถือว่าอยู่ในระดับดีถึงดีมาก มีหลักการวิเคราะห์อำนาจการทดสอบทางสถิติ (Statistical Power Analysis) ตามแนวทางของ Hair et al. (2019) ว่าการกำหนดขนาดตัวอย่างควรมีอำนาจการทดสอบ (Statistical Power) ไม่น้อยกว่า 0.80 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อให้มีโอกาสเพียงพอในการตรวจพบอิทธิพลที่มีอยู่จริง และลดความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าและช่วยเพิ่มความแม่นยำ โมเดลการวิเคราะห์ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 4 ด้าน ได้แก่ ทุนชุมชน CSR นวัตกรรมธุรกิจ และความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 40 ข้อ และมีการประมาณค่าพารามิเตอร์ ตามโครงสร้างของโมเดลที่กำหนด

เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) พัฒนาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ (1) ทุนชุมชน วัดจากการรับรู้ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความเข้มแข็งของเครือข่าย ความไว้วางใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น มาตรวัดพัฒนาจากแนวคิดของ Putnam (2000) งานวิจัยด้านทุนชุมชน (Boonnual et al. 2023) (2) ความรับผิดชอบต่อสังคม วัดจากมิติด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยอิงกรอบแนวคิด CSR Pyramid ของ Carroll (1991, 39-48) แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมของ Kramer et al. (2011) (3) นวัตกรรมธุรกิจ วัดจากการรับรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการและการจัดการธุรกิจ โดยอิงแนวคิดนวัตกรรมของ OECD (2018) การศึกษาด้านนวัตกรรมในวิสาหกิจเพื่อสังคม (Ahmad et al. 2026, 139-184) และ (4) ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม วัดจากมิติการมีส่วนร่วม สังคมและสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิด Triple Bottom Line (Elkington, 1997) และการประเมินความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (Ghosh et al., 2024, 1–30)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ด้วยความตรงเชิงเนื้อหา โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน วัดดัชนีความสอดคล้องข้อถามกับวัตถุประสงค์วิจัย ซึ่งมีค่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ ≥ 0.50 ข้อถามอยู่ระหว่าง *0.67–1.00* ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ทั้งฉบับมีค่ารวม เท่ากับ 0.983 โดยค่าความเชื่อมั่นทุนชุมชน เท่ากับ 0.938 ค่าความเชื่อมั่นความรับผิดชอบต่อสังคม เท่ากับ 0.959 ค่าความเชื่อมั่นความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม เท่ากับ 0.952 และค่าความเชื่อมั่นนวัตกรรมธุรกิจ เท่ากับ 0.962 ตามที่ Nunnally (1978) เสนอแนะว่าควรมีค่า 0.70 ขึ้นไป และพิจารณาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ มีค่าเท่ากับ 0.629-0.988 ตามเกณฑ์ของ Brennan (1972) ซึ่งควรมีค่า 0.20 ขึ้นไป แสดงว่าตัวชี้วัดที่ใช้วัดตัวแปรแฝงแต่ละตัวไม่มีการปะปนกัน พร้อมค่า IOC รายข้อ/ช่วงค่า ค่า Composite reliability, AVE, Factor loading, Discriminant validity และ Common method bias ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามทั้งในรูปแบบเอกสารและแบบสอบถามออนไลน์ (Link: https://forms.gle/DZ255CJz5Epmpd977) ผ่านเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ภาคเหนือ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมการวิจัยด้วยความสมัครใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่าง (2) วิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง (CB-SEM) เพื่อทดสอบอิทธิพลที่มีต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม และ (3) ทดสอบบทบาทตัวแปรกำกับของนวัตกรรมธุรกิจ ด้วยโปรแกรม Jamovi โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง (Hair et al. 2019; Ahmad et al. 2026) รวมถึงเกณฑ์ model fit เช่น χ^2/df, CFI, TLI, RMSEA, SRM

ผลการวิจัย (Results)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าคณะผู้บริหารและผู้ประกอบการหรือกลุ่มกิจการเพื่อสังคมในภาคเหนือให้ความสำคัญกับทุนชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคม นวัตกรรมธุรกิจและความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมระดับมาก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญโดยรวมของตัวแปรด้านทุนชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคม นวัตกรรมธุรกิจ และความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ความสำคัญ
ทุนชุมชน	4.12	0.861	ระดับมาก
ความรับผิดชอบต่อสังคม	4.04	0.901	
นวัตกรรมธุรกิจ	3.99	0.883	
ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.11	0.874	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากทุกด้าน คือ ทุนชุมชน ($\overline{x}$= 4.12, S.D=0.861) รองลงมา คือ ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ($\overline{x}$=4.11, S.D=0.874) ความรับผิดชอบต่อสังคม ($\overline{x}$=4.04, S.D=0.901) และนวัตกรรมธุรกิจ ($\overline{x}$=3.99, S.D=0.883) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Goodness-of-Fit) เพื่อประเมินความเหมาะสมของโมเดลการวัดก่อนนำโมเดลไปวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ในขั้นตอนถัดไป ดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ผลการตรวจสอบ Factor Loading, Composite Reliability และ AVE

ตัวแปร	Factor Loading	CR	AVE	√AVE
ทุนชุมชน (CC)	0.694–0.829	0.937	0.599	0.774
ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	0.779–0.900	0.958	0.694	0.833
ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (SSE)	0.766–0.882	0.952	0.664	0.815

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวชี้วัดมีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.694–0.900 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.50 โดยทุนชุมชน (CC) ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (SSE) มีค่า CR เท่ากับ 0.937, 0.958 และ 0.952 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.70 รวมทั้งมีค่า AVE เท่ากับ 0.599, 0.694 และ 0.664 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.50 แสดงว่าโมเดลการวัดมีความเชื่อมั่นและมีความตรงเชิงลู่เข้าอยู่ในระดับที่ยอมรับ (Byrne, 2016; Kline, 2023)

การตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เพื่อประเมินว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความแตกต่างกัน โดยใช้เกณฑ์ของ Fornell และ Larcker (1981) พิจารณาจากค่ารากที่สองของค่า Average Variance Extracted (√AVE) ของแต่ละตัวแปรแฝง ซึ่งต้องมีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่น หากค่ารากที่สองของ AVE สูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่น แสดงว่าตัวแปรแฝงนั้นสามารถอธิบายตัวบ่งชี้ได้ดีกว่าความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และถือว่ามีความตรงเชิงจำแนกอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนกของตัวแปรแฝง

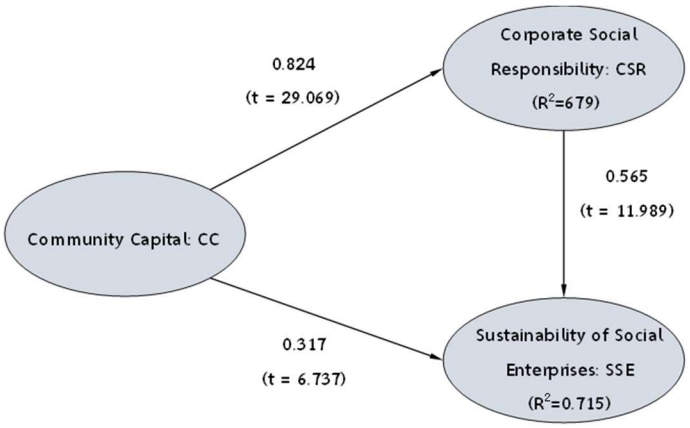
ตัวแปร	CC	CSR	SSE
ทุนชุมชน (CC)	**0.774**		
ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	0.724	**0.833**	
ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (SSE)	0.763	0.806	**0.815**

หมายเหตุ: ค่าที่แสดงในแนวทแยงเป็น ค่ารากที่สองของ Average Variance Extracted (√AVE)

ตารางที่ 3 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (√AVE) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัว มีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงทุกคู่ สรุปได้ว่าโมเดลการวัดมีความตรงเชิงจำแนกอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงตามกรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นจากทฤษฎีและงานวิจัย ภายหลังจากที่โมเดลการวัด (Measurement Model) ผ่านเกณฑ์ความเที่ยงตรงและความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้ว พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับยอมรับได้ โดยมีค่า $\chi^2/df=3.254$, CFI=0.920, TLI=0.913, RMSEA=0.075 และ RMR=0.030 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ตามข้อเสนอของ Byrne (2016) และ Kline (2023) แม้ว่าค่า GFI=0.805, NFI=0.889 และ AGFI=0.774 จะต่ำกว่าเกณฑ์เล็กน้อย แต่เมื่อพิจารณาร่วมกับดัชนีความสอดคล้องอื่น ๆ พบว่าโมเดลยังมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรได้ (Byrne, 2016; Kline, 2023)

ผลการวิเคราะห์บทบาทของทุนชุมชนและความรับผิดชอบทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม พบว่าทุนชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.824 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Estimate=0.919, β=0.824, t=29.069, p-value=0.000) ซึ่งจะเห็นว่าเมื่อระดับของทุนชุมชนเพิ่มขึ้นจะมีความสัมพันธ์ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และทุนชุมชนยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.317 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Estimate=0.336, β=0.317, t= 6.737, p-value=0.000) อีกทั้งความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.565 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Estimate = 0.536, β=0.565, t=11.989, p-value=0.000) สะท้อนให้เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มระดับความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยเช่นกัน ทุนชุมชนสามารถอธิบายความแปรปรวนของความรับผิดชอบต่อสังคม ร้อยละ 67.9 (R^2=0.679) สามารถอธิบายความแปรปรวนของความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ร้อยละ 71.5 (R^2=0.715) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: ทุนชุมชนและความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ทดสอบนวัตกรรมธุรกิจที่เป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนกับความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การกำกับของนวัตกรรมธุรกิจระหว่างทุนชุมชนกับความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

เส้นทาง	Estimate	SE	Lower	Upper	β	t	p
CC⟶CSR	0.460	0.049	0.365	0.557	0.413	9.392	0.000**
CSR⟶SSE	0.175	0.086	0.013	0.349	0.184	2.035	0.042*
CC⟶SSE	0.243	0.059	0.126	0.356	0.229	4.150	0.000**
CC × BI⟶ CSR	-0.049	0.019	-0.086	-0.012	-0.035	-2.592	0.010*
CSR× BI⟶SSE	-0.022	0.017	-0.056	0.012	-0.018	-1.275	0.203

หมายเหตุ: * $p < 0.05$, **$p < 0.01$,

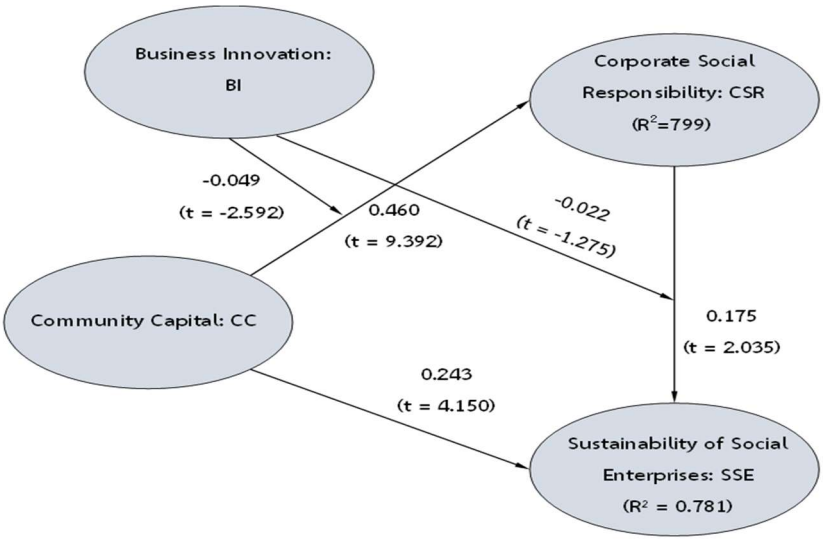
จากตารางที่ 4 พบว่า ทุนชุมชนมีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อมไปสู่ CSR โดย CSR ทำหน้าที่เชื่อมโยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวไม่ได้เป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นอย่างคงที่ แต่มีผลกระทบเฉพาะที่ (pick-a-point) ดังนั้น ขึ้นอยู่กับระดับของการกำกับนวัตกรรมธุรกิจ ดังนี้

1. เมื่อนวัตกรรมธุรกิจ (BI) กำกับเส้นทางระหว่างทุนชุมชน (CC) ไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) พบว่า มีผลต่อ CSR อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Estimate= -0.049, SE=0.019, β= -0.035, t= -2.592, p= 0.010) สะท้อนให้เห็นว่า BI ทำหน้าที่ในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนและ CSR ไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม เมื่อระดับของ BI เพิ่มขึ้นค่าอิทธิพลของ CC ที่มีผลต่อ CSR มีแนวโน้มลดลง

2. เมื่อนวัตกรรมธุรกิจ (BI) กำกับเส้นทางระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (SSE) พบว่าไม่มีผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนั้น จึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Estimate= -0.022, SE= 0.017, β= -0.018, t= -1.275, p= 0.203) สะท้อนว่าบริบทของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีการดำเนินการ CSR มีลักษณะเป็นพันธกิจหลักมากกว่าเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ ซึ่ง BI ไม่ได้มีบทบาทสำคัญที่เป็นตัวกระตุ้นให้วิสาหกิจเพื่อสังคมเกิดการเติบโต ดังภาพที่ 2

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

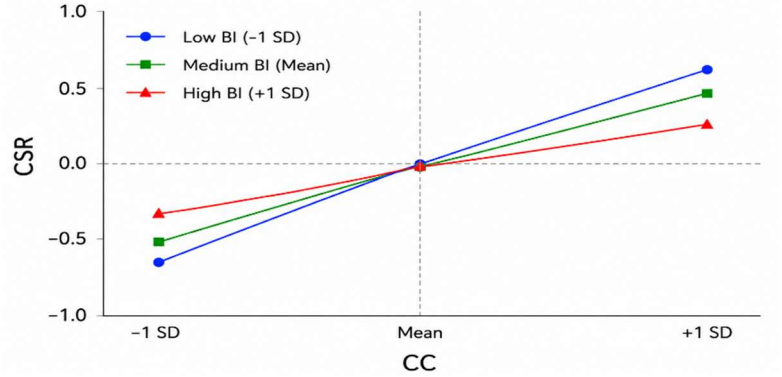


ภาพที่ 2: ผลการวิเคราะห์ Moderated Model

เมื่อพิจารณาความสามารถในการอธิบายความแปรปรวน (R^2) พบว่า 1) โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ได้ร้อยละ 79.9 (R^2 = 0.799) 2) โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม (SSE) ได้ร้อยละ 78.1 (R^2 = 0.781) ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงเส้นตรงและอิทธิพลปฏิสัมพันธ์ (ใช้ Standardized Coefficient: β) พบว่า นวัตกรรมธุรกิจ (BI) มีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับเชิงลบในเส้นทาง CC ⟶ CSR (β = -0.035, p= .010) จากการวิเคราะห์ Simple Slope (Pick-a-Point Approach) ณ ระดับ BI ต่างกัน (-1SD, Mean, +1SD) พบว่า

- ณ ระดับ Low BI (-1SD) CC มีอิทธิพลต่อ CSR สูงสุด (b = 0.582, p < .001)
- ณ ระดับ Medium BI (Mean) CC มีอิทธิพลต่อ CSR ปานกลาง (b = 0.448, p < .001)
- ณ ระดับ High BI (+1SD) CC มีอิทธิพลต่อ CSR ลดลง (b = 0.314, p < .001)

ทิศทางค่า β ติดลบนี้สะท้อน Dampening Effect หรือ Strategic Substitution Effect ซึ่งชี้ว่าเมื่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ยกระดับนวัตกรรมสูงขึ้น อิทธิพลการขับเคลื่อน CSR โดยตรงจากทุนชุมชนดั้งเดิมจะลดความสำคัญลง โดยถูกทดแทนด้วยกลไกนวัตกรรมและเทคโนโลยีขององค์กรแทน ดังภาพที่ 3 กราฟปฏิสัมพันธ์ (Interaction Plot) และการแปลผลเชิงทิศทาง



ภาพที่ 3: กราฟปฏิสัมพันธ์ (Interaction Plot) CC→ CSR จำแนกตามระดับ BI

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ Simple Slope (Pick-a-Point Approach

ระดับนวัตกรรมธุรกิจ (BI) (ค่ามาตรฐาน)	อิทธิพลของ CC→CSR (b: Unstandardized)	Standardized β	p-value	แปลผล
Loe BI (-1 S.D)	b= 0.582	β =0.582	< .001	อิทธิพลสูงสุด
Medium BI (Mean)	b= 0.448	β =0.448	< .001	อิทธิพลปานกลาง
High BI (+1 S.D)	b= 0.314	β = 0.448	< .001	อิทธิพลลดลง

จากตารางที่ 5 การแปลผลเชิงทิศทาง โดยเฉพาะค่าสัมประสิทธิ์ปฏิสัมพันธ์เป็นลบ (b= -0.314, p= .010 แสดงว่า BI ทำหน้าที่ในการกำกับเชิงลบเส้นทาง CC→CRS เมื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมยกระดับ BI ให้สูงขึ้น อิทธิพลการขับเคลื่อน CSR โดยตรงจาก CC จะลดลงและถูกแทนด้วยกลไกนวัตกรรมและเทคโนโลยีขององค์กรแทน

ตารางที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	β	t-value	p-value	ผลลัพธ์
H:1 ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม	0.824	29.069	0.000**	สนับสนุน
H:2 ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม	0.317	6.737	0.000**	สนับสนุน
H:3 ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม	0.565	11.989	0.000**	สนับสนุน
H:4 นวัตกรรมธุรกิจทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม	-0.035	-2.592	0.010*	สนับสนุน
H:5 นวัตกรรมธุรกิจทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม	-0.018	-1.275	0.203	ไม่สนับสนุน

หมายเหตุ: * p < 0.05, **p < 0.01,

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .01 ผลลัพธ์ คือ สนับสนุน

สมมติฐานที่ 2 ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .01 ผลลัพธ์ คือ สนับสนุน

สมมติฐานที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า CSR มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .01 ผลลัพธ์ คือ สนับสนุน

สมมติฐานที่ 4 นวัตกรรมธุรกิจทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นวัตกรรมธุรกิจทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชนไปสู่ CSR ของวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .05 ผลลัพธ์ คือ สนับสนุน

สมมติฐานที่ 5 นวัตกรรมธุรกิจทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นวัตกรรมธุรกิจไม่ได้ทำหน้าที่ในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่าง CSR ไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมไม่มีนัยสำคัญ ผลลัพธ์ คือ ไม่สนับสนุน

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทุนชุมชนมาก เป็นอันดับแรก เนื่องจากทุนชุมชนเป็นรากฐานของการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสมาชิก การพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจ การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และการสร้างนวัตกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยเฉพาะบริบทภาคเหนือที่มีโครงสร้างสังคมแบบเครือญาติและมีทุนวัฒนธรรมสูง ส่งผลให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญทุนชุมชนในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonnua et al. (2024, 1–21) ที่พบว่าทุนทางวัฒนธรรมและเครือข่ายทางสังคมเป็นกลไกสำคัญต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมในภาคเหนือ รวมทั้งวิจัยของ Costa et al. (2021, 289-313) ที่ระบุว่าทุนชุมชนเป็นกลไกหลักของการเรียนรู้ร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมา ประเด็นสำคัญที่สุด คือ การกำหนดพันธกิจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพันธกิจทำหน้าที่เป็นกรอบกำกับทิศทางการดำเนินงานและสร้างความเข้าใจร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สัมพันธ์กับวิจัยของ Sheehy et al. (2021, 5965) สรุปว่าพันธกิจที่ชัดเจนช่วยเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจกับเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ขณะที่วิจัยของ Bansal et al.

(2019, 1091) ชี้ว่าพันธกิจยังช่วยสร้างความชอบธรรมและความเชื่อมั่นต่อองค์กร รองลงมา คือ การดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสะท้อนพันธกิจสู่การปฏิบัติจริง และช่วยเสริมสร้างทุนทางสังคม ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์เชิงบวก (Boonnual et al. 2024; Jayawardhana et al. 2022) ส่วนการวัดและรายงานผลกระทบทางสังคมแม้อยู่ลำดับที่สาม แต่มีบทบาทต่อความโปร่งใสและธรรมาภิบาล โดยวิจัยของ Costa et al. (2021, 289-313) ระบุว่าผลกระทบช่วยสะท้อนระหว่างพันธกิจกับผลลัพธ์จริง และเพิ่มความน่าเชื่อถือในสายตาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านนวัตกรรมธุรกิจ แม้จะอยู่ลำดับสุดท้าย แต่ยังมีความสำคัญระดับมากเช่นกัน โดยเฉพาะการพัฒนาช่องทางรายได้ที่หลากหลาย ช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินและเพิ่มความมั่นคงในการดำเนินงาน วิจัยของ Tykkyläinen et al. (2021) และ Nair (2022) ชี้ว่าการมีรายได้หลายแหล่งช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและศักยภาพในการขยายผลกระทบทางสังคม อีกทั้ง Satar (2022, 813-821) ยังเน้นว่า BI เป็นกลไกเชื่อมโยงความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ การสร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอกช่วยเติมเต็มข้อจำกัดทรัพยากรและเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วม (Reineke et al. 2026; Kamaludin et al. 2026) และลำดับที่สาม คือ การใช้เทคโนโลยีเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภคโดยตรง งานวิจัยของ Pholphirul et al. (2023) และ ICBIR (2022) ชี้ว่านวัตกรรมช่วยลดคนกลาง เพิ่มมูลค่าและขยายตลาดให้ชุมชน

ผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า บทบาทของทุนชุมชนมีความสัมพันธ์ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด เพราะทุนชุมชนกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ร่วมและนวัตกรรมทางสังคม โดยเฉพาะเครือข่ายและภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญช่วยให้เกิดนวัตกรรมทางสังคมที่ตอบโจทย์การพัฒนาอย่างยั่งยืน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการจัดการทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahmad et al. (2026, 139-184) สรุปว่าทุนชุมชนเป็นฐานทางสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาแนวคิด และพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงลึกและยั่งยืน รวมถึงงานวิจัยของ Satjasomboon, et al. (2024, 121–137) สรุปว่าความตั้งใจของผู้ประกอบการเพื่อสังคมเน้นการแก้ไขปัญหาสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Boonnual et al. (2024, 1–21) สรุปว่าทุนชุมชนเอื้อต่อการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคม การมีทุนชุมชนที่สูงช่วยให้องค์กรสามารถเชื่อมโยงผลประโยชน์ของธุรกิจเข้ากับผลประโยชน์ของชุมชนเกิดการสร้างคุณค่าร่วม ซึ่งเป็นหัวใจของความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคใหม่

รองลงมา คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของคณะกรรมการวิสาหกิจเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์ต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม เพราะช่วยให้เกิดระบบการบริหารจัดการที่โปร่งใส และการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของความยั่งยืนทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม หากคณะกรรมการที่มีจิตสำนึกทางสังคมสูงมักเปิดโอกาสให้ภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ชุมชนท้องถิ่น พนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและดำเนินงานด้วย CSR ย่อมส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีความยืดหยุ่น และได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากเครือข่ายภายนอก สัมพันธ์กับวิจัยของ Conesa-Carril et al. (2025, 1-37) ชี้ว่าการนำ

CSR เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ และมีผลเชิงบวกต่อเสถียรภาพทางการเงินและชื่อเสียงขององค์กร และงานวิจัยของ Boonnual et al. (2024, 1–21) เสริมว่าคณะกรรมการที่ยึดมั่นในหลักของ CSR มักส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านการผลิตและการจัดสรรผลประโยชน์ ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมและสร้างความยั่งยืนเชิงสังคม รวมถึงงานวิจัยของ Ghosh et al. (2024, 1–30) ชี้นำว่ากิจกรรม CSR ที่เกิดจากคณะกรรมการย่อมจะช่วยให้วิสาหกิจเพื่อสังคมบรรลุความยั่งยืนแบบ Triple Bottom Line คือ มีทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงทั้ง 3 มิตินี้ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

สุดท้าย ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์ต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม เพราะ CC เป็นทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้ เช่น ทุนทางเศรษฐกิจและทุนที่จับต้องไม่ได้ เช่น เครือข่ายทางสังคม ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม ทุนเหล่านี้ช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ เพิ่มความมั่นคงทางเศรษฐกิจและลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจในระยะยาว โดยงานวิจัยของ Ahmad et al. (2026, 139-184) สรุปว่าการมีเครือข่ายชุมชนที่แน่นแฟ้นและความไว้วางใจระหว่างสมาชิก ซึ่งต่างก็เป็นทุนชุมชนที่ทำให้เกิดการร่วมมือและตัดสินใจอย่างมีส่วนร่วมส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีความต่อเนื่องและยั่งยืนมากขึ้น อีกทั้งงานวิจัยของ Avalo-Ortega et al. (2020, 7779) และ Ahmad et al. (2026, 139-184) แนะนำว่า CC เป็นแหล่งบ่มเพาะนวัตกรรมทางสังคมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองตลาดยุคใหม่และสร้างรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งผลวิจัยของ Ghimire (2023, 45–60) สนับสนุนว่า CC เอื้อต่อการสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างวิสาหกิจกับภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน ทำให้เกิดเครือข่ายการพัฒนาแบบบูรณาการ ซึ่งช่วยให้วิสาหกิจเหล่านี้เข้าถึงทรัพยากรและตลาดได้มากขึ้น

ผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการทดสอบบทบาทนวัตกรรมธุรกิจที่กำกับทุนชุมชนไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่าความสัมพันธ์ระหว่าง CC และ CSR เปลี่ยนแปลงไปตามระดับของ IB ซึ่ง IB ทำหน้าที่แทนบางส่วนของบทบาททุนชุมชน โดยเฉพาะวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มี IB สูง กลไกการสร้างคุณค่าทางสังคม เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม หรือโมเดลธุรกิจเพื่อชุมชนจะเกิดขึ้นจากเทคโนโลยี กระบวนการจัดการและแนวคิดเชิงกลยุทธ์มากกว่าการพึ่งพา CC และทุนวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม สัมพันธ์กับงานวิจัยของ Ahmad et al. (2026, 139-184) เสนอว่าพลังของทุนชุมชนที่เคยส่งผลโดยตรงต่อCSR จะลดลง หากองค์กรใช้ IB เป็นเครื่องมือหลักในการตอบสนองต่อสังคมแทนทุนชุมชนบางส่วนได้ โดยที่วิสาหกิจเพื่อสังคมดั้งเดิมที่เคยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต อาจเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีการผลิตสะอาด เพื่อสร้างผลลัพธ์ทางสังคมแทนการพึ่งพาเครือข่ายชุมชนโดยตรง สัมพันธ์กับงานวิจัยของ Boonnual et al. (2024, 1–21) พบว่าในระยะเริ่มต้นของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทุนชุมชนมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อความรับผิดชอบต่อสังคม แต่เมื่อองค์กรเติบโตมากขึ้นและนำ IB เข้ามาประยุกต์ใช้ CC กลับทำหน้าที่สนับสนุนมากกว่าขับเคลื่อนโดยตรง ตลอดจนงานวิจัยของ Vovk et al. (2025, 44–58) อธิบายว่า CSR ที่มีการขับเคลื่อนด้วย IB ย่อมเป็นกลยุทธ์หลักขององค์กรที่มีความยั่งยืน กล่าวคือ CC ยังคงเป็นฐานของคุณค่าทางสังคม แต่กลไกของ CSR ต่อสังคมถูกส่งต่อให้กับนวัตกรรมขององค์กร สรุปว่าการที่ IB ทำหน้าที่ในการกำกับ CC และ

CSR อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าเมื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมมีระดับ IB สูงขึ้น การใช้ CC โดยตรงในการขับเคลื่อน CSR จะลดความสำคัญลง เนื่องจาก IB เข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ที่เปลี่ยน CC ให้กลายเป็นคุณค่าทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

ในทางตรงกันข้าม ผลการทดสอบการกำกับในเส้นทางระหว่าง CSR ไปสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม กลับพบว่า IB ไม่มีบทบาทในการกำกับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้นั้น สรุปได้ถึงข้อจำกัดเชิงบริบทของวิสาหกิจเพื่อสังคมในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย อาทิ ข้อจำกัดด้านพันธกิจทางสังคมของกิจการ ซึ่งพันธกิจทางสังคมไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงกิจกรรมเสริม หรือเครื่องมือการตลาดเหมือนธุรกิจทั่วไป แต่เป็นแก่นแท้ขององค์กร ดังนั้น การดำเนินงานด้าน CSR จึงเป็นการตอบสนองต่อพันธกิจหลักโดยตรง และส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กรอยู่แล้วอย่างเป็นธรรมชาติ โดยไม่ต้องอาศัยระดับของ IB มาเป็นตัวช่วยเร่งหรือเพิ่มผลกระทบแต่อย่างใด สอดคล้องกับแนวคิดของ Sheehy et al. (2021, 5965) ที่ระบุว่า CSR ในวิสาหกิจเพื่อสังคมถูกหลอมรวมอยู่ในตรรกะการดำเนินงานหลัก

สำหรับข้อจำกัดด้านขนาดองค์กรและทรัพยากร วิสาหกิจเพื่อสังคมและกลุ่มกิจการเพื่อสังคมส่วนใหญ่ในภาคเหนือของประเทศไทยเป็นกิจการขนาดเล็ก หรือธุรกิจฐานรากที่พึ่งพิงเงินทุนส่วนตัวและทุนครอบครัว (The National Social Enterprise Promotion Committee, 2020) ทำให้มีทรัพยากรทางการเงินและกำลังคนจำกัด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Tykkyläinen et al. (2021) ชี้ว่า IB ที่มีอยู่จึงอาจเป็นเพียงนวัตกรรมระดับพื้นฐานที่ไม่เข้มแข็งหรือมีขนาดใหญ่พอที่จะสร้างผลกระทบต่อความยั่งยืนในระดับโครงสร้างองค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงข้อจำกัดด้านความพร้อมเทคโนโลยีและความสามารถทางเทคโนโลยี บริบทผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมภาคเหนือส่วนหนึ่งเป็นผู้สูงอายุและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งข้อมูลของ NESDC (2023) และ Wongwirach et al. (2024, 94–119) สรุปว่าวิสาหกิจยังขาดแคลนทักษะดิจิทัล การเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ และความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ส่งผลให้ IB ยังไม่ถูกนำมาประยุกต์ใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพในการแปลงกิจกรรม CSR ไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงพาณิชย์ หรือความยั่งยืนในระยะยาวได้อย่างเต็มที่

ข้อค้นพบนี้ไม่ได้ปฏิเสธแนวคิดเสริมพลังของ Ahmad et al. (2026, 139-184) โดยสิ้นเชิง แต่ชี้ให้เห็นเงื่อนไขขอบเขตว่าอิทธิพลเสริมพลังของ IB อาจเกิดเฉพาะในบริบทที่ CC กับนวัตกรรมทำงานเสริมกัน ขณะที่บริบทวิสาหกิจเพื่อสังคมภาคเหนือไทยที่ทุนชุมชนเข้มแข็งมากอยู่แล้ว IB กลับทำหน้าที่ทดแทนมากกว่าเสริมพลัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sheehy et al. (2021) สนับสนุนว่า CSR เป็นแก่นอัตลักษณ์กำหนดทิศทางการดำเนินงานทั้งหมด และงานวิจัยของ Jayawardhana et al. (2022, 21582440221123200) เสนอว่า CSR ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและความชอบธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และทฤษฎีทุนทางสังคม ซึ่งถือเป็นทุนทางสังคมที่สนับสนุนการดำรงอยู่ในระยะยาว ถึงแม้ระดับ IB จะแตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่าง CSR และความยั่งยืนยังคงปรากฏอย่างต่อเนื่อง และงานวิจัยของ Tykkyläinen et al. (2021) สรุปว่าข้อจำกัดของทรัพยากรของวิสาหกิจเพื่อสังคม อาจทำให้ IB ยังไม่

เข้มแข็งพอที่จะเสริมพลังความสัมพันธ์ดังกล่าว ถึงแม้จะกระจายแหล่งรายได้ที่ช่วยเพิ่มความมั่นคง แต่ผลลัพธ์ยังขึ้นกับศักยภาพการจัดการทรัพยากรและเป้าหมายทางสังคมกับข้อจำกัดเชิงพาณิชย์ อาจลดศักยภาพของ IB ในการสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ได้เช่นกัน ซึ่งสะท้อนความเชื่อมโยงกับทฤษฎี Triple Bottom Line ที่การบรรลุความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ต้องอาศัยการประสานกันระหว่างทรัพยากร บริบทองค์กร และกลยุทธ์ที่เหมาะสมอย่างเป็นระบบ

สรุป (Conclusion)

สรุปได้ว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมไม่เกิดขึ้นได้จากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงลำพัง แต่ต้องบูรณาการระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและนวัตกรรมธุรกิจอย่างสมดุล โดยนวัตกรรมธุรกิจมีบทบาทกำกับเชิงลบ เมื่อองค์กรมีนวัตกรรมสูงขึ้น ความสำคัญของทุนชุมชนต่อการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมลดลง แสดงถึงการเปลี่ยนผ่านจากทุนชุมชนไปสู่ทุนทางเทคโนโลยีทางสังคม ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมยังส่งผลโดยตรงต่อความยั่งยืนของกิจการ โดยไม่ต้องผ่านนวัตกรรม ซึ่งสะท้อนว่าการดำเนินงานของความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม อาจจะนำนวัตกรรมธุรกิจอธิบายพลวัตของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในวิสาหกิจเพื่อสังคมได้บางสถานการณ์เท่านั้น

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภาครัฐควรจัดตั้งศูนย์สนับสนุนนวัตกรรมเพื่อสังคม เพื่อส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ เทคโนโลยีและเครื่องมือด้านนวัตกรรมได้อย่างเท่าเทียม โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทหรือภูมิภาคที่มีทุนชุมชนเข้มแข็ง แต่ขาดทรัพยากรด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติและกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ควรร่วมกันผลักดันนโยบายดังกล่าว

1.2 ควรมีการส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือเชิงนโยบายระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและองค์ความรู้ระหว่างกัน เช่น โครงการจับคู่ธุรกิจ โดยช่วยให้ทุนชุมชนได้รับการต่อยอดด้วยนวัตกรรมจากภาคเอกชน และสร้างความยั่งยืนร่วมกัน

1.3 ผู้บริหารวิสาหกิจเพื่อสังคมควรจัดทำนโยบายและระบบติดตามประเมินผลที่สามารถวัดผลลัพธ์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม โดยกำหนดตัวชี้วัดผลกระทบทางสังคม (Social Impact Indicators) ควบคู่กับการจัดทำรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินประสิทธิผลของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนใช้ข้อมูลดังกล่าวประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

1.4 ผู้ประกอบการและผู้บริหารวิสาหกิจเพื่อสังคม ควรกำหนดนโยบายที่บูรณาการทุนชุมชน เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เครือข่ายความร่วมมือ ทรัพยากรในพื้นที่และการมีส่วนร่วมของประชาชน เข้ากับนวัตกรรมธุรกิจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ และรูปแบบธุรกิจใหม่อย่างเป็นระบบ เนื่องจากผลการวิจัย

ชี้ให้เห็นว่า นวัตกรรมธุรกิจช่วยเสริมให้ทุนชุมชนสามารถแปรเปลี่ยนเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจเพื่อสังคมในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรเพิ่มตัวแปรแทรกกลาง เช่น ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือการจัดการความรู้ขององค์กร ซึ่งอาจมีบทบาทส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างทุนชุมชน CSR และนวัตกรรมธุรกิจไปสู่ความยั่งยืน

2.2 ควรมีการเชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG และ ESG เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบนโยบายระดับชาติ และช่วยยกระดับงานวิจัยวิสาหกิจเพื่อสังคมไทยเข้าสู่มาตรฐานสากล

3. ข้อจำกัดของการวิจัย

3.1 การวิจัยครั้งนี้ใช้การออกแบบการวิจัยแบบภาคตัดขวาง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาเดียว จึงสามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรตามกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ แต่ยังไม่สามารถยืนยันความเป็นเหตุและผลได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรใช้การวิจัยแบบตามช่วงเวลาหรือการออกแบบการวิจัยเชิงทดลอง เพื่อยืนยันทิศทางของความสัมพันธ์และตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของทุนชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคม นวัตกรรมธุรกิจและความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมในระยะยาวได้

เอกสารอ้างอิง (References)

Ahmad, M., Wu, Q., & Sualeh Khattak, M. (2026). Linking green intellectual capital to sustainability and sustainable business model innovation in manufacturing SMEs: the role of green dynamic capability. *Journal of Intellectual Capital, 27*(1), 139-184. https://doi.org/10.1108/JIC-10-2024-0314

Alter, K. (2007). *The Four Lenses Strategic Framework: Toward an Integrated Social Enterprise Methodology*. Social Enterprise, Typology.

Avalo-Ortega, J. A., Yagüe-Blanco, J. L., Vara-Horna, A., & Cangahuala Allain, G. (2020). Mediation effect of adaptive planning between social capital and business innovation: Application to a community of Pisco producers in Peru. *Sustainability, 12*(18), 7779. https://doi.org/10.3390/su12187779

Bansal, S., Garg, I., & Sharma, G. D. (2019). Social entrepreneurship as a path for social change and driver of sustainable development: A systematic review and research agenda. *Sustainability, 11*(4), 1091. https://doi.org/10.3390/su11041091

Bataineh, M. J., Sánchez-Sellero, P., & Marcuello, C. (2023). Toward sustainability: The role of social entrepreneurship in creating social-economic value in renewable energy social

enterprises. *Revista de Economía y Empresa, 37*(1), 1–15. https://zaguan.unizar.es/record/126869

Boonnual, C., Boonnual, T., & de Correa, M. (2024). Social capital and corporate social responsibility: Pathways to the sustainability of community enterprises in Chumphon Province. *International Journal of Professional Business Review*. 9(1), 1-21. https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i1.4174

Brennan, R. L. (1972). A generalized upper-lower item discrimination index. *Educational and Psychological Measurement, 32*(2), 289–303. https://doi.org/10.1177/001316447203200206

Byrne, B. M. (2016). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming* (3rd ed.). Routledge.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons, 34*(4), 39-48. https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G

Conesa-Carril, M. C., Larrán-Jorge, M., Martinez-Martinez, D., & Herrera-Madueño, J. (2025). Enhancing sustainability reporting in state-owned enterprises: an action research approach. *Social and Environmental Accountability Journal*, 1-37. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0969160X.2025.2600000

Costa, E., & Andreaus, M. (2021). Social impact and performance measurement systems in an Italian social enterprise: A participatory action research project. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management, 33*(3), 289-313. https://doi.org/10.1108/JPBAFM-02-2020-0012

Satar, M. S. (2022). Sustainability and triple bottom line planning in social enterprises: Developing the guidelines for social entrepreneurs. *International Journal of Sustainable Development and Planning, 17*(3), 813-821. https://doi.org/10.18280/ijsdp.170311

Dees, J. G., & Elias, J. (1998). The challenges of combining social and commercial enterprise [Review of University-Business Partnerships: An Assessment by Norman E. Bowie]. *Business Ethics Quarterly, 8*(1), 165–178. https://philpapers.org/rec/DEETCO-3

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39–50. https://doi.org/10.1177/002224378101800104

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Gál, K., & Pásztor, R. G. (2022). Theoretical aspects of social enterprises. *Papers in Arts and Humanities, 2*(2), 125-145. https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1084131

Ghimire, B. J. (2023). Three pillars of sustainable development: Challenges versus achievements. *Journal of Sustainable Development Policy and Justice, 1*(2), 45–60. https://doi.org/10.3126/jsdpj.v1i02.58266

Ghosh, S., Ray, S., Nair, R., Nath, S., & Bishu, R. (2024). Exploring the sustainability of social enterprises: A scoping review. *Journal Sustainability Research, 6*(3), 1-30. https://doi.org/10.20900/jsr20240044

Hagedoorn, J., Haugh, H., Robson, P., & Sugar, K. (2023). Social innovation, goal orientation, and openness: Insights from social enterprise hybrids. *Small Business Economics, 60*(1), 173–198. https://doi.org/10.1007/s11187-022-00643-4

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review, 31*(1), 2-24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

ICBIR. (2022). Level up, Community-based tourism: An analysis of Thailand's tourism social enterprise: Case Study of Local Alike. In *7th International Conference on Business and Industrial Research*. IEEE. https://doi.org/10.1109/icbir54589.2022.9786464

Jayawardhana, K., Fernando, I., & Siyambalapitiya, J. (2022). Sustainability in social enterprise research: A systematic literature review. Sage Open, 12(3), 21582440221123200. https://doi.org/10.1177/21582440221126269

Kamaludin, M. F., Xavier, J. A., Selvachandran, G., & Quek, S. G. (2026). Is Mission Agility A Catalyst for Sustainability Through Exogenous Shocks in Social Entrepreneurship?. Journal of Social Entrepreneurship, 1-29. https://doi.org/10.1080/19420676.2026.2619098

Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). Guilford Press.

Kline, R. B. (2023). Principles and Practice of Structural Equation Modeling (5th ed.). Guilford Press.

Kramer, M. R., & Porter, M. (2011). *Creating Shared Value*. Boston, MA: FSG.

Nair, P. B. (2022). Embracing hybridity: A business model innovation for sustainable social enterprises. International Journal of Business and Society, 23(3), 1600–1617. https://doi.org/10.33736/ijbs.5186.2022

National Economic and Social Development Council. (2023). *Policy dialogue: Creating an environment conducive to the development of social enterprises in Thailand*. https://www.nesdc.go.th

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

OECD. (2018). *OECD science, technology and innovation outlook 2018: Adapting to technological and societal disruption* (OECD Publishing). https://doi.org/10.1787/sti_in_outlook-2018-en

Office of Social Enterprise Promotion. (2024). *Statistical Data on Registered Social Enterprises and Social Businesses.* https://www.osep.or.th/?utm_source=chatgpt.com

Office of the National Higher Education, Science, Research and Innovation Policy Council. (2026). *Social Enterprise: A Business Model Integrating Economic and Social Value for Sustainable Growth*. https://www.nxpo.or.th

Pfajfar, G., Shoham, A., Małecka, A., & Zalaznik, M. (2022). Value of corporate social responsibility for multiple stakeholders and social impact – relationship marketing perspective. *Journal of Business Research, 143,* 46–61. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.051

Pholphirul, P., Kwanyou, A., Rukumnuaykit, P., Charoenrat, T., & Srijamdee, K. (2023). Social network analysis and network centrality in community enterprises: evidence from One Tambon One Product entrepreneurship program in border Thailand. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies. 16* (4), 1118–1143. https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2022-0106

Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: America's declining social capital. In *Culture and politics: A reader* (pp. 223-234). New York: Palgrave Macmillan US.

Reineke, R. D., & Gottschall, O. (2026). Sustainable learning architectures for corporate universities as platforms for intrapreneurship and change in an international context. In *Innovating Business and Education for Sustainable Development* (pp. 443-473). Cham: Springer Nature Switzerland.

Satjasomboon, S., Thechatakerng , P., Srinaruewan, P., & Sukphan, J. (2024). Social Business Model Innovation Towards Sustainability in the Upper Northern Region of Thailand. *School of Administrative Studies Academic Journal, 7*(2), 121–137. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SASAJ/article/view/267763

Schumpeter, J. A. (1934) *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credits, interest, and the business cycle*. Transaction Publishers, Piscataway.

Shabbir, M. S. (2025). Corporate sustainability reimagined: A bibliometric–systematic literature review of governance, technology, and stakeholder‐driven strategies for SDG impact. *Business Strategy and the Environment, 34*(7), 9203-9222. https://doi.org/10.1002/bse.70070

Sheehy, B., & Farneti, F. (2021). Corporate social responsibility, sustainability, sustainable development and corporate sustainability: What is the difference, and does it matter? *Sustainability, 13*(11), 5965. https://doi.org/10.3390/su13115965

The National Science and Technology Development Agency (NSTDA). (2018). *National Strategy B.E. 2561–2580 (2018–2037)*. https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/ratchakitcha-national-strategy-2561-2580/

The National Social Enterprise Promotion Committee. (2020). *Global Social Enterprise; The state of supported by social enterprise in Thailand*. https://www.britishcouncil.org/

Tykkyläinen, S., & Ritala, P. (2021). Business model innovation in social enterprises: An activity system perspective. *Journal of Business Research,* 125, 684–697. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.045

United Nations ESCAP. (2024). *Social enterprise landscape in northern Thailand: towards inclusive growth.* Bangkok: UN ESCAP Asia-Pacific.

Vovk, R., Agres, O., Shkromyda, V., Sadura, O., Duma, O., Kaminskyi, L.-R., & Bliumska-Danko, K. (2025). The impact of corporate social responsibility on company profits. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, 12(*2). 44–58. https://journals.pnu.edu.ua/index.php/jpnu/article/view/6917

Wirotthitiyawong, N., Limpasirisuwan, N., Thaodon, A., Wimuttisuksuntorn, W., & Champahom, T. (2025). The roles of social entrepreneur competencies and social innovation in sustainable social entrepreneurship in Thailand. *Administrative Sciences, 15*(6), 222. https://doi.org/10.3390/admsci15060222

Wongwirach, K., & Meksuwan, A. (2024). The influence of Entrepreneurial Characteristics, Business Networks, and Entrepreneurial Competencies on the Social Entrepreneurship Orientation of Community Product Entrepreneurs in Northern Thailand. *Journal of the Association of Researchers, 29*(4), 94–119. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/274907

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การพัฒนาสมรรถนะการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย ด้วยแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE สำหรับนักศึกษาครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Development of Competency in Creating Supplementary Materials and Thai Textbooks via Creative Learning Approach and ADDIE Model for Education Students at Chiang Mai Rajabhat University

พิชญพรพรรณ ศรีมูลเรือง*

Pitchayapornpan Srimoonrueang*

ภาควิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
202, ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่, 50300 ประเทศไทย
Department of Thai Language, Chiang Mai Rajabhat University,
202, Changpheuk Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province, 50300 Thailand

***รับบทความ**: 3 กรกฎาคม 2568 **ปรับปรุงบทความ**: 26 สิงหาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 31 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE เพื่อส่งเสริมสมรรถนะด้านการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยของนักศึกษาครุศาสตร์ 2) เปรียบเทียบสมรรถนะของนักศึกษาครุศาสตร์ในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น 3) ประเมินคุณภาพของเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยที่นักศึกษาผลิตขึ้นหลังเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ และ 4) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา THED3504 การสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2569 จำนวน 28 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: Pitchayapornpan_ana@cmru.ac.th

Sampling) เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 1) แผนกิจกรรมการเรียนรู้ 2) แบบประเมินสมรรถนะจากภาระงาน 3) แบบประเมินคุณภาพ และ 4) แบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร้อยละ และการทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิจัยพบว่า 1) กิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE จำนวน 5 แผน รวม 15 ชั่วโมง มีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.46) 2) นักศึกษามีสมรรถนะหลังเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (t = 15.26, p < .001) 3) เอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยที่นักศึกษาผลิตขึ้นมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.49) และ 4) นักศึกษามีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.46) โดยด้านการใช้ประโยชน์ในวิชาชีพครูมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.42)

คำสำคัญ

การพัฒนาสมรรถนะ, การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์, เอกสารเสริมประสบการณ์, หนังสือเรียนภาษาไทย, โมเดล ADDIE

***Received**: July 3, 2025* ***Revised**: August 26, 2026* ***Accepted**: August 31, 2026*

Abstract

This research aimed to: 1) develop and design learning activities based on the Creative Learning Approach integrated with the ADDIE Model to enhance teacher education students' competencies in creating supplementary learning materials and Thai language textbooks; 2) investigate the competencies of teacher education students in creating supplementary learning materials and Thai language textbooks before and after participating in the developed learning activities; 3) evaluate the quality of the supplementary learning materials and Thai language textbooks produced by the students after participating in the learning activities; and 4) evaluate the quality of the supplementary learning materials and Thai language textbooks produced by the students after participating in the learning activities. The sample consisted of 28 Thai language teacher education students at Chiang Mai Rajabhat University enrolled in the course THED3504: Creating Supplementary Learning Materials and Thai Language Textbooks during the first semester of the 2026 academic year. The participants were selected using cluster sampling. The research instruments consisted of: (1) learning activity plans, (2) a performance-based competency assessment, (3) a quality assessment form for supplementary

learning materials and Thai language textbooks, and (4) a student satisfaction questionnaire. The data were analyzed using mean, standard deviation, percentage, and t-test. The results revealed that: (1) the learning activities based on Creative Learning integrated with the ADDIE model, consisting of five lesson plans totaling 15 hours, were rated at the highest level of appropriateness overall ($\bar{x}$ = 4.65, S.D. = 0.46); (2) the students' competency after participating in the learning activities was significantly higher than before participation at the .01 level ($t = 15.26$, $p < .001$); (3) the supplementary learning materials and Thai language textbooks produced by the students were rated at the highest level of quality overall ($\bar{x}$ = 4.56, S.D. = 0.49); and (4) the students' overall satisfaction with the learning activities was at the highest level ($\bar{x}$ = 4.68, S.D. = 0.46), with the highest mean score found in the aspect of usefulness for the teaching profession ($\bar{x}$ = 4.75, S.D. = 0.42)

Keywords

Competency Development; Creative Learning Approach; Supplementary Learning Materials; Thai Language Textbooks; ADDIE Model

บทนำ (Introduction)

ภาษาไทยถือเป็นภาษาหลักในกระบวนการเรียนการสอนของประเทศไทย มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ วัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ส่งเสริมความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมไทย ภาษาไทยยังเป็นสื่อกลางในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติทั้งด้านศิลปะ วรรณกรรม ประเพณี และความเชื่อทางศาสนา การศึกษาและพัฒนาทักษะภาษาไทยจึงมิใช่เพียงการเสริมสร้างความสามารถด้านการสื่อสาร แต่ยังเป็นการส่งเสริมความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทย สมรรถนะดังกล่าวยังสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพครูตามข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2565 ซึ่งมุ่งเน้นให้ครูมีความสามารถในการออกแบบและจัดการเรียนรู้ การพัฒนาสื่อและนวัตกรรมทางการศึกษา ตลอดจนการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีคุณภาพ โดยครูในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านการคิดสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยี และการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน นอกจากนี้ การจัดการเรียนรู้ภาษาไทยยังมีบทบาทสำคัญในการสืบทอด อนุรักษ์ และส่งเสริมคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่และพัฒนาอย่างยั่งยืน ตลอดจนพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะที่สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพครูและการเปลี่ยนแปลงของสังคมในศตวรรษที่ 21 (คุรุสภา, 2565, 1-31) การศึกษาวิชาภาษาไทยไม่เพียงเสริมสร้างทักษะการสื่อสาร แต่ยังพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และทักษะการวิเคราะห์ โดยเฉพาะนักศึกษาครูซึ่งมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความรู้และปลูกฝังทักษะทางภาษาแก่

ผู้เรียนในอนาคต การมีความรู้และทักษะภาษาไทยที่เข้มแข็งช่วยพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอน ส่งเสริมการสร้างสื่อที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับบริบทที่หลากหลาย รวมทั้งสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างยืดหยุ่นและมีประสิทธิผล (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2560, 1–10)

แม้ว่าการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาจะมุ่งเตรียมความพร้อมด้านวิชาการและวิชาชีพ โดยเฉพาะนักศึกษาครุศาสตร์ในฐานะว่าที่ครู แต่พบว่านักศึกษาครูจำนวนไม่น้อยยังขาดสมรรถนะในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยอย่างมีคุณภาพ จากการทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผ่านมาพบว่า นักศึกษามีสมรรถนะด้านการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยร้อยละ 46.25 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่ภาควิชากำหนดไว้ที่ร้อยละ 80 (ภาควิชาภาษาไทย, 2566, 4-9) ปัญหาดังกล่าวสะท้อนข้อจำกัดด้านทักษะที่จำเป็นหลายมิติทั้งการวางแผนการเรียนรู้ การออกแบบกิจกรรม การพัฒนาสื่อ และการเลือกเนื้อหาให้สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของผู้เรียน ดังที่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปริญญา วิวรรธมงคล และอรพรรณ ส่งเสริม (2568, 103-116) ที่พบว่า การจัดการเรียนรู้ที่มุ่งส่งเสริมการออกแบบสื่อสำหรับนักศึกษาครูสามารถช่วยพัฒนาความสามารถในการออกแบบสื่อเพื่อการจัดการเรียนรู้ได้ขณะที่ ชนาธิป บุบผามาศ (2565, 1-14) พบว่า การพัฒนาความสามารถด้านการออกแบบของนักศึกษาครูควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้าและลงมือปฏิบัติจริงอย่างเป็นระบบ เพื่อเชื่อมโยงความรู้กับการออกแบบการจัดการเรียนรู้และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในบริบทการปฏิบัติจริงได้

จากการวิเคราะห์สภาพการจัดการเรียนการสอนปัจจุบันของคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า แม้การเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องจะมุ่งเน้นการบูรณาการความรู้ภาษาไทยกับการผลิตสื่อการสอน แต่ส่วนใหญ่ยังคงเน้นทฤษฎีและการบรรยาย ขาดการลงมือปฏิบัติ ขาดการสร้างสรรค์ผลงานอย่างเป็นระบบและการสะท้อนผลการเรียนรู้ ส่งผลให้นักศึกษาเกิดช่องว่างระหว่างสภาพการเรียนการสอนปัจจุบันกับสมรรถนะที่ต้องการพัฒนากล่าวคือ นักศึกษายังขาด (1) ทักษะการออกแบบและการประยุกต์ความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นสื่อที่เหมาะสมกับผู้เรียน (2) โอกาสในการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง (hands-on learning) (3) ความสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ภาษาไทยเข้ากับการสร้างสื่อที่มีคุณภาพ และ (4) ทักษะการประเมินและพัฒนาผลงานสื่ออย่างต่อเนื่อง

ในขณะเดียวกัน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้กำหนดคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ไว้ให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2565, 66) สมรรถนะด้านการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้นักศึกษาครูบรรลุคุณลักษณะดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม สมรรถนะดังกล่าวยังสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพครู โดยเฉพาะมาตรฐานความรู้และประสบการณ์วิชาชีพที่เน้นความสามารถในการออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ การจัดกิจกรรมที่เหมาะสมและการประเมินผลการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับ

มาตรฐานการปฏิบัติงานที่กำหนดให้ครูสามารถเลือกใช้ และผลิตสื่อที่สอดคล้องกับผู้เรียน มาตรฐานคุณธรรมจรรยาบรรณที่เน้นความรับผิดชอบ ประโยชน์สูงสุดของผู้เรียน (คุรุสภา, 2565 , 42)

ในระดับนานาชาติการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาความสามารถของนักศึกษาครูในการออกแบบการเรียนรู้และสร้างนวัตกรรมทางการศึกษา ดังที่ Jeffrey & Craft (2004, 77-87) เสนอว่าการพัฒนาครูยุคใหม่ควรมุ่งให้ผู้เรียนเรียนรู้ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ โดยเปิดโอกาสให้ตั้งคำถาม ทดลองแนวทางใหม่ และสะท้อนคิด ซึ่งเป็นพื้นฐานของการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ขณะที่ Davies et al. (2013, 80-91) ระบุว่า สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ช่วยพัฒนาการคิดริเริ่ม การแก้ปัญหา และการสร้างผลงานใหม่ ซึ่งเป็นทักษะสำคัญของนักศึกษาครูในการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมทางการศึกษา และสอดคล้องกับ Beghetto & Kaufman (2014 , 53-69) กล่าวว่า การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาครูควรเน้นการลงมือปฏิบัติจริง (Learning by Doing) และการสร้างผลงานที่มีความหมาย ประยุกต์ใช้ออกแบบกิจกรรมสื่อการเรียนรู้ งานวิจัยด้านการพัฒนาสมรรถนะการสร้างเอกสารหรือหนังสือเรียน โดยบูรณาการการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์กับกระบวนการออกแบบอย่างเป็นระบบยังมีจำกัด

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการนำแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ (Creative Learning Approach) (Craft, 2005) มาประยุกต์ใช้ร่วมกับโมเดลการออกแบบการเรียนรู้ ADDIE เป็นกระบวนการที่มีขั้นตอนอย่างเป็นระบบช่วยพัฒนาสมรรถนะนักศึกษาครุศาสตร์ในการคิดสร้างสรรค์ ออกแบบ และผลิตเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับบริบทผู้เรียน และนำไปใช้ได้จริง ตลอดจนเสริมสร้างสมรรถนะวิชาชีพครูด้านการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพครู พ.ศ. 2565 และบริบทการศึกษาในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE สำหรับส่งเสริมสมรรถนะด้านการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยของนักศึกษาครุศาสตร์
2. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะของนักศึกษาครุศาสตร์ในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนา
3. เพื่อประเมินคุณภาพของเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยที่นักศึกษาผลิตขึ้นหลังเข้าร่วมกิจกรรม
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่ออกแบบขึ้นตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นทบทวนวรรณกรรมโดยศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลัก 5 ด้าน ได้แก่

1. แนวคิดเรื่องสมรรถนะทางวิชาชีพครู

“สมรรถนะ” (Competency) หมายถึง ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Boyatzis, 1982, 11-13) โดยสำหรับวิชาชีพครูสมรรถนะครอบคลุมทั้งด้านการออกแบบการเรียนรู้ การสร้างสื่อ การใช้เทคโนโลยี และการจัดการชั้นเรียนอย่างสร้างสรรค์

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ (Competency) มีรากฐานจาก McClelland (1973, 11–14) ซึ่งเสนอว่าสมรรถนะไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรู้หรือผลคะแนนเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการบูรณาการความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แสดงผ่านการปฏิบัติจริง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาครูด้านการออกแบบการเรียนรู้และสร้างสื่อการเรียนรู้ ต่อมา Spencer & Spencer (1993, 9–19) อธิบายว่า สมรรถนะเป็นคุณลักษณะพื้นฐานของบุคคลที่สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล ได้แก่ แรงจูงใจ อุปนิสัย มโนทัศน์เกี่ยวกับตนเอง ความรู้ และทักษะ สะท้อนว่าการพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษาครูต้องครอบคลุมทั้งความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติ และคุณลักษณะที่เอื้อต่อวิชาชีพ

ในบริบทการศึกษาร่วมสมัยแนวคิดสมรรถนะมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ความรู้ การแก้ปัญหา และการสร้างนวัตกรรม โดยเฉพาะวิชาชีพครูที่ต้องมีความสามารถด้านการออกแบบการเรียนรู้และการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนผู้เรียน ดังที่ Redecker (2020) อธิบายว่า สมรรถนะของครูในยุคดิจิทัลควรครอบคลุมความสามารถในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ การสร้างสรรค์ทรัพยากรการเรียนรู้ และการประเมินผลให้เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน ขณะที่ Falloon (2020, 2449-2472) พบว่า การพัฒนาสมรรถนะของครูในยุคใหม่ควรมุ่งเน้นการบูรณาการความรู้ ทักษะ และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษา เพื่อให้ครูสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยีได้

ตามกรอบมาตรฐานวิชาชีพครูของ คุรุสภา (2562, 5–8) การออกแบบ ผลิต ใช้ และประเมินเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย เป็นองค์ประกอบสำคัญของสมรรถนะด้านการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ โดยสรุปเป็น 4 ด้าน ได้แก่ (1) การวิเคราะห์และออกแบบ (Analysis & Design) (2) การผลิตและพัฒนา (Production & Development) (3) การใช้และการจัดการ (Utilization & Management) และ (4) การประเมินและปรับปรุง (Evaluation & Improvement)

จากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังกล่าวผู้วิจัยสังเคราะห์องค์ประกอบได้ ดังนี้

1. สมรรถนะด้านการวิเคราะห์และวางแผนการสร้างเอกสาร (Analysis and Planning Competency) สอดคล้องกับขั้น Analysis ของ ADDIE และแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์

2. สมรรถนะด้านการออกแบบเนื้อหาและโครงสร้างเอกสารอย่างสร้างสรรค์ (Creative Content Design Competency) สอดคล้องกับ Design ของ ADDIE และแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์

3. สมรรถนะด้านการพัฒนาและผลิตเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย (Material Development Competency) สอดคล้องกับขั้น Development ของ ADDIE และแนวคิดการพัฒนาสื่อของ Seels and Richey (1994)

4. สมรรถนะด้านการทดลองใช้และการจัดการเรียนรู้ด้วยเอกสารที่พัฒนา (Implementation Competency) สอดคล้องกับขั้น Implementation ของ ADDIE และแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์

5. สมรรถนะด้านการประเมินและปรับปรุงคุณภาพเอกสาร (Evaluation and Improvement Competency) สอดคล้องกับขั้น Evaluation ของ ADDIE และแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสมรรถนะการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยเป็นตัวแปรตาม 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) การวิเคราะห์และวางแผน (2) การออกแบบอย่างสร้างสรรค์ (3) การพัฒนาและผลิตเอกสาร (4) การนำไปใช้จัดการเรียนรู้ และ (5) การประเมินและปรับปรุงคุณภาพ ซึ่งบูรณาการแนวคิดสมรรถนะวิชาชีพครูการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์และโมเดล ADDIE และใช้เป็นกรอบในการพัฒนาเครื่องมือวิจัยต่อไป

2. แนวคิดเกี่ยวกับเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย

2.1 ความหมายของเอกสารเสริมประสบการณ์เรียนรู้ภาษาไทย

เอกสารเสริมประสบการณ์เรียนรู้ภาษาไทย หมายถึง สื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ควบคู่กับหนังสือเรียนหลัก เพื่อขยายและเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ให้หลากหลาย เชื่อมโยงกับชีวิตจริง และส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติและการประยุกต์ใช้ความรู้ (ทิศนา แขมมณี, 2566) ช่วยพัฒนาทักษะภาษาไทย การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร และการใช้ภาษาอย่างสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ประเภทและลักษณะของเอกสารเสริมประสบการณ์เรียนรู้ภาษาไทย

ทิศนา แขมมณี (2566, 56–60) จำแนกเอกสารเสริมประสบการณ์เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) แบบฝึกทักษะสำหรับฝึกทักษะภาษา (2) คู่มือ/เอกสารความรู้สำหรับขยายความรู้เพิ่มเติม (3) ชุดกิจกรรมที่บูรณาการเนื้อหากับกิจกรรมการเรียนรู้ และ (4) เอกสารประกอบการสอนเฉพาะเรื่องที่มุ่งเสริมความเข้าใจในหัวข้อหรือเนื้อหาเฉพาะด้าน นอกจากนี้แล้ว กาญจนา วัฒนกิจ (2565, 78–82) ได้แบ่งเอกสารเสริมประสบการณ์เป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) แบบฝึกทักษะภาษาไทย สำหรับฝึกทักษะเฉพาะด้าน (2) ชุดกิจกรรมเสริม ที่เน้นการมีส่วนร่วมและการทำกิจกรรม (3) คู่มือหรือเอกสารความรู้ สำหรับเสริมเนื้อหาจากหนังสือเรียน และ (4) เอกสารประกอบการสอนเฉพาะเรื่อง สำหรับขยายความรู้ในประเด็นเฉพาะด้าน

2.3 หลักการออกแบบเอกสารเสริมประสบการณ์เรียนรู้ภาษาไทย

ประภัสสร พูนสุข (2565, 201–205) นักวิชาการร่วมสมัยเสนอหลักการออกแบบเอกสารเสริมประสบการณ์ ได้แก่ (1) สอดคล้องกับหลักสูตรและมาตรฐานการเรียนรู้ (2) เนื้อหาชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ (3) เหมาะสมกับวัยและความสามารถของผู้เรียน (4) ส่งเสริมแรงจูงใจและการมีส่วนร่วม (5) รูปแบบทันสมัย อ่านง่าย และ (6) มีกิจกรรมสะท้อนคิดเพื่อประเมินและติดตามความก้าวหน้า ขณะที่กาญจนา

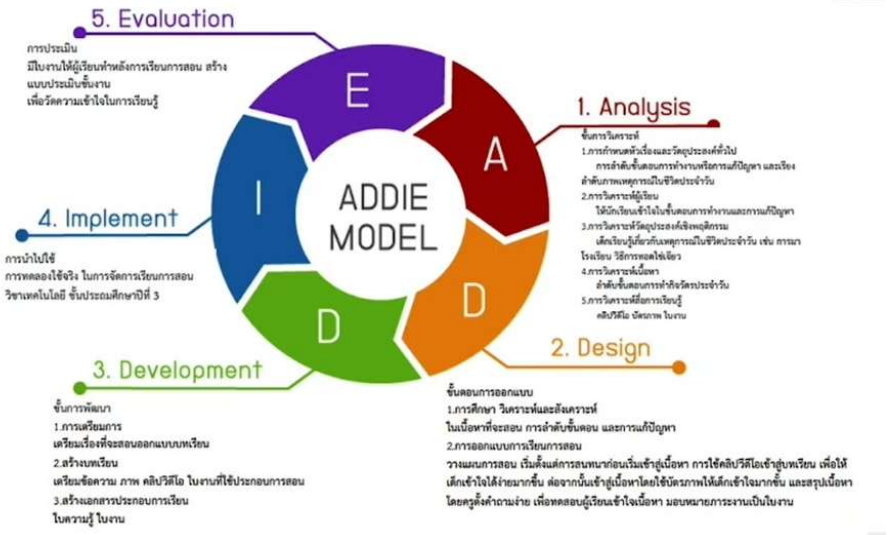
วิเศษสุวรรณภูมิ (2561, 102–108) ยังได้กล่าวถึง หลักการสำคัญในการออกแบบเอกสารเสริมประสบการณ์ ได้แก่ (1) สอดคล้องกับหลักสูตรและวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (2) เหมาะสมกับวัยและความสามารถของผู้เรียน (3) เนื้อหาถูกต้อง ทันสมัย น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับบริบทไทย (4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วม การคิดวิเคราะห์และความคิดสร้างสรรค์ (5) จัดรูปแบบ เนื้อหา ภาพประกอบ และองค์ประกอบต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และ (6) มีการประเมินผลเพื่อให้ผู้เรียนตรวจสอบและพัฒนาการเรียนรู้ของตนเอง

3. แนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ (Creative Learning)

Craft (2005, 40-45) กล่าวว่า การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์นั้นสนับสนุนให้ผู้เรียนได้ตั้งคำถาม กล้าคิด กล้าทำ และกล้าสร้างสรรค์ เป็นหัวใจสำคัญของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้เรียนที่ต้องผลิตสื่อหรือเอกสารการเรียนรู้ของตนเอง นอกจากนี้ Torrance (1965, 225) ยังได้กล่าวว่า การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์คือกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีโอกาสใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ผ่านกิจกรรมที่เน้นการแก้ปัญหา การคิดนอกกรอบ และการผลิตชิ้นงาน ในบริบทนักศึกษาครูแนวคิดนี้ช่วยพัฒนาทักษะการคิดเชิงออกแบบ การแก้ปัญหา การออกแบบและสร้างสื่ออย่างสร้างสรรค์ เปิดโอกาสให้แสดงความคิดอย่างหลากหลายให้สามารถผลิตสื่อน่าสนใจตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้

4. โมเดลการพัฒนา ADDIE

Branch (2009, 16–19) กล่าวว่า ADDIE เป็นกรอบการออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่เป็นระบบ มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) Analysis วิเคราะห์ผู้เรียน วัตถุประสงค์และบริบท (2) Design ออกแบบโครงสร้างและลำดับเนื้อหา (3) Development ผลิตสื่อหรือเอกสาร (4) Implementation นำไปทดลองใช้ และ (5) Evaluation ประเมินผลระหว่างและหลังการใช้



ภาพที่ 1 แสดงระบบการออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนการสอนโมเดล ADDIE

5. การเชื่อมโยงแนวคิดสู่สมรรถนะด้านการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย จากการทบทวนวรรณกรรมใน 4 ประเด็นหลักผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดสำหรับนิยามสมรรถนะได้ ดังนี้

5.1 สมรรถนะวิชาชีพครู ครูมืออาชีพต้องมีสมรรถนะในการ ออกแบบ พัฒนา ใช้ และประเมินสื่อ (Seels & Richey, 1994) สอดคล้องกับกรอบคุรุสภา (2565) ที่เน้นการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาและการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร

5.2 เอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยเป็น สื่อการเรียนรู้ที่ใช้ควบคู่กับหลักสูตรเพื่อเสริมทักษะภาษาและขยายการเรียนรู้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2560) โดยคุณภาพขึ้นอยู่กับความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมกับวัย ความชัดเจนของภาษาและกิจกรรมที่สร้างแรงจูงใจ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2562)

5.3 การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ (Creative Learning) ส่งเสริมการคิดริเริ่ม การแก้ปัญหา และการสร้างผลงานใหม่ (Craft, 2005; Torrance, 1965) ช่วยให้นักศึกษาครูสามารถสร้างสื่อที่น่าสนใจ สร้างสรรค์และสอดคล้องกับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21

5.4 โมเดล ADDIE ช่วยให้การพัฒนาสื่อเป็นระบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การนำไปใช้และการประเมินผล (Branch, 2009) และสามารถบูรณาการกับการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์เพื่อยกระดับคุณภาพเอกสารเสริมประสบการณ์ได้

6. การนิยามสมรรถนะ (Definition of Competency)

จากการสังเคราะห์สมรรถนะดังกล่าวข้างต้น มีองค์ประกอบของสมรรถนะ ดังนี้

1. ด้านความรู้ (Knowledge) ความรู้ด้านภาษาไทย หลักสูตร และการออกแบบการเรียนรู้ ความเข้าใจแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์และกระบวนการ ADDIE

2. ด้านทักษะ (Skills) การวิเคราะห์เนื้อหาและผู้เรียน การออกแบบกิจกรรมและโครงสร้างเอกสาร การผลิตเอกสาร/สื่อที่ถูกต้อง ชัดเจน และสร้างสรรค์ การประเมินและปรับปรุงคุณภาพของสื่อ

3. ด้านคุณลักษณะ (Attitudes/Attributes) ความคิดสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบและความละเอียดรอบคอบ การใช้ภาษาอย่างถูกต้องและเหมาะสม เจตคติที่ดีต่อการพัฒนาสื่อและการเรียนรู้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธวัชชัย สหพงษ์ (2563, 7-14) ได้ศึกษาผลการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมตามรูปแบบ ADDIE Model ในรายวิชาการพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนการสอน ผลการวิจัยพบว่า ได้สื่อมัลติมีเดียจำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ 1day in Udonthani Festival, Phra Yuen Temple, หมู่บ้านทอผ้า บ้านหนองเขื่อนช้าง และเทศกาลหุ่นฟางยักษ์ มหาสารคาม และ 2) ผลการหาคุณภาพพัฒนาขึ้นโดยภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.67, S.D. = 0.88)

กรนิษฐ์ ชายป่า, พิงพร ศรีแก้ว, และศิวพร จติกุล (2565, 53-64) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ โดย ADDIE MODEL ผลการวิจัย 1) รูปแบบการสอนภาษาไทยที่สร้างและพัฒนา มี 6 ขั้นตอนดังนี้ 1. เรื่องน่าสนใจ (กฎแห่งความพร้อม) 2. อ่านเข้าใจเนื้อเรื่อง (กฎแห่งความพร้อม) 3. คุยเฟื่องเรื่องย้อนกลับ (กฎแห่งความพอใจ) 4. จับหลักเกณฑ์ทางภาษา(กฎแห่งความพอใจและกฎแห่งการฝึกหัด) 5. หรรษาการเขียน (กฎแห่งการฝึกหัด) 6. ทดสอบบทเรียน (กฎแห่งความพอใจ) 2) รูปแบบวิธีการเรียนรู้มีประสิทธิภาพ 53.58 /95.35 สูงตามเกณฑ์ 80/80 และ 3) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใช้

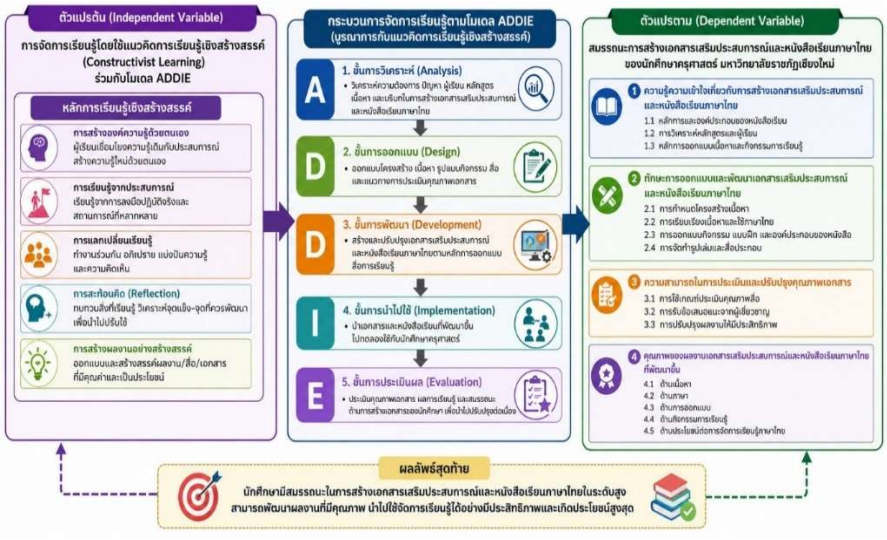
Aldoobie (2015, 68-72)ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้โมเดล ADDIE ในการออกแบบการเรียนรู้ พบว่า ADDIE เป็นกรอบกระบวนการที่ช่วยให้ผู้จัดการเรียนรู้สามารถวิเคราะห์ความต้องการ ออกแบบ พัฒนา นำไปใช้ และประเมินผลได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้การจัดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

Branch (2009) ได้ศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้โมเดล ADDIE ในการออกแบบการเรียนรู้ พบว่า โมเดล ADDIE ช่วยเชื่อมโยงการวิเคราะห์บริบท การออกแบบกิจกรรม การพัฒนาสื่อ การนำไปใช้ และการประเมินผลอย่างเป็นระบบทำให้สามารถควบคุมคุณภาพและปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้

Jeffrey and Craft (2004, 77-87) ได้ศึกษาการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ พบว่า เป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนพัฒนาความรู้ผ่านการคิดริเริ่ม การทดลอง การแก้ปัญหา และการสร้างผลงานใหม่ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและผลิตสื่อให้สร้างสรรค์ได้

จากการศึกษางานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์และโมเดลการออกแบบการเรียนรู้ ADDIE ในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ การพัฒนาสมรรถนะของครูและการจัดการเรียนรู้ภาษาไทย พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันคือการนำกระบวนการออกแบบอย่างเป็นระบบร่วมกับการส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์สามารถช่วยพัฒนาความสามารถในการผลิตสื่อและยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนได้

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ตัวแปรต้น ได้แก่ การจัดการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ (Constructivist Learning) ร่วมกับโมเดล ADDIE ประกอบด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอนของ ADDIE โดยบูรณาการหลักการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์

ตัวแปรตาม ได้แก่ สมรรถนะการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยของนักศึกษาครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจ ทักษะการออกแบบและพัฒนา ความสามารถในการประเมินและปรับปรุงคุณภาพ คุณภาพของผลงานที่พัฒนาขึ้น

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2569 จำนวนทั้งสิ้น 3 หมู่เรียน รวมจำนวน 90 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2569 จำนวน 28 คน ได้จากวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) เนื่องจากนักศึกษาทั้ง 3 หมู่เรียน มีลักษณะพื้นฐานและหลักสูตรการเรียนการสอนเหมือนกัน

2. จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการโดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และการพิทักษ์สิทธิ์ของผู้เข้าร่วมวิจัย ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการวิจัย ประโยชน์ และสิทธิของผู้เข้าร่วมวิจัยก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้เข้าร่วมวิจัยมีสิทธิในการตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยโดยสมัครใจและสามารถถอนตัวจากการวิจัยได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อการเรียนหรือสิทธิที่พึงได้รับ ทั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ ปกปิดตัวตนของนักศึกษานำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมโดยไม่เปิดเผยข้อมูลที่สามารถระบุตัวบุคคล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ (Creative Learning) ร่วมกับโมเดล ADDIE จำนวน 5 แผน ใช้เวลาเรียนรวม 15 ชั่วโมง

3.2 แบบประเมินสมรรถนะจากภาระงาน (Performance Assessment) โดยใช้ Analytic Rubric เป็นแบบประเมินสมรรถนะก่อนเรียนและหลังเรียน

3.3 แบบประเมินคุณภาพเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ใช้ประเมินคุณภาพผลงานของนักศึกษาหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม

3.4 แบบสอบถามความพึงพอใจ เป็นแบบสอบถามมาตรประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ และตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.5 แบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert, 1932, 1-55)

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

4.1 ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำเครื่องมือเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่ ด้านหลักสูตรและการสอนภาษาไทย ด้านเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา และด้านการวัดและประเมินผล ด้านละ 1 ท่านตรวจสอบดัชนีความสอดคล้อง (IOC) กำหนดเกณฑ์ค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงก่อนนำไปทดลองใช้จริง

4.2 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามความพึงพอใจไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามแนวคิดของ Cronbach (1951) โดยกำหนดเกณฑ์การยอมรับค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ .70 ขึ้นไป (Tavakol & Dennick, 2011)

4.3 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบประเมินสมรรถนะจากภาระงาน (Performance Assessment) ผู้วิจัยใช้แบบประเมินชนิดมาตรประมาณค่าแบบเกณฑ์การให้คะแนนเชิงวิเคราะห์ (Analytic Rubric) โดยกำหนดระดับคุณภาพ 5 ระดับ ตั้งแต่ 1–5 คะแนน และตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบประเมินด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยกำหนดเกณฑ์การยอมรับค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 1951) นอกจากนี้ เนื่องจากการประเมินสมรรถนะจากภาระงานอาจมีความแตกต่างในการให้คะแนนอันเนื่องมาจากดุลยพินิจของผู้ประเมิน ผู้วิจัยจึงตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างผู้ประเมิน (Inter-rater Reliability) ด้วยสถิติที่เหมาะสม เพื่อยืนยันความสอดคล้องของการให้คะแนนและความน่าเชื่อถือของแบบประเมิน

4.4 การตรวจสอบคุณภาพแผนการจัดการเรียนรู้ แผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 5 แผนได้รับการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ก่อนนำไปทดลองใช้จริง และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ผลการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ วิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินคุณภาพของผู้ทรงคุณวุฒิ ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. วิเคราะห์สมรรถนะจากภาระงาน (Performance Assessment) โดยใช้ Analytic Rubric ก่อนเรียน–หลังเรียน คะแนนได้จากการประเมินภาระงานด้วยเกณฑ์รูบริก 5 ระดับ คำนวณค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เปรียบเทียบก่อนและหลังเรียนด้วย Dependent Samples t-test

3. วิเคราะห์คุณภาพเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียน ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จากการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ

4. วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักศึกษาใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5. วิเคราะห์ข้อมูลจากข้อเสนอแนะปลายเปิด วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 ก่อนการทดลอง การวัดระดับสมรรถนะก่อนเรียน (Pre-test)

1. ผู้วิจัยเตรียมความพร้อมก่อนดำเนินการทดลอง โดยจัดทำแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดโมเดล ADDIE ร่วมกับการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ (Creative Learning) รายวิชาTHED3504 การสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย จำนวน 5 แผน รวมระยะเวลา 15 ชั่วโมง

2. ผู้วิจัยจัดเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินสมรรถนะจากภาระงาน (Performance Assessment) โดยใช้ Analytic Rubric แบบประเมินคุณภาพ และแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษา ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้จริง

3. ก่อนดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินสมรรถนะจากภาระงาน (Performance Assessment) โดยใช้ Analytic Rubric เพื่อประเมินระดับความรู้ ความสามารถ และทักษะพื้นฐานด้านการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยของนักศึกษาก่อนเข้าร่วมกิจกรรม

ระยะที่ 2 ระหว่างการทดลอง การดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนกิจกรรม

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนที่พัฒนาขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 เรื่อง การวิเคราะห์หลักสูตรและการวิเคราะห์ผู้เรียนเพื่อการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์ ขั้นตอนของ ADDIE ที่เน้นคือ Analysis ใช้เวลาสอน 3 ชั่วโมง

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 เรื่อง การออกแบบเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย ขั้นตอนของ ADDIE ที่เน้นคือ Design ใช้เวลาสอน 3 ชั่วโมง

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3 เรื่อง การพัฒนาและผลิตต้นฉบับเอกสารเสริมประสบการณ์ ขั้นตอนของ ADDIE ที่เน้นคือ Development ใช้เวลาสอน 3 ชั่วโมง

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4 เรื่อง การนำเสนอ การทดลองใช้ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ที่เน้นคือ Implementation ใช้เวลาสอน 3 ชั่วโมง

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5 เรื่อง การประเมินและปรับปรุงเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย ที่เน้นคือ Evaluation ใช้เวลาสอน 3 ชั่วโมง

ในระหว่างการจัดกิจกรรม ผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้สอนและผู้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยมุ่งให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง การทำงานร่วมกัน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสร้างผลงานจริง และการสะท้อนผลการเรียนรู้

กิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละขั้นประกอบด้วย

1. ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) นักศึกษาวิเคราะห์หลักสูตร มาตรฐานการเรียนรู้ จุดประสงค์การเรียนรู้ ลักษณะผู้เรียน และบริบท เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างเอกสาร

2. ขั้นการออกแบบ (Design) นักศึกษาทำการออกแบบโครงสร้าง เนื้อหา รูปแบบกิจกรรม และองค์ประกอบของเอกสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

3. ขั้นการพัฒนา (Development) นักศึกษาลงมือผลิตเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย โดยใช้หลักการเขียน การออกแบบ และการสร้างสื่ออย่างสร้างสรรค์

4. ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) นักศึกษานำผลงานไปทดลองใช้ในกลุ่มย่อย นำเสนอผลงาน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และรับข้อเสนอแนะจากเพื่อนร่วมชั้นเรียน

5. ขั้นการประเมินผล (Evaluation) นักศึกษาประเมินคุณภาพผลงานตามเกณฑ์ที่กำหนด และนำผลสะท้อนกลับไปปรับปรุงพัฒนาผลงานให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ระยะที่ 3 หลังการทดลอง การประเมินผลหลังเรียน

เมื่อสิ้นสุดการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังการทดลอง ดังนี้

1. การวัดระดับสมรรถนะหลังเรียน (Post-test) ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินสมรรถนะจากภาระงาน (Performance Assessment) หลังเรียน เพื่อนำคะแนนเปรียบเทียบกับก่อนเรียนและวิเคราะห์พัฒนาการด้านสมรรถนะของนักศึกษา

2. การประเมินคุณภาพชิ้นงานเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย จากผู้เชี่ยวชาญหรืออาจารย์ผู้สอนประเมินด้วยแบบประเมินที่พัฒนาขึ้น

3. การสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษา ผู้วิจัยให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างตอบแบบประเมินความพึงพอใจเพื่อศึกษาความคิดเห็น ความเหมาะสม และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

6.1 ข้อมูลจากแบบประเมินสมรรถนะก่อนและหลังเรียน วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ t-test for dependent samples เพื่อเปรียบเทียบระดับสมรรถนะของนักศึกษาโดยใช้คะแนนรวมจากเกณฑ์รูบริกทั้ง 5 ด้านในการวิเคราะห์ความแตกต่างก่อนและหลังเรียน

6.2 ข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อพิจารณาระดับคุณภาพของผลงานที่นักศึกษาผลิต

6.3 ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษา วิเคราะห์โดยใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อแสดงระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่จัดขึ้น

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ ข้อมูลจากแบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้โดยผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

เกณฑ์การแปลผลข้อมูล

1. แบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ (ตารางที่ 1) ใช้การแปลผลจากค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Best (1977) ดังนี้

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

2. แบบประเมินสมรรถนะในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย (ตารางที่ 3–4) เป็นการประเมินภาระงานโดยใช้เกณฑ์การประเมินแบบรูบริก (Analytic Rubric) 5 ระดับ คะแนนที่สูงขึ้นสะท้อนระดับสมรรถนะที่สูงขึ้น ส่วนการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังเรียนใช้สถิติ Dependent Samples t-test เพื่อพิจารณาความแตกต่างของคะแนน

3. แบบประเมินคุณภาพเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย (ตารางที่ 5) ใช้การแปลผลจากค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

4. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษา (ตารางที่ 6) ใช้การแปลผลจากค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามเกณฑ์เดียวกับแบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้

ผลการวิจัย (Results)

1. ผลการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE กิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับตแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 5 แผน

ลำดับ	ชื่อแผน/หัวข้อกิจกรรม	ขั้นของ ADDIE	วัตถุประสงค์	ลักษณะกิจกรรมการเรียนรู้	เวลา (ชั่วโมง)
1	การวิเคราะห์หลักสูตรและผู้เรียนเพื่อสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์	Analysis	ให้นักศึกษาวิเคราะห์หลักสูตร จุดประสงค์และความต้องการของผู้เรียน	ระดมสมอง วิเคราะห์ตัวอย่างหลักสูตร และจัดทำแผนผังผู้เรียน	3
2	การออกแบบเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย	Design	ให้นักศึกษาออกแบบโครงร่างเอกสารที่สอดคล้องกับหลักสูตรและกลุ่มเป้าหมาย	ออกแบบโครงสร้างเนื้อหา แผนกิจกรรม และรูปแบบสื่อ	3
3	การพัฒนาและผลิตต้นฉบับเอกสาร	Development	ให้นักศึกษาผลิตต้นฉบับโดยใช้ภาษา ภาพ และองค์ประกอบอย่างสร้างสรรค์	ทำงานกลุ่มเพื่อสร้างต้นฉบับจริง และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการผลิต	3

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 5 แผน (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อแผน/หัวข้อกิจกรรม	ขั้นของ ADDIE	วัตถุประสงค์	ลักษณะกิจกรรมการเรียนรู้	เวลา (ชั่วโมง)
4	การนำเสนอ ทดลองใช้ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้	Implementation	ให้นักศึกษานำเสนอและทดลองใช้เอกสารที่ผลิตขึ้น	นำเสนอผลงาน ทดลองใช้กับเพื่อน และรับข้อเสนอแนะ	3
5	การประเมินและปรับปรุงเอกสาร	Evaluation	ให้นักศึกษาใช้เกณฑ์ประเมินคุณภาพและปรับปรุงผลงาน	ประเมินตนเองและเพื่อนด้วยรูบริก แล้วนำผลไปปรับปรุงผลงาน	3
รวม					**15**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้วิจัยพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ 5 แผน รวม 15 ชั่วโมง โดยแต่ละแผนดำเนินตามโมเดล ADDIE ได้แก่ Analysis วิเคราะห์หลักสูตรและผู้เรียน Design ออกแบบโครงสร้างเอกสาร Development ผลิตผลงานจริง Implementation นำเสนอและทดลองใช้ และ Evaluation ประเมินและปรับปรุงผลงาน กิจกรรมทั้ง 5 แผนบูรณาการแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาคิดวิเคราะห์ ออกแบบ สร้างผลงาน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับข้อเสนอแนะ และสะท้อนผลการเรียนรู้

ภายหลังการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยนำกิจกรรมและแผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 5 แผนเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมด้านเนื้อหา วัตถุประสงค์ กิจกรรมการเรียนรู้ เวลา และขั้นตอนการจัดกิจกรรม โดยผลการประเมินแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับ โมเดล ADDIE โดยผู้เชี่ยวชาญ

ด้านที่ประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1. ด้านความครบถ้วนของเนื้อหา	4.60	0.45	มากที่สุด
2. ด้านความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.80	0.40	มากที่สุด
3. ด้านกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้	4.70	0.49	มากที่สุด
4. ด้านความเหมาะสมของเวลาและขั้นตอน	4.50	0.50	มากที่สุด
รวม	**4.65**	**0.46**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE มีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.65, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.80, S.D. = 0.40) รองลงมา ได้แก่ ด้านกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ($\bar{x}$ = 4.70, S.D. = 0.49) ด้านความครบถ้วนของเนื้อหา ($\bar{x}$ = 4.60, S.D. = 0.45) และด้านความเหมาะสมของเวลาและขั้นตอน ($\bar{x}$ = 4.50, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

2. ผลการศึกษาระดับสมรรถนะของนักศึกษาครุศาสตร์ในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรม

ผู้วิจัยประเมินสมรรถนะนักศึกษาก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมด้วยแบบประเมินจากภาระงาน (Performance Assessment) แสดงดังตารางที่ 3–4

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบคะแนนสมรรถนะในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย ของนักศึกษาก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้

การวัด	$\bar{x}$	S.D.	t	p	ผลการเปรียบเทียบ
ก่อนเรียน (Pre-test)	19.32	2.84			
หลังเรียน (Post-test)	25.89	2.11	15.26	< .001	สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

*p < .001 แสดงว่าระดับสมรรถนะของนักศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญหลังการเรียนรู้

จากตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนสมรรถนะของนักศึกษาก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE โดยใช้สถิติ t-test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สัมพันธ์กัน (Dependent Samples) พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียน ($\bar{x}$ = 25.89, S.D. = 2.11) สูงกว่าค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียน ($\bar{x}$ = 19.32, S.D. = 2.84) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (t = 15.26, p < .001)

ตารางที่ 4 คะแนนสมรรถนะรายองค์ประกอบก่อนและหลังการเรียน

องค์ประกอบสมรรถนะ	Pre-test $\bar{x}$ (S.D.)	Post-test $\bar{x}$ (S.D.)	ผลการเปลี่ยนแปลง
1. การวิเคราะห์หลักสูตรและผู้เรียน	3.85 (0.62)	4.55 (0.50)	สูงขึ้น
2. การออกแบบเอกสารและกิจกรรม	3.70 (0.65)	4.60 (0.49)	สูงขึ้น
3. การพัฒนาและผลิตต้นฉบับ	3.90 (0.58)	4.70 (0.46)	สูงขึ้น
4. การนำเสนอและการใช้	3.75 (0.60)	4.65 (0.48)	สูงขึ้น
5. การประเมินและปรับปรุง	3.85 (0.59)	4.80 (0.40)	สูงขึ้น
รวม	**19.32 (2.84)**	**25.89 (2.11)**	**สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ**

จากตารางที่ 4 พบว่า คะแนนสมรรถนะของนักศึกษาหลังเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้สูงกว่าก่อนเรียนในทุกองค์ประกอบ มีคะแนนสูงสุด ได้แก่ การประเมินและปรับปรุง ($\bar{x}$ = 4.80, S.D. = 0.40) รองลงมา ได้แก่ การพัฒนาและผลิตต้นฉบับ ($\bar{x}$ = 4.70, S.D. = 0.46) การนำเสนอและการใช้ ($\bar{x}$ = 4.65, S.D. = 0.48) การออกแบบเอกสารและกิจกรรม ($\bar{x}$ = 4.60, S.D. = 0.49) และการวิเคราะห์หลักสูตรและผู้เรียน ($\bar{x}$ = 4.55, S.D. = 0.50) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาคะแนนรวม พบว่า คะแนนสมรรถนะหลังเรียน ($\bar{x}$ = 25.89, S.D. = 2.11) สูงกว่าก่อนเรียน ($\bar{x}$ = 19.32, S.D. = 2.84) และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (t = 15.26, p < .001)

3. ผลการประเมินคุณภาพของเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยที่นักศึกษาผลิตขึ้น

ผู้วิจัยนำเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยที่นักศึกษาผลิตขึ้นหลังเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE เสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการประเมินคุณภาพของเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทย

ด้านที่ประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา	4.55	0.49	มากที่สุด
2. ด้านภาษา	4.48	0.50	มากที่สุด
3. ด้านการออกแบบ	4.52	0.48	มากที่สุด
4. ด้านกิจกรรมการเรียนรู้	4.60	0.50	มากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้ภาษาไทย	4.65	0.47	มากที่สุด
รวม	**4.56**	**0.49**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 5 พบว่า คุณภาพของเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยที่นักศึกษาผลิตขึ้นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.56, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้ภาษาไทยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.65, S.D. = 0.47) รองลงมา ได้แก่ ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ ($\bar{x}$ = 4.60, S.D. = 0.50) ด้านเนื้อหา ($\bar{x}$ = 4.55, S.D. = 0.49) ด้านการออกแบบ ($\bar{x}$ = 4.52, S.D. = 0.48) และด้านภาษา ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.50) ตามลำดับ โดยทุกด้านมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนว่า เอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยที่นักศึกษาพัฒนาขึ้นมีคุณภาพในระดับมากที่สุดทั้งในด้านเนื้อหา ภาษา การออกแบบ กิจกรรมการเรียนรู้ และประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้ภาษาไทย แสดงให้เห็นว่าผลงานที่นักศึกษาผลิตขึ้นมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้เป็นสื่อประกอบการจัดการเรียนรู้ภาษาไทยได้

4. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมการเรียนรู้

ด้านที่ประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความน่าสนใจของกิจกรรม	4.70	0.46	มากที่สุด
2. การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์	4.65	0.48	มากที่สุด
3. การใช้ประโยชน์ในวิชาชีพครู	4.75	0.42	มากที่สุด
4. ความเหมาะสมด้านระยะเวลาและเนื้อหา	4.60	0.50	มากที่สุด
รวม	**4.68**	**0.46**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 6 พบว่า นักศึกษาจำนวน 28 คนมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.68, S.D. = 0.46) เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการใช้ประโยชน์ในวิชาชีพครูมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.42) รองลงมา ได้แก่ ด้านความน่าสนใจของกิจกรรม ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.46) ด้านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.48) และด้านความเหมาะสมด้านระยะเวลาและเนื้อหา ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.50) ตามลำดับ โดยทุกด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.46) เนื่องจากการที่ผู้วิจัยออกแบบกิจกรรมโดยผสานจุดเด่นของการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์กับความเป็นระบบของโมเดล ADDIE กล่าวคือ ADDIE ทำหน้าที่เป็นกรอบในการกำกับทิศทางของการพัฒนากิจกรรมให้เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ผู้เรียนและบริบท กำหนดแนวทางการออกแบบ พัฒนากิจกรรมนำไปใช้ และประเมินเพื่อปรับปรุง ขณะที่แนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์เข้ามาเติมเต็มกระบวนการดังกล่าวด้วยการเปิดโอกาสให้นักศึกษาคิดอย่างหลากหลาย ตั้งคำถาม ทดลองแนวทางใหม่ ลงมือปฏิบัติ และสะท้อนผลจากประสบการณ์ของตนเอง จึงทำให้กิจกรรมไม่ได้มุ่งเพียงให้ผู้เรียนทำตามขั้นตอน แต่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการคิดและตัดสินใจเกี่ยวกับผลงานที่ตนเองสร้างขึ้น

อีกปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหมาะสมของกิจกรรมคือ ความสอดคล้องระหว่างภาระงานกับสมรรถนะเป้าหมาย เนื่องจากการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยเป็นทักษะเชิงปฏิบัติที่ต้องอาศัยการวิเคราะห์ ออกแบบ ผลิต ทดลองใช้ รับข้อเสนอแนะ และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมจึงให้นักศึกษาปฏิบัติภาระงานที่ใกล้เคียงกับการทำงานจริงของครู เพื่อเชื่อมโยงและประยุกต์ใช้ความรู้ด้านหลักสูตร ภาษาไทย การออกแบบกิจกรรม และการสร้างสื่อในสถานการณ์จริง ช่วยลดช่องว่างระหว่างทฤษฎีกับการปฏิบัติและส่งเสริมสมรรถนะของนักศึกษาครู

นอกจากนี้ การออกแบบกิจกรรมเปิดโอกาสให้นักศึกษาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรับข้อเสนอแนะจากเพื่อนและผู้สอน ซึ่งช่วยให้เห็นข้อจำกัดของผลงานในหลายมิติและนำข้อมูลย้อนกลับมาปรับปรุงงานได้อย่างเหมาะสม กระบวนการดังกล่าวสอดคล้องกับการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการสร้างความรู้จากประสบการณ์ การทดลอง และการสะท้อนคิด มากกว่าการรับความรู้จากผู้สอนเพียงฝ่ายเดียว

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Molenda (2003, 34-36) ที่อธิบายว่า ADDIE เป็นกรอบการออกแบบการเรียนรู้ที่ช่วยให้การพัฒนาดำเนินไปอย่างเป็นระบบและสามารถใช้ข้อมูลจากการประเมินเพื่อปรับปรุงกระบวนการได้อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน Craft (2005) ให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนคิดและลงมือสร้างสรรค์จากประสบการณ์ของตนเอง ดังนั้น การนำแนวคิดทั้งสองมาบูรณาการจึงมีความเหมาะสมกับลักษณะของรายวิชาที่มุ่งพัฒนาความสามารถในการสร้างสื่อ เพราะ ADDIE ช่วยให้

การดำเนินงานมีโครงสร้างและทิศทางที่ชัดเจน ส่วนการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ช่วยให้ภายในแต่ละขั้นตอนมีความยืดหยุ่น เปิดโอกาสให้เกิดความคิดริเริ่มและการสร้างผลงานที่หลากหลาย และนอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับ Imram และคณะ (2024, 157–168) ที่พบว่าการใช้ ADDIE ช่วยส่งเสริมความสามารถของนักศึกษาครูในการออกแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา ทดลองใช้ และประเมินผลอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับ Anchunda และ Kaewurai (2024, 15-55) ที่พบว่าการจัดการเรียนรู้บนพื้นฐานแนวคิดการสร้างองค์ความรู้ทางสังคมช่วยพัฒนาความสามารถด้านการออกแบบแผนการเรียนรู้และสื่อผ่านการอภิปราย การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการปฏิบัติงานจริง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Suesawatee และ Patjusanon (2024, 99-101) ที่พบว่าการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด Constructivist ในรายวิชาการออกแบบและผลิตสื่อภาษาไทยช่วยส่งเสริมความสามารถในการผลิตสื่อผ่านการปฏิบัติจริงและการสะท้อนผลการเรียนรู้

ความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นจึงไม่ได้เกิดจากการเรียงลำดับขั้นตอนของ ADDIE เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจาก การออกแบบให้กระบวนการที่เป็นระบบทำงานร่วมกับกระบวนการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาคิด ลงมือทำ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และปรับปรุงผลงานจากข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของสมรรถนะที่ต้องการพัฒนา และทำให้กิจกรรมมีความเหมาะสมสำหรับการเตรียมนักศึกษาครูให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ภาษาไทยในบริบทวิชาชีพได้

2. ผลการศึกษาระดับสมรรถนะของนักศึกษาครุศาสตร์ในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ จากผลการวิจัยพบว่า ภายหลังเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ นักศึกษามีสมรรถนะในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกิจกรรมได้รับการออกแบบโดยบูรณาการแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE ซึ่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง (Learning by Doing) อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์หลักสูตรและผู้เรียน การออกแบบเอกสาร การพัฒนาและผลิตต้นฉบับ การนำเสนอและทดลองใช้ ตลอดจนการประเมินและปรับปรุงผลงาน กระบวนการดังกล่าวช่วยให้นักศึกษาได้เชื่อมโยงความรู้กับการปฏิบัติจริง พัฒนาทักษะการคิด การแก้ปัญหา และการสร้างสรรค์ผลงานอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้สมรรถนะในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยพัฒนาขึ้น

เมื่อพิจารณาสมรรถนะรายองค์ประกอบจากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษามีการพัฒนาสมรรถนะในทุกองค์ประกอบ สะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมการเรียนรู้สามารถส่งเสริมสมรรถนะได้อย่างครอบคลุมตลอดกระบวนการสร้างเอกสาร ตั้งแต่การวิเคราะห์ การออกแบบ การผลิต การนำเสนอและการใช้ ไปจนถึงการประเมินและปรับปรุง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกิจกรรมมีการจัดลำดับการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติและพัฒนาทักษะจากภาระงานจริงในแต่ละขั้นตอน ส่งผลให้เกิดการบูรณาการความรู้ทักษะการปฏิบัติ และการสะท้อนผลเพื่อพัฒนาผลงานอย่างเป็นระบบ

ผลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสะท้อนความคิดเห็นของนักศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษามองเห็นพัฒนาการของตนเองจากการลงมือปฏิบัติจริง โดยนักศึกษารหัส 66151903 สะท้อนว่า *“การได้ลงมือสร้างเอกสารด้วยตนเองทำให้เข้าใจขั้นตอนการทำงานมากขึ้น และเห็นว่าตนเองสามารถพัฒนาผลงานให้ดีขึ้นได้จากการฝึกปฏิบัติ”* ขณะที่นักศึกษารหัส 66151909 กล่าวว่า *“การได้รับข้อเสนอแนะจากเพื่อนและอาจารย์ทำให้เห็นข้อบกพร่องของผลงาน และสามารถนำคำแนะนำมาปรับปรุงเอกสารให้มีความเหมาะสมและน่าสนใจมากขึ้น”* ข้อมูลดังกล่าวช่วยสนับสนุนผลเชิงปริมาณว่านักศึกษาไม่ได้เพียงมีคะแนนสมรรถนะสูงขึ้น แต่ยังเกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและสามารถนำข้อเสนอแนะมาใช้พัฒนาผลงานของตนเองได้ กิจกรรมการเรียนรู้บูรณาการแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ โดยให้นักศึกษาลงมือปฏิบัติ ทำงานร่วมกัน แก้ปัญหา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสะท้อนผล ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์และการสร้างผลงานจากประสบการณ์จริง สอดคล้องกับ Bruner (1960) ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านการค้นพบและสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง

ผลการวิจัยสอดคล้องกับ Imram และคณะ (2024, 157–168) ที่พบว่า ADDIE ช่วยส่งเสริมสมรรถนะการออกแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาครูผ่านกระบวนการวิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา ทดลองใช้ และประเมินผลอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับ Anchunda และ Kaewurai (2024, 15–35) ที่พบว่า Social Constructivism ช่วยพัฒนาความสามารถด้านการออกแบบแผนการเรียนรู้และสื่อ ผ่านการทำงานร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างองค์ความรู้ร่วมกัน และยังสอดคล้องกับ Suesawatee และ Patjusanon (2024, 99–108) กล่าวว่า การเรียนรู้ตามแนวคิด Constructivist ในรายวิชาการออกแบบและผลิตสื่อภาษาไทย ช่วยส่งเสริมผลสัมฤทธิ์และความสามารถในการผลิตสื่อผ่านการปฏิบัติจริงและการสะท้อนผลการเรียนรู้ และสอดคล้องกับ วัชราภรณ์ ประภาสะโนบล (2566, 95–110) อธิบายว่า การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ช่วยพัฒนาทักษะการสร้างสื่อและความเข้าใจของนักศึกษาครูได้ โดยรวมคะแนนสมรรถนะหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและเพิ่มขึ้นทุกองค์ประกอบ

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่ากิจกรรมสามารถตอบสนองความต้องการและส่งเสริมการเรียนรู้ในการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยได้อย่างเหมาะสม ทั้งด้านเนื้อหา ภาษา การออกแบบ กิจกรรม และประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกิจกรรมเน้นการมีส่วนร่วมและการลงมือปฏิบัติจริงตามกระบวนการ ADDIE ตั้งแต่การวิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา ทดลองใช้ ประเมิน และปรับปรุงผลงาน ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง สามารถเชื่อมโยงความรู้กับการปฏิบัติวิชาชีพเห็นคุณค่ากิจกรรมต่อการพัฒนาความรู้และทักษะของตนเอง

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสะท้อนความคิดเห็นของนักศึกษายังช่วยอธิบายผลความพึงพอใจดังกล่าว โดยนักศึกษารหัส 66151917 ระบุว่า *“กิจกรรมมีความน่าสนใจเพราะได้ลงมือทำจริง ได้ออกแบบและสร้างผลงานด้วยตนเอง ทำให้รู้สึกสนุกและได้เรียนรู้จากการทำงานจริง”* และนักศึกษารหัส 66151924 กล่าวว่า

"สิ่งที่ได้เรียนสามารถนำไปใช้ในการประกอบวิชาชีพครูได้จริง โดยเฉพาะการออกแบบสื่อ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และการปรับปรุงผลงานให้เหมาะสมกับผู้เรียน" ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาไม่ได้เกิดจากรูปแบบกิจกรรมเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับการที่นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการสร้างผลงาน เห็นพัฒนาการของตนเอง และสามารถเชื่อมโยงสิ่งที่เรียนกับการนำไปใช้ในวิชาชีพครูได้

ผลการวิจัยสอดคล้องกับ Trilling และ Fadel (2009) ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงนวัตกรรม และการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมที่ให้นักศึกษาสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยผ่านการลงมือปฏิบัติจริง และยังได้สอดคล้องกับ Imram และคณะ (2024, 157-168) ที่กล่าวว่า ADDIE ช่วยพัฒนาคุณภาพผลงานด้านการออกแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา นำไปใช้ และประเมินผลอย่างเป็นระบบ ขณะที่ Anchunda และ Kaewurai (2024, 15-35) ได้อธิบายว่า Social Constructivism ส่งเสริมความสามารถด้านการออกแบบแผนการเรียนรู้และพัฒนาสื่อผ่านการทำงานร่วมกันและสร้างองค์ความรู้ร่วมกัน และ Suesawatee และ Patjusanon (2024, 99-108) ที่พบว่า Constructivist ช่วยพัฒนาความสามารถในการออกแบบและผลิตสื่อการเรียนรู้ให้มีคุณภาพและเหมาะสมกับบริบทการเรียนรู้

4. การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่ากิจกรรมมีความเหมาะสม น่าสนใจ และสามารถเชื่อมโยงความรู้กับการปฏิบัติวิชาชีพครูได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกิจกรรมเปิดโอกาสให้นักศึกษามีส่วนร่วม ลงมือปฏิบัติจริง และสร้างผลงานด้วยตนเองตามกระบวนการ ADDIE ทำให้สามารถนำความรู้และประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสื่อและจัดการเรียนรู้ภาษาไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากกิจกรรมการเรียนรู้ได้รับการออกแบบโดยเน้นให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง โดยดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นลำดับตามกระบวนการของโมเดล ADDIE ตั้งแต่การวิเคราะห์หลักสูตรและผู้เรียน การออกแบบเอกสาร การพัฒนาและผลิตต้นฉบับ การนำเสนอและทดลองใช้ ตลอดจนการประเมินและปรับปรุงผลงาน กระบวนการดังกล่าวทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงและเห็นความเชื่อมโยงระหว่างเนื้อหาที่เรียนกับการนำไปใช้ในการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพครู

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ Imram และคณะ (2024, 157-168) ที่พบว่า การจัดการเรียนรู้ตามโมเดล ADDIE สามารถส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษาครุศาสตร์ผ่านกระบวนการที่เป็นระบบและการลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงความรู้กับการสร้างผลงานได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Suesawatee และ Patjusanon (2024, 99-108) อธิบายว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิด Constructivist ในรายวิชาการออกแบบและผลิตสื่อการเรียนรู้ภาษาไทย เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ผ่านการปฏิบัติจริง ส่งผลให้ผู้เรียนมีผลการเรียนรู้และความสามารถในการผลิตสื่อดีขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Anchunda และ Kaewurai (2024, 15-55) ที่กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้บนพื้นฐานแนวคิด

Social Constructivism เน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงานร่วมกันส่งเสริมการเรียนรู้และความสามารถในการสร้างผลงานของนักศึกษาครู

สรุป (Conclusion)

จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการสร้างเอกสารเสริมประสบการณ์และหนังสือเรียนภาษาไทยด้วยแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE สำหรับนักศึกษาครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ สรุปได้ว่า การบูรณาการแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE เป็นแนวทางที่ช่วยพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษาครูผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ ลงมือปฏิบัติ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สะท้อนผล และปรับปรุงผลงานอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถสร้างสื่อการเรียนรู้ภาษาไทยได้อย่างมีคุณภาพและเหมาะสมกับการนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของแนวทางดังกล่าวในการนำมาใช้เป็นแนวทางจัดการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาครุศาสตร์ โดยเฉพาะการพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพครู และสามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้หรือพัฒนาสื่อการเรียนรู้ในบริบทอื่นได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. อาจารย์ผู้สอน สามารถนำกิจกรรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับโมเดล ADDIE ไปใช้พัฒนาทักษะการผลิตสื่อและสมรรถนะวิชาชีพครูของนักศึกษา

2. นักศึกษาครุศาสตรบัณฑิต สามารถนำความรู้และทักษะไปประยุกต์ใช้ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ภาษาไทยในสถานศึกษาจริง

3. ผู้พัฒนาหลักสูตร สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางออกแบบรายวิชาและกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ภาษาไทยในศตวรรษที่ 21

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลของกิจกรรมในระยะยาวหรือระหว่างการฝึกสอน เพื่อประเมินการนำความรู้และทักษะไปใช้จริงและความยั่งยืนของผลลัพธ์

2. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังนักศึกษาต่างสถาบันเพื่อเปรียบเทียบผลในบริบทที่หลากหลาย

3. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจกรรม เช่น ทักษะเทคโนโลยี ความพร้อมของผู้สอน และสภาพแวดล้อมการเรียนรู้

4. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสังเกต เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงของสมรรถนะอย่างลึกซึ้ง

เอกสารอ้างอิง (References)

กาญจนา วัฒนกิจ. (2565). *การพัฒนาเอกสารเสริมประสบการณ์เพื่อเสริมสร้างทักษะภาษาไทย*. สำนักพิมพ์กรุงเทพฯ: แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา วิเศษสุวรรณภูมิ. (2561). *หลักการออกแบบสื่อการเรียนรู้ภาษาไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กรนิษฐ์ ชายป่า, พิงพร ศรีแก้ว, และศิวพร จติกุล. (2565). การพัฒนารูปแบบการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติโดย ADDIE MODEL. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 11*(3), 53–64. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBJ/article/view/261137

คุรุสภา. (2565). *ข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ พ.ศ. 2565*. ราชกิจจานุเบกษา, 139(56ก), 1–31.

ชนาธิป บุบผามาศ. (2565). การศึกษาข้อมูลพื้นฐานและการพัฒนารูปแบบการสอนตามแนวคิดเชิงออกแบบเพื่อส่งเสริมความสามารถในการออกแบบการจัดประสบการณ์โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานของนักศึกษาครู. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 12*(2), 1–14. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/ajpbru/article/view/255875

ทิศนา แขมมณี. (2566). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 27). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธวัชชัย สหพงษ์. (2563). ผลการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมตามรูปแบบ ADDIE Model ในรายวิชาการพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนการสอน. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 7*(2), 7–14. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/itm-journal/article/view/240513

ปริญญา วิวรรธมงคล และอรพรรณ ส่งเสริม. (2568). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานตามการคิดเชิงออกแบบเพื่อส่งเสริมความสามารถการออกแบบสื่อเทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้และการรู้เท่าทันสื่อ สำหรับนักศึกษาครู. *วารสาร มจร กาญจนปริทรรศน์, 5*(2), 103–116. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Kanchana-editor/article/view/281036

ประภัสสร พูนสุข. (2565). *นวัตกรรมการออกแบบเอกสารประกอบการเรียนภาษาไทยในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2562). *หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาควิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2566). *รายงานผลการประเมินสมรรถนะนักศึกษา ประจำปีการศึกษา 2566*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2565). *คู่มือคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

วัชราภรณ์ ประภาสะโนบล. (2566). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาครูโดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับการสอนแบบสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของนักเรียน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 34*(1), 144–161. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edupsu/article/view/250923

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2563). *แนวทางการพัฒนาสื่อการเรียนรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.

Aldoobie, N. (2015). ADDIE model. *American International Journal of Contemporary Research, 5*(6), 68–72. https://www.aijcrnet.com/journals /Vol_5_No_6_ December_ 2015/10.pdf

Anchunda, H. Y., & Kaewurai, W. (2024). A development of an instructional model based on the instructional design approach and social constructivism to enhance pre-service teachers' lesson planning and instructional material development abilities. *Journal of Education and Innovation, 26*(1), 15–35. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/262360

Beghetto, R. A., & Kaufman, J. C. (2014). Classroom contexts for creativity. *High Ability Studies, 25*(1), 53–69. https://doi.org/10.1080/13598139.2014.905247

Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Prentice-Hall.

Boyatzis, R. E. (1982). *The competent manager: A model for effective performance*. John Wiley & Sons.

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

Bruner, J. S. (1960). *The process of education*. Harvard University Press.

Craft, A. (2005). *Creativity in schools: Tensions and dilemmas*. Routledge.

Davies, D., Jindal-Snape, D., Collier, C., Digby, R., Hay, P., & Howe, A. (2013). Creative learning environments in education—A systematic literature review. *Thinking Skills and Creativity, 8*, 80–91. https://doi.org/10.1016/j.tsc.2012.07.004

Falloon, G. (2020). From digital literacy to digital competence: The teacher digital competency (TDC) framework. *Educational Technology Research and Development, 68*, 2449–2472. https://doi.org/10.1007/s11423-020-09767-4

Imram, W., Wannupatam, B., Sirimeka, W., Paungmali, K., & Tiamtan, T. (2024). Results of learning management using the ADDIE model to develop competencies in designing learning innovations for early childhood education of second-year teacher students.

Journal of Roi Et Rajabhat University, 18(2), 157–168. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/reru/article/view/274187

Jeffrey, B., & Craft, A. (2004). Teaching creatively and teaching for creativity: Distinctions and relationships. *Educational Studies, 30*(1), 77–87. https://doi.org/10.1080/03055690320000159750

McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist, 28*(1), 1–14. https://doi.org/10.1037/h0034092

Molenda, M. (2003). In search of the elusive ADDIE model. *Performance Improvement, 42*(5), 34–36. https://doi.org/10.1002/pfi.4930420508

Redecker, C. (2020). *European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu*. Publications Office of the European Union.

Seels, B. B., & Richey, R. C. (1994). *Instructional technology: The definition and domains of the field*. Association for Educational Communications and Technology.

Spencer, L. M., Jr., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. John Wiley & Sons.

Suesawatee, P., & Patjusanon, S. (2024). Learning activities in a virtual classroom based on the constructivist concept using Google Sites for the educational media design and production course in Thai language studies. *Journal of Variety in Language and Literature, 8*(1), 99–108. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wiwitwannasan/ article/ view/268130

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

Torrance, E. P. (1965). *Rewarding creative behavior: Experiments in classroom creativity*. Prentice-Hall.

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

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

TPACK: นวัตกรรมการบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาสมรรถนะครูและทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน

TPACK: An Instructional Innovation for Integrating Technology to Enhance Teacher Competencies and Learners' 21st Century Skills

วิชากร ลังกาฟ้า*, เจตนา เมืองมูล, ณัฐกุล รุณผาบ, เดช สาระจันทร์
Wichakorn Landkafha*, Jatana Moungmoon, Nuttakul Roonnaphab, Detch Sarachan

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
เลขที่ 120 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100
Faculty of Education, The Far Eastern University
120, Mahidol Road, Haiya Subdistrict, Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai 50100 Thailand

***รับบทความ**: 28 มกราคม 2569 **ปรับปรุงบทความ**: 23 พฤษภาคม 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 7 กรกฎาคม 2569*

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์กรอบแนวคิดทีแพค (Technological Pedagogical Content Knowledge: TPACK) ในฐานะนวัตกรรมการบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาสมรรถนะครูและทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน โดยใช้วิธีการทบทวนและสังเคราะห์วรรณกรรมจากเอกสารวิชาการทั้งในและต่างประเทศ บทความนำเสนอพัฒนาการของกรอบแนวคิด TPACK องค์ประกอบสำคัญทั้ง 7 ประการ ตลอดจนบทบาทของ TPACK ในการพัฒนาสมรรถนะครู การส่งเสริมทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 และการประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้สมัยใหม่ ผลการสังเคราะห์พบว่า TPACK เป็นกรอบแนวคิดที่ช่วยให้ครูสามารถบูรณาการความรู้ด้านเนื้อหา วิธีสอน และเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม ส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพการจัดการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมของผู้เรียน การพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูง และการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ ความสำเร็จของการพัฒนา TPACK ยังขึ้นอยู่กับการสนับสนุนเชิงระบบจากสถานศึกษา ทั้งด้านการ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: langkafhawichakorn@gmail.com

พัฒนาวิชาชีพครู ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ภาวะผู้นำทางวิชาการ และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี บทความจึงเสนอว่า TPACK ควรถูกใช้เป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาสมรรถนะครูและยกระดับคุณภาพการศึกษาสำหรับศตวรรษที่ 21 อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ

TPACK; สมรรถนะครู; เทคโนโลยีการศึกษา; ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21; การเรียนรู้ดิจิทัล

Received: *January 28, 2026* ***Revised***: *May 23, 2026* ***Accepted***: *July 7, 2026*

Abstract

This academic article aims to analyze and synthesize the Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK) framework as an instructional innovation for integrating technology to develop teacher competencies and 21st century skills among learners. The study employs a literature review and synthesis approach based on academic sources from both national and international contexts. The article discusses the development of the TPACK framework, its seven key components, and its role in enhancing teacher competencies, promoting 21st century skills, and supporting contemporary learning approaches. The synthesis indicates that TPACK enables teachers to effectively integrate content knowledge, pedagogical knowledge, and technological knowledge, thereby improving instructional quality, learner engagement, higher-order thinking skills, and digital-age learning outcomes. Furthermore, successful TPACK development requires systemic support from educational institutions, including professional development, professional learning communities, instructional leadership, and technological infrastructure. The article concludes that TPACK should serve as a foundational framework for strengthening teacher competencies and improving educational quality in the 21st century.

Keywords

TPACK; Teacher Competency; Educational Technology; 21st Century Skills; Digital Learning

บทนำ (Introduction)

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และเครือข่ายสารสนเทศในศตวรรษที่ 21 ได้ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต เศรษฐกิจ และระบบการศึกษาอย่างกว้างขวาง ผู้เรียนในปัจจุบันเติบโตท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้บทบาทของครูเปลี่ยนจากผู้ถ่ายทอดความรู้ไปสู่ผู้ออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ที่ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสร้างสรรค์นวัตกรรม การสื่อสาร และการเรียนรู้ตลอดชีวิต สอดคล้องกับกรอบสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับครูขององค์การยูเนสโก (ICT Competency Framework for Teachers: ICT-CFT) ที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ รวมทั้งแนวโน้มการพัฒนาสมรรถนะครูในยุคปัญญาประดิษฐ์ซึ่งให้ความสำคัญกับการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการจัดการเรียนรู้มากกว่าการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการสอนเพียงอย่างเดียว (UNESCO, 2018)

ในบริบทของประเทศไทย มาตรฐานวิชาชีพครูและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะครูยุคดิจิทัลได้ให้ความสำคัญกับความสามารถในการออกแบบและจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสมกับเนื้อหาและบริบทของผู้เรียน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสถานศึกษาจะมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังพบว่าการใช้เทคโนโลยีในชั้นเรียนจำนวนมากอยู่ในระดับการสนับสนุนการนำเสนอข้อมูล มากกว่าการส่งเสริมการเรียนรู้เชิงลึก การคิดขั้นสูง และการสร้างองค์ความรู้ของผู้เรียน สะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลมิได้ขึ้นอยู่กับการมีเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับสมรรถนะของครูในการบูรณาการเทคโนโลยี วิธีสอน และเนื้อหาวิชาเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม (Koehler et al., 2013, 13-19)

กรอบแนวคิดทีแพค (Technological Pedagogical Content Knowledge: TPACK) ซึ่งพัฒนาโดย Mishra และ Koehler จึงได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะกรอบแนวคิดสำคัญสำหรับการพัฒนาสมรรถนะครูในยุคดิจิทัล เนื่องจากช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านเนื้อหา ความรู้ด้านวิธีสอน และความรู้ด้านเทคโนโลยี อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการออกแบบการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ จากการศึกษาวรรณกรรมร่วมสมัยพบว่า TPACK ไม่ได้เป็นเพียงกรอบแนวคิดสำหรับการบูรณาการเทคโนโลยีในการสอนเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงการพัฒนาสมรรถนะครูกับการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน (Mishra & Koehler, 2006; Voogt et al., 2013) บทความนี้จึงมุ่งวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับ TPACK ในฐานะนวัตกรรมการบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาสมรรถนะครูและส่งเสริมทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน ตลอดจนเสนอแนวทางในการประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษาไทย

ความเป็นมาและพัฒนาการของกรอบแนวคิด TPACK

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลได้ส่งผลให้การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ครูไม่เพียงต้องมีความรู้ในเนื้อหาวิชาที่สอนและมีทักษะด้านการจัดการเรียนรู้เท่านั้น แต่ยัง

จำเป็นต้องสามารถเลือกใช้และบูรณาการเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับเนื้อหา วิธีการสอน และบริบทของผู้เรียนได้อย่างเหมาะสม ความต้องการดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดที่ใช้อธิบายความรู้และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับครูในยุคดิจิทัล

รากฐานสำคัญของกรอบแนวคิด TPACK เริ่มต้นจากแนวคิดความรู้ด้านเนื้อหาและวิธีสอน (Pedagogical Content Knowledge: PCK) ของ Shulman (1986, 4-14)ซึ่งเสนอว่าความเชี่ยวชาญของครูไม่ได้เกิดจากการมีความรู้ในเนื้อหาวิชาเพียงอย่างเดียว หรือมีทักษะการสอนเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากความสามารถในการผสานความรู้ทั้งสองด้านเข้าด้วยกัน เพื่อทำให้เนื้อหาที่ยากหรือซับซ้อนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดดังกล่าวนับเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้วงการศึกษามองบทบาทของครูในมิติที่ลึกซึ้งมากขึ้น

ต่อมา Mishra และ Koehler (2006, 1017-1054)ได้ขยายแนวคิดของ Shulman ให้สอดคล้องกับบริบทการศึกษาในยุคดิจิทัล โดยเสนอกรอบแนวคิด Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK) ซึ่งเพิ่มมิติของความรู้ด้านเทคโนโลยีเข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญของสมรรถนะครู แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานว่า การใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพไม่สามารถพิจารณาแยกขาดจากเนื้อหาวิชาและวิธีการสอนได้ แต่ต้องอาศัยการบูรณาการองค์ความรู้ทั้งสามด้านเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ

TPACK จึงมิได้มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีเพียงเพื่อเพิ่มความทันสมัยให้กับการจัดการเรียนรู้ หากแต่เป็นกรอบแนวคิดที่อธิบายความสามารถของครูในการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ ลักษณะของเนื้อหา และความต้องการของผู้เรียนในแต่ละบริบท การบูรณาการดังกล่าวช่วยให้เทคโนโลยีกลายเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้ การคิดขั้นสูง และการเรียนรู้เชิงลึก มากกว่าการเป็นเพียงสื่อประกอบการสอน (Mishra & Koehler, 2006, 1017-1054)

ในช่วงกว่าสองทศวรรษที่ผ่านมา กรอบแนวคิด TPACK ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะหนึ่งในกรอบแนวคิดสำคัญสำหรับการพัฒนาสมรรถนะครูยุคดิจิทัล มีการนำไปประยุกต์ใช้ทั้งในการผลิตครู การพัฒนาวิชาชีพครู การวิจัยทางการศึกษา และการประเมินสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ในหลากหลายประเทศ งานวิจัยจำนวนมากสะท้อนให้เห็นว่า ครูที่มีระดับสมรรถนะด้าน TPACK สูงสามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน การคิดวิเคราะห์ การสร้างสรรค์นวัตกรรม และการใช้เทคโนโลยีอย่างมีความหมายได้ดีกว่าครูที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีเพียงในเชิงเครื่องมือ (Voogt et al., 2013; Willermark, 2018)

จากพัฒนาการดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า TPACK เป็นมากกว่ากรอบแนวคิดด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา แต่เป็นกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงการพัฒนาสมรรถนะครูกับการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการจัดการเรียนรู้ที่มีคุณภาพในสังคมดิจิทัล

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด TPACK: ความสัมพันธ์เชิงบูรณาการระหว่างความรู้ด้านเนื้อหา วิธีสอน และเทคโนโลยี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด TPACK: ความสัมพันธ์เชิงบูรณาการระหว่างความรู้ด้านเนื้อหา วิธีสอน และเทคโนโลยี
สร้างขึ้นโดยใช้ **DALL·E 3 (OpenAI, 2023)** จากคำสั่ง (Prompt) ของผู้เขียน โดยดัดแปลงจากแนวคิดของ Mishra และ Koehler (2006) เพื่อใช้ประกอบการอธิบายทางวิชาการ

องค์ประกอบของกรอบแนวคิด TPACK

ภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่า TPACK มิได้เป็นเพียงผลรวมของความรู้ด้านเนื้อหา ความรู้ด้านวิธีสอน และความรู้ด้านเทคโนโลยี หากแต่เป็นองค์ความรู้เชิงบูรณาการที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งสาม ความสัมพันธ์ดังกล่าวช่วยให้ครูสามารถออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับลักษณะของเนื้อหา ความต้องการของผู้เรียน และเป้าหมายการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การทำความเข้าใจองค์ประกอบต่าง ๆ ของ TPACK จึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาสมรรถนะครูและยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล (Mishra & Koehler, 2006)

TPACK ประกอบด้วยองค์ความรู้ 7 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยแต่ละองค์ประกอบไม่ได้ดำรงอยู่อย่างแยกส่วน หากแต่เกิดจากการบูรณาการและปฏิสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้าน

เนื้อหา ความรู้ด้านวิธีสอน และความรู้ด้านเทคโนโลยี ซึ่งร่วมกันสนับสนุนให้ครูสามารถออกแบบและจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของศตวรรษที่ 21 (Koehler et al., 2013)

องค์ประกอบพื้นฐานประการแรก คือ ความรู้ด้านเนื้อหา (Content Knowledge: CK) หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในเนื้อหาวิชาที่ครูรับผิดชอบสอน ไม่ว่าจะเป็นข้อเท็จจริง แนวคิด หลักการ ทฤษฎี หรือกระบวนการเฉพาะของศาสตร์นั้น ๆ ครูที่มีความรู้ด้านเนื้อหาอย่างลึกซึ้งจะสามารถเลือกสาระสำคัญ จัดลำดับเนื้อหา และเชื่อมโยงองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับระดับความสามารถของผู้เรียนได้ (Shulman, 1986, 4-14)

องค์ประกอบที่สอง คือ ความรู้ด้านวิธีสอน (Pedagogical Knowledge: PK) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับหลักการจัดการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล การจัดการชั้นเรียน จิตวิทยาการเรียนรู้ และกลยุทธ์การสอนที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน ครูที่มีความรู้ด้านวิธีสอนสามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียนและเป้าหมายทางการศึกษาได้อย่างเหมาะสม (Shulman, 1986, 4-14)

องค์ประกอบที่สาม คือ ความรู้ด้านเทคโนโลยี (Technological Knowledge: TK) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ และทักษะในการเลือกใช้ ประยุกต์ใช้ และปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ ครูจำเป็นต้องมีความสามารถในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพิจารณาความเหมาะสมของเทคโนโลยีแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับบริบทการเรียนรู้ (Mishra & Koehler, 2006)

เมื่อองค์ความรู้พื้นฐานทั้งสามด้านเกิดการเชื่อมโยงกัน จะก่อให้เกิดองค์ประกอบเชิงบูรณาการอีก 4 ประการ ได้แก่ ความรู้ด้านเนื้อหาและวิธีสอน (Pedagogical Content Knowledge: PCK) ความรู้ด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี (Technological Content Knowledge: TCK) ความรู้ด้านวิธีสอนและเทคโนโลยี (Technological Pedagogical Knowledge: TPK) และความรู้บูรณาการด้านเทคโนโลยี วิธีสอน และเนื้อหา (Technological Pedagogical Content Knowledge: TPACK) (Mishra & Koehler, 2006)

ความรู้ด้านเนื้อหาและวิธีสอน (Pedagogical Content Knowledge: PCK) เป็นองค์ความรู้ที่สะท้อนความสามารถของครูในการถ่ายทอดเนื้อหาให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่าย โดยเลือกใช้วิธีการสอน ตัวอย่าง กิจกรรม หรือสื่อการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของเนื้อหาและผู้เรียน (Shulman, 1986, 4-14)

ความรู้ด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี (Technological Content Knowledge: TCK) หมายถึง ความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับลักษณะของเนื้อหา เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดหรือกระบวนการที่ซับซ้อนได้ดียิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น การใช้โปรแกรมจำลองสถานการณ์ทางวิทยาศาสตร์ หรือการใช้ซอฟต์แวร์ด้านคณิตศาสตร์เพื่อแสดงความสัมพันธ์เชิงนามธรรมในรูปแบบที่มองเห็นได้ (Mishra & Koehler, 2006)

ความรู้ด้านวิธีสอนและเทคโนโลยี (Technological Pedagogical Knowledge: TPK) หมายถึง ความเข้าใจเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีร่วมกับกลยุทธ์การสอนต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม การสื่อสาร การทำงานร่วมกัน และการเรียนรู้เชิงรุกของผู้เรียน (Koehler et al., 2013)

องค์ประกอบสูงสุดของกรอบแนวคิดนี้ คือ ความรู้บูรณาการด้านเทคโนโลยี วิธีสอน และเนื้อหา (Technological Pedagogical Content Knowledge: TPACK) ซึ่งสะท้อนความสามารถของครูในการผสมผสานองค์ความรู้ทั้งสามด้านเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสมภายใต้บริบทการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ครูที่มีสมรรถนะด้าน TPACK จะสามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีอย่างมีความหมาย เชื่อมโยงกับเนื้อหาวิชา และสอดคล้องกับวิธีการเรียนรู้ของผู้เรียน ส่งผลให้การจัดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพและสามารถพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ได้อย่างแท้จริง (Mishra & Koehler, 2006; Voogt et al., 2013)

จากการสังเคราะห์องค์ประกอบทั้ง 7 ประการ จะเห็นได้ว่า TPACK มิได้มุ่งเน้นให้ครูมีความสามารถด้านเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่เน้นการบูรณาการองค์ความรู้หลายมิติให้ทำงานร่วมกันอย่างสมดุล อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาสมรรถนะครูในยุคดิจิทัล และเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน (Koehler et al., 2013; Voogt et al., 2013)

TPACK กับการพัฒนาสมรรถนะครูและทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน

ในบริบทของการศึกษาแห่งศตวรรษที่ 21 การพัฒนาคุณภาพผู้เรียนไม่สามารถแยกออกจากการพัฒนาสมรรถนะของครูได้ เนื่องจากครูเป็นกลไกสำคัญในการออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในโลกยุคดิจิทัล กรอบแนวคิด TPACK จึงได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาสมรรถนะครูให้สามารถบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับเนื้อหาและวิธีการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Mishra & Koehler, 2006; Voogt et al., 2013)

สมรรถนะครูในศตวรรษที่ 21 มิได้หมายถึงเพียงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือดิจิทัลเท่านั้น หากแต่หมายถึงความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับลักษณะของเนื้อหา เป้าหมายการเรียนรู้ และความแตกต่างระหว่างผู้เรียน ครูจึงต้องมีความรู้เชิงบูรณาการที่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ทั้งสามด้าน ได้แก่ ความรู้ด้านเนื้อหา ความรู้ด้านวิธีสอน และความรู้ด้านเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้เชิงลึกและการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองของผู้เรียน (Koehler et al., 2013; UNESCO, 2018)

งานวิจัยจำนวนมากสะท้อนให้เห็นว่า ครูที่มีสมรรถนะด้าน TPACK ในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างองค์ความรู้มากกว่าการใช้เทคโนโลยีเพื่อการนำเสนอข้อมูลเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้ผู้เรียนมีโอกาสพัฒนาความสามารถในการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การคิดสร้างสรรค์ และการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ดียิ่งขึ้น (Voogt et al., 2013; Willermark, 2018)

ในด้านผู้เรียน กรอบแนวคิด TPACK มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วยทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills) ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี (Information, Media and Technology Skills) และทักษะชีวิตและการทำงาน (Life

and Career Skills) (Partnership for 21st Century Learning [P21], 2019) โดยครูที่สามารถบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการจัดการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมจะช่วยสร้างโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกคิด วิเคราะห์ สืบค้นข้อมูล สื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำงานร่วมกับผู้อื่น และสร้างสรรค์ผลงานผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย

นอกจากนี้ TPACK ยังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาทักษะสำคัญที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในศตวรรษที่ 21 หรือที่เรียกว่า 4Cs ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) การคิดสร้างสรรค์ (Creativity) การสื่อสาร (Communication) และการทำงานร่วมกัน (Collaboration) เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย สร้างองค์ความรู้ใหม่ และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างกว้างขวาง ขณะที่ครูทำหน้าที่เป็นผู้ออกแบบและอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ภายใต้กรอบแนวคิด TPACK (P21, 2019)

เมื่อพิจารณาในมิติของการศึกษาไทย กรอบแนวคิด TPACK มีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสมรรถนะครูในยุคดิจิทัล ตลอดจนเป้าหมายการพัฒนาผู้เรียนตามหลักสูตรฐานสมรรถนะที่มุ่งเน้นการสร้างผู้เรียนให้มีความสามารถในการคิดขั้นสูง การแก้ปัญหา การใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต สอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาการศึกษาขององค์การยูเนสโกและมาตรฐานวิชาชีพครูในศตวรรษที่ 21 ที่ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนรู้มากกว่าการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการสอนเพียงอย่างเดียว (UNESCO, 2018)

แนวคิดดังกล่าวยังสอดคล้องกับกรอบสมรรถนะดิจิทัลสำหรับครูของสหภาพยุโรป (Digital Competence Framework for Educators: DigCompEdu) ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ การประเมินผล การพัฒนาวิชาชีพ และการส่งเสริมศักยภาพผู้เรียนในยุคดิจิทัล (Redecker, 2017)

ในบริบทการศึกษาของประเทศไทย แนวคิด TPACK ยังมีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสมรรถนะครูตามมาตรฐานวิชาชีพครูของคุรุสภา ซึ่งให้ความสำคัญกับความสามารถในการบูรณาการเนื้อหา วิธีการสอน และเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนในยุคดิจิทัล (คุรุสภา, 2564) สะท้อนให้เห็นว่า TPACK มิได้เป็นเพียงกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี แต่เป็นสมรรถนะที่เชื่อมโยงกับการปฏิบัติวิชาชีพครูในบริบทการศึกษาร่วมสมัยของประเทศไทย

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่า TPACK ทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาสมรรถนะครูกับการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน กล่าวคือ เมื่อครูมีความสามารถในการบูรณาการความรู้ด้านเนื้อหา วิธีสอน และเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ย่อมส่งผลต่อคุณภาพของการจัดการเรียนรู้ และนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้สามารถดำรงชีวิต เรียนรู้ และทำงานในสังคมดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (Voogt et al., 2013; Zhao, 2021)

การประยุกต์ใช้ TPACK ในการจัดการเรียนรู้สมัยใหม่

การเปลี่ยนแปลงของสังคมดิจิทัลและความต้องการพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 ส่งผลให้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ในปัจจุบันมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน การสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้อย่างมีความหมาย กรอบแนวคิด TPACK จึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้สมัยใหม่ โดยช่วยให้ครูสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับเนื้อหาและวิธีการสอน อันนำไปสู่การออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในยุคดิจิทัล (Mishra & Koehler, 2006; Koehler et al., 2013)

หนึ่งในแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย คือ การเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ซึ่งมุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ การอภิปราย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการสะท้อนคิด โดย TPACK ช่วยให้ครูสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกได้อย่างเหมาะสม เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการอภิปราย การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ หรือการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อรวบรวมและนำเสนอข้อมูล (Bonwell & Eison, 1991)

นอกจากนี้ TPACK ยังสามารถประยุกต์ใช้ร่วมกับ การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning: PBL) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเรียนรู้ผ่านการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์จริง เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วยสนับสนุนการสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ทางเลือก และการนำเสนอแนวทางแก้ปัญหา ทำให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ (Barrows, 1986, 481-486)

ในทำนองเดียวกัน การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-Based Learning) เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิด TPACK เนื่องจากผู้เรียนต้องอาศัยการบูรณาการความรู้จากหลายศาสตร์ การทำงานร่วมกัน และการใช้เทคโนโลยีในการสร้างชิ้นงานหรือผลงานที่สะท้อนการเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวช่วยส่งเสริมทั้งความคิดสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบ และการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง (Thomas, 2000)

อีกแนวทางหนึ่งที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ การเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry-Based Learning) ซึ่งมุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนตั้งคำถาม สืบค้นข้อมูล วิเคราะห์หลักฐาน และสร้างข้อสรุปด้วยตนเอง ภายใต้กรอบ TPACK ครูสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนกระบวนการสืบเสาะ เช่น ฐานข้อมูลออนไลน์ ห้องปฏิบัติการเสมือนจริง หรือเครื่องมือสำหรับการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล (Pedaste et al., 2015, 47-61)

สำหรับ การจัดการเรียนรู้แบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ถือเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการประยุกต์ใช้ TPACK ในการจัดการเรียนรู้ยุคดิจิทัล โดยครูใช้เทคโนโลยีในการจัดเตรียมสื่อการเรียนรู้ให้ผู้เรียนศึกษาได้ด้วยตนเองก่อนเข้าเรียน ขณะที่เวลาในชั้นเรียนถูกนำมาใช้สำหรับการอภิปราย การ

แก้ปัญหา และการทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้เชิงลึกและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูกับผู้เรียน (Bergmann & Sams, 2012)

นอกจากนี้ กรอบแนวคิด TPACK ยังสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบ สะเต็มศึกษาและสะตีมศึกษา (STEM/STEAM Education) ที่มุ่งบูรณาการองค์ความรู้จากหลายสาขาวิชาเข้าด้วยกัน รวมถึง การเรียนรู้เฉพาะบุคคล (Personalized Learning) ที่ให้ความสำคัญกับความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลในการปรับกิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับศักยภาพ ความสนใจ และความต้องการของผู้เรียนแต่ละคน (Henriksen, 2017; Zhao, 2021)

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมพบว่า ความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้สมัยใหม่มิได้ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้เพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับความสามารถของครูในการบูรณาการเนื้อหา วิธีสอน และเทคโนโลยีให้ทำงานร่วมกันอย่างเหมาะสมตามบริบทของการเรียนรู้ ซึ่งเป็นสาระสำคัญของกรอบแนวคิด TPACK ดังนั้น TPACK จึงมิใช่เพียงเครื่องมือสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในการสอน แต่เป็นกรอบแนวคิดที่ช่วยให้ครูสามารถออกแบบการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะและทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Koehler et al., 2013; Zhao, 2021)

การพัฒนา TPACK ในระดับสถานศึกษา

แม้ว่ากรอบแนวคิด TPACK จะมุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของครูในการบูรณาการเทคโนโลยี วิธีสอน และเนื้อหาวิชา แต่การพัฒนา TPACK ให้เกิดผลอย่างยั่งยืนไม่สามารถอาศัยความพยายามของครูเพียงรายบุคคลได้ หากต้องอาศัยการสนับสนุนอย่างเป็นระบบจากสถานศึกษา ทั้งในด้านนโยบาย การบริหารจัดการ ทรัพยากร และวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกันภายในองค์กร (UNESCO, 2018; Zhao, 2021)

ปัจจัยสำคัญประการแรก คือ การพัฒนาวิชาชีพครูอย่างต่อเนื่อง (Professional Development) โดยการพัฒนาครูในยุคดิจิทัลควรมุ่งเน้นการบูรณาการองค์ความรู้ทั้งสามด้านของ TPACK ไปพร้อมกัน มากกว่าการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว ครูควรได้รับโอกาสในการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การสะท้อนผลการจัดการเรียนรู้ และการทดลองใช้เทคโนโลยีในบริบทการสอนของตนเอง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการพัฒนาสมรรถนะอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับสภาพจริงของสถานศึกษา (Desimone, 2009, 181-199)

ปัจจัยประการที่สอง คือ การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ครูร่วมกันวางแผนการจัดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดี วิเคราะห์ปัญหา และสะท้อนผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ การดำเนินงานในรูปแบบ PLC ช่วยให้ครูเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน สามารถพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยี วิธีสอน และเนื้อหาไปพร้อมกัน อันเป็นการเสริมสร้างสมรรถนะด้าน TPACK ในระดับองค์กร (DuFour & Fullan, 2013)

ปัจจัยประการที่สาม คือ ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการบูรณาการเทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้ ผู้บริหารควร

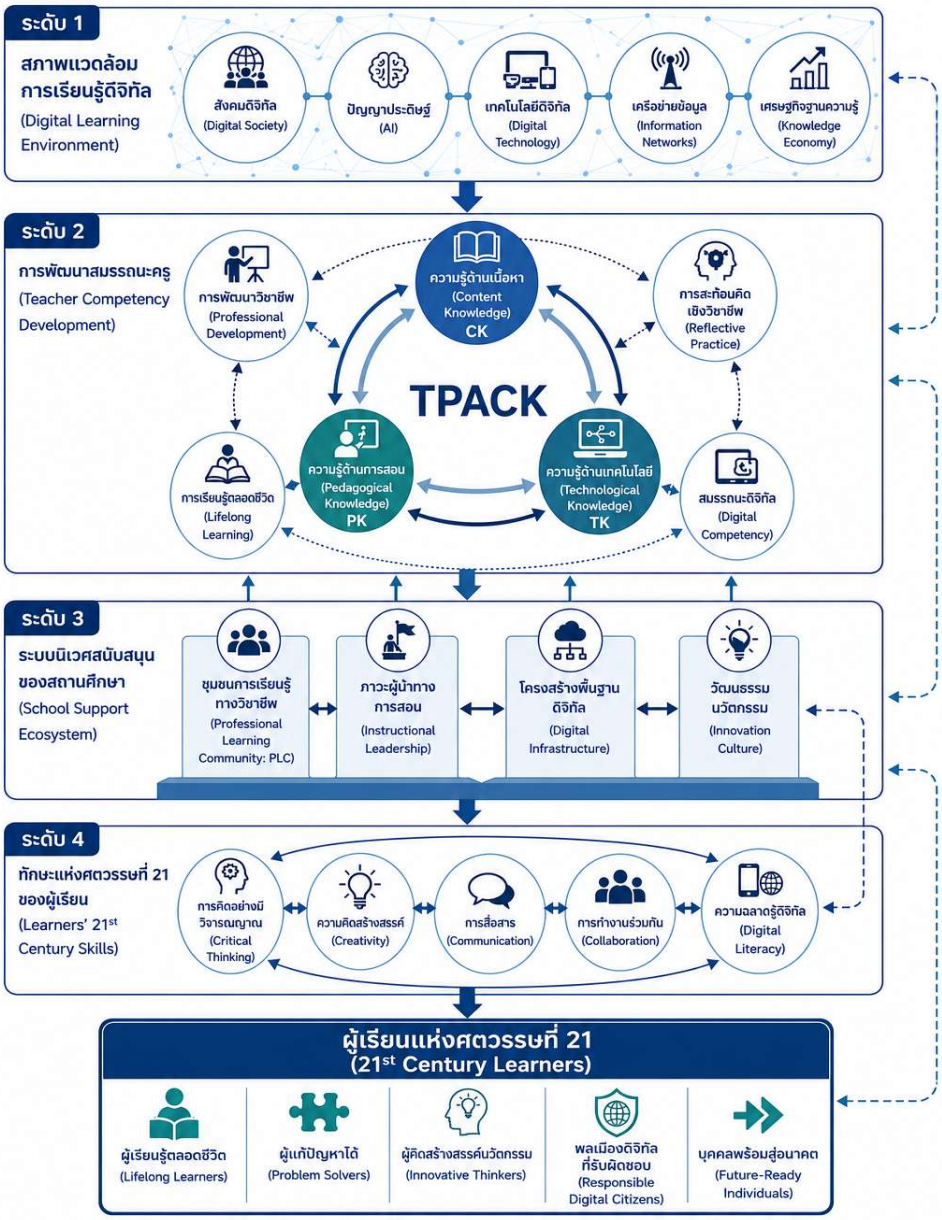
ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมทางการศึกษา สนับสนุนการพัฒนาวิชาชีพครู จัดสรรทรัพยากรที่จำเป็น และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดโอกาสให้ครูได้เรียนรู้ ทดลอง และพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Hallinger, 2011, 125-142)

นอกจากปัจจัยด้านบุคลากรแล้ว โครงสร้างพื้นฐานและระบบสนับสนุนด้านเทคโนโลยี ก็เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนา TPACK สถานศึกษาจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ เทคโนโลยี เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และแหล่งเรียนรู้ดิจิทัลที่เพียงพอ รวมทั้งมีระบบสนับสนุนด้านเทคนิคที่ช่วยลดข้อจำกัดในการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ (UNESCO, 2018)

ในปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาครูในหลายประเทศได้ให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงกรอบแนวคิด TPACK เข้ากับมาตรฐานสมรรถนะครูดิจิทัล เช่น กรอบสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับครูขององค์การยูเนสโก (ICT Competency Framework for Teachers: ICT-CFT) และแนวทางการพัฒนาสมรรถนะครูในยุคปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งล้วนสะท้อนให้เห็นว่า การใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพต้องอาศัยทั้งความรู้ทางวิชาการ ทักษะทางวิชาชีพ และการสนับสนุนจากระบบการศึกษาในภาพรวม (UNESCO, 2018)

นอกจากนี้ การพัฒนาสมรรถนะครูในปัจจุบันควรครอบคลุมความสามารถในการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เชิงกำเนิด (Generative AI) เพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ การออกแบบสื่อ การประเมินผล และการเรียนรู้เฉพาะบุคคลของผู้เรียน ทั้งนี้ การใช้ AI อย่างมีประสิทธิภาพยังคงต้องอาศัยความสามารถในการบูรณาการเนื้อหา วิธีสอน และเทคโนโลยีตามกรอบแนวคิด TPACK เพื่อให้เทคโนโลยีถูกนำไปใช้อย่างเหมาะสม มีจริยธรรม และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนา TPACK ในระดับสถานศึกษาควรดำเนินการในลักษณะของ “ระบบนิเวศการเรียนรู้” (Learning Ecosystem) ที่เชื่อมโยงการพัฒนาครู การทำงานร่วมกันในรูปแบบ PLC ภาวะผู้นำทางวิชาการ และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เมื่อองค์ประกอบเหล่านี้ทำงานสนับสนุนซึ่งกันและกัน จะช่วยให้ครูสามารถพัฒนาสมรรถนะด้าน TPACK ได้อย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างยั่งยืน (Zhao, 2021)



ภาพที่ 2 ระบบนิเวศการพัฒนา TPACK เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะครูและทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน
สร้างขึ้นโดยใช้ DALL·E 3 (OpenAI, 2023) จากคำสั่ง (Prompt) ของผู้เขียน และได้รับการตรวจสอบ ปรับแก้ และเรียบเรียงโดยผู้เขียนเพื่อประกอบการอธิบายเชิงวิชาการ

บทสรุป (Conclusion)

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และสังคมฐานความรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้ส่งผลให้บทบาทของครูและรูปแบบการจัดการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ การจัดการศึกษาในยุคดิจิทัลจึงไม่อาจมุ่งเน้นเพียงการถ่ายทอดความรู้หรือการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือประกอบการสอนเท่านั้น แต่จำเป็นต้องพัฒนาสมรรถนะของครูให้สามารถบูรณาการเทคโนโลยี วิธีสอน และเนื้อหาวิชาเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีความหมายและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในโลกยุคใหม่

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์วรรณกรรมพบว่า กรอบแนวคิด TPACK (Technological Pedagogical Content Knowledge) เป็นแนวคิดสำคัญที่ช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านเนื้อหา ความรู้ด้านวิธีสอน และความรู้ด้านเทคโนโลยี ซึ่งต้องทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบในการออกแบบและจัดการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ TPACK มิได้มุ่งเน้นให้ครูมีความสามารถด้านเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว หากแต่เน้นการบูรณาการองค์ความรู้ทั้งสามด้านให้สอดคล้องกับบริบทของผู้เรียนและเป้าหมายการเรียนรู้ (Mishra & Koehler, 2006, 1017-1054)

ผลการสังเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า TPACK ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงการพัฒนาสมรรถนะครูกับการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน โดยครูที่มีสมรรถนะด้าน TPACK สามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์ การคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร การทำงานร่วมกัน และการรู้เท่าทันดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (P21, 2019; Voogt et al., 2013) นอกจากนี้ TPACK ยังสามารถประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวทางการจัดการเรียนรู้สมัยใหม่ เช่น การเรียนรู้เชิงรุก การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน การเรียนรู้แบบสืบเสาะ และการจัดการเรียนรู้แบบห้องเรียนกลับด้าน ซึ่งล้วนมีเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมได้อย่างเหมาะสม

อีกประเด็นสำคัญที่ค้นพบจากการสังเคราะห์วรรณกรรม คือ ความสำเร็จของการพัฒนา TPACK ไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวครูเพียงรายบุคคล แต่ขึ้นอยู่กับระบบนิเวศการเรียนรู้ของสถานศึกษา ซึ่งประกอบด้วยการพัฒนาวิชาชีพครูอย่างต่อเนื่อง การดำเนินงานในรูปแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี และวัฒนธรรมนวัตกรรมภายในองค์กร องค์ประกอบเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้ครูสามารถพัฒนาสมรรถนะด้าน TPACK และนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิผล (Desimone, 2009; DuFour & Fullan, 2013; Hallinger, 2011)

ดังนั้น บทความนี้จึงเสนอให้ TPACK ถูกใช้เป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาสมรรถนะครู การออกแบบการเรียนรู้ และการกำหนดนโยบายด้านการศึกษาดิจิทัลในทุกระดับ โดยมุ่งสร้างความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาครู การสนับสนุนจากสถานศึกษา และการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อันจะนำไปสู่การสร้างพลเมืองดิจิทัลที่มีคุณภาพ สามารถเรียนรู้ตลอดชีวิต คิดอย่างมีวิจารณญาณ สร้างสรรค์นวัตกรรม และพร้อมเผชิญความท้าทายในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

ในเชิงการนำไปใช้ การพัฒนา TPACK ควรดำเนินการอย่างบูรณาการใน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับผู้สอน ซึ่งมุ่งพัฒนาสมรรถนะผ่านการปฏิบัติจริงและการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ระดับสถานศึกษา ซึ่งมุ่งสร้างระบบสนับสนุนด้านเทคโนโลยี การพัฒนาวิชาชีพ และวัฒนธรรมนวัตกรรม และระดับนโยบาย ซึ่งควรกำหนดมาตรฐาน สมรรถนะ และกลไกการติดตามประเมินผลที่ส่งเสริมการบูรณาการเทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

คุรุสภา. (2564). *มาตรฐานวิชาชีพครู*. สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา.

Barrows, H. S. (1986). A taxonomy of problem-based learning methods. *Medical Education, 20*(6), 481–486. https://doi.org/10.1111/j.1365-2923.1986.tb01386.x

Bergmann, J., & Sams, A. (2012). *Flip your classroom: Reach every student in every class every day*. International Society for Technology in Education.

Bonwell, C. C., & Eison, J. A. (1991). *Active learning: Creating excitement in the classroom*. ASHE-ERIC Higher Education Reports.

Desimone, L. M. (2009). Improving impact studies of teachers' professional development: Toward better conceptualizations and measures. *Educational Researcher, 38*(3), 181–199. https://doi.org/10.3102/0013189X08331140

DuFour, R., & Fullan, M. (2013). *Cultures built to last: Systemic PLCs at work*. Solution Tree Press.

Hallinger, P. (2011). Leadership for learning: Lessons from 40 years of empirical research. *Journal of Educational Administration, 49*(2), 125–142. https://doi.org/10.1108/09578231111116699

Henriksen, D. (2017). Creating STEAM with design thinking: Beyond STEM and arts integration. *The STEAM Journal, 3*(1), 1–11. https://doi.org/ 10.5642/steam.20170301.11

Koehler, M. J., Mishra, P., & Cain, W. (2013). What is technological pedagogical content knowledge (TPACK)? *Journal of Education, 193*(3), 13–19. https://doi.org/10.1177/002205741319300303

Mishra, P., & Koehler, M. J. (2006). Technological pedagogical content knowledge: A framework for teacher knowledge. *Teachers College Record, 108*(6), 1017–1054. 10.1111/j.1467-9620.2006.00684.

OpenAI. (2023). *DALL·E 3*. https://openai.com/dall-e-3

Partnership for 21st Century Learning. (2019). *Framework for 21st century learning*. Battelle for Kids.

Pedaste, M., Mäeots, M., Siiman, L. A., de Jong, T., Van Riesen, S. A. N., Kamp, E. T., Manoli, C. C., Zacharia, Z. C., & Tsourlidaki, E. (2015). Phases of inquiry-based learning:

Definitions and the inquiry cycle. *Educational Research Review, 14*, 47–61. https://doi.org/10.1016/j.edurev.2015.02.003

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

Shulman, L. S. (1986). Those who understand: Knowledge growth in teaching. *Educational Researcher, 15*(2), 4–14. https://doi.org/10.2307/1175860

Thomas, J. W. (2000). *A review of research on project-based learning*. Autodesk Foundation.

UNESCO. (2018). *UNESCO ICT competency framework for teachers* (Version 3). UNESCO.

Voogt, J., Fisser, P., Pareja Roblin, N., Tondeur, J., & Van Braak, J. (2013). Technological pedagogical content knowledge: A review of the literature. *Journal of Computer Assisted Learning, 29*(2), 109–121. https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2012.00487.x

Willermark, S. (2018). Technological pedagogical and content knowledge: A review of empirical studies published from 2011 to 2016. *Journal of Educational Computing Research, 56*(3), 315–343. https://doi.org/10.1177/0735633117713114

Zhao, Y. (2021). *Learners without borders: New learning pathways for all students*. Corwin.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

การวิเคราะห์เปรียบเทียบและการปฏิรูปกฎหมาย เพื่อการป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล

A Comparative Analysis and Legal Reform for Consumer Prevention and Protection in the Digital Environment

จุมพล นันทศิริพล*

Jumphon Nunthasiriphon*

นักวิชาการอิสระ

99/41 หมู่ 2 ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางแม่นาง อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี 11140

Independent scholar

99-41 Moo 2, Kanchanaphisek Road, Bang Mae Nang Subdistrict, Bang Yai District, Nonthaburi 11140 Thailand

***รับบทความ**: 3 ธันวาคม 2568 **ปรับปรุงบทความ**: 21 มิถุนายน 2569 **ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 7 สิงหาคม 2569*

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล โดยทำการวิเคราะห์กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องเปรียบเทียบกับมาตรการระหว่างประเทศ จากการศึกษาพบว่ากฎหมายไทยยังมีช่องว่างในการคุ้มครองผู้บริโภคหลายประการ โดยเฉพาะในด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การป้องกันการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมทางดิจิทัล และการรับผิดสำหรับอันตรายจากผลิตภัณฑ์ดิจิทัล การศึกษานี้อาศัยการวิเคราะห์เอกสารหลักฐานทางกฎหมายทั้งในและต่างประเทศ การศึกษาเปรียบเทียบกฎหมาย และการวิเคราะห์กรณีศึกษา ผลการศึกษาเผยให้เห็นว่ากฎหมายไทยปัจจุบันยังขาดความครอบคลุมและประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ที่ยังคงมีข้อจำกัดในการบังคับใช้ การขาดแคลนกลไกเฉพาะสำหรับจัดการกับพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ความท้าทายในการระงับข้อพิพาทออนไลน์ และความท้าทายในการบังคับใช้กฎหมาย

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ
อีเมล: jumphon2512@gmail.com

กับบริษัทข้ามชาติ บทความนี้เสนอแนะให้มีการปฏิรูปกฎหมายในสามด้านหลัก ได้แก่ 1) การบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการเสริมสร้างศักยภาพของหน่วยงานกำกับดูแล 2) การตรากฎหมายเฉพาะสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลที่ครอบคลุมถึงสินค้าและบริการดิจิทัล และ 3) การสร้างกลไกการบังคับใช้ข้ามพรมแดนผ่านความร่วมมือระหว่างประเทศ ข้อเสนอแนะเหล่านี้มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมทางเทคโนโลยีกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล

คำสำคัญ

มาตรการทางกฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภค สิ่งแวดล้อมดิจิทัล ข้อมูลส่วนบุคคล การบังคับใช้ข้ามพรมแดน

***Received**: December 3, 2025* ***Revised**: June 21, 2026* ***Accepted**: August 7, 2026*

Abstract

This academic article aims to study legal measures for the prevention and protection of consumers in the digital environment, employing an analysis of relevant Thai laws in comparison with international measures. The study reveals significant gaps in Thailand's consumer protection framework, particularly regarding personal data protection, the prevention of unfair digital advertising, and liability for digital product-related damages. This study utilizes documentary analysis of legal evidence from both domestic and international contexts, comparative legal analysis, and case studies. The findings demonstrate that current Thai laws lack comprehensiveness and effectiveness in addressing challenges within the digital environment, especially concerning the enforcement of the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019), which continues to face implementation constraints. Furthermore, there is a notable absence of specific mechanisms to manage unfair practices on online platforms, alongside difficulties in online dispute resolution and complexities in cross-border enforcement against multinational corporations. The article proposes legal reforms in three main areas: 1) effective enforcement of the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019) through enhanced regulatory capacity, 2) enactment of specific legislation for digital consumer protection covering digital products and services, and 3) establishment of cross-border enforcement mechanisms through international cooperation. These recommendations aim to

balance technological innovation promotion with consumer rights protection within the digital environment.

Keywords

Legal Measures, Consumer Protection, Digital Environment, Personal Data, Cross-border Enforcement

บทนำ (Introduction)

ในยุคแห่งการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ที่เทคโนโลยีดิจิทัลได้แทรกซึมเข้าไปในทุกมิติของชีวิตประจำวัน สื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศได้กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญสำหรับประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร และการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้ได้นำมาซึ่งความเสี่ยงและความท้าทายใหม่ ๆ ต่อผู้บริโภค (สกุลพงษ์ ตรีสมพงษ์ และพัชรวรรณ นุชประยูร, 2564, 30-32) ที่กรอบกฎหมายแบบดั้งเดิมอาจไม่สามารถรับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ (สมชาย ปรีชาธรรม, 2564, 125) สภาพแวดล้อมทางดิจิทัลในปัจจุบันได้สร้างรูปแบบใหม่ของการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนและข้ามพรมแดนมากขึ้น เริ่มตั้งแต่ปัญหาความไม่ปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล การเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลโดยไม่ได้รับความยินยอมอย่างแท้จริง การโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมทางออนไลน์ การละเมิดสิทธิในเนื้อหาดิจิทัล ไปจนถึงการฉ้อโกงทางการค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบใหม่ๆ ที่ทันสมัยและยากต่อการตรวจพบ (OECD, 2023, 33-39) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (2568, 1-2) (สคบ.) ออกประกาศเตือนภัยถึงประชาชนทั่วประเทศ ให้เพิ่มความระวังในการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ หลังพบแนวโน้มการร้องทุกข์จากผู้บริโภค “พุ่งสูงต่อเนื่อง” จากพฤติกรรมการซื้อขายบนโลกออนไลน์ที่ขยายตัวรวดเร็วเกินการควบคุม จากข้อมูลของ สคบ. พบว่า ปี พ.ศ. 2566 มีเรื่องร้องทุกข์ 2,890 เรื่อง ปี พ.ศ. 2567 จำนวน 2,553 เรื่อง และปี พ.ศ. 2568 เพิ่มขึ้นเป็น 2,558 เรื่อง (มกราคม - กันยายน พ.ศ. 2568) แม้ตัวเลขดูใกล้เคียงกัน แต่ “สะท้อนภาพปัญหาที่ไม่มีทีท่าจะลดลง” โดยเฉพาะการสั่งซื้อสินค้าผ่านเพจหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ไม่มีตัวตนจริง ซึ่งกลายเป็นช่องทางให้มิจฉาชีพหลอกลวงเอาเงินจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงของปัญหาและความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนามาตรการทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล

บริบททางกฎหมายของไทยในปัจจุบันยังคงมีช่องว่างและข้อจำกัดในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าประเทศไทยจะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ แต่กรอบกฎหมายเหล่านี้ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความท้าทายจากเทคโนโลยีเกิดใหม่ได้อย่างครอบคลุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ Internet of Things (IoT) ที่มีการเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ที่มีการตัดสินใจโดยอัตโนมัติ และ Blockchain ที่มีลักษณะการกระจายอำนาจ ซึ่งเทคโนโลยี

เหล่านี้ล้วนต้องการมาตรการคุ้มครองที่เฉพาะเจาะจงและทันสมัย (ภาวรรณ ทองแท้, 2563, 78) ความท้าทายข้ามพรมแดน นับเป็นประเด็นสำคัญที่เพิ่มความซับซ้อนให้กับการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล การไร้พรมแดนของโลกออนไลน์ทำให้การบังคับใช้กฎหมายต้องเผชิญกับปัญหาด้านอำนาจศาลและกฎหมายที่ใช้บังคับ (Palmieri, 2019, 53-57) บริษัทข้ามชาติสามารถให้บริการทางดิจิทัลแก่ผู้บริโภคในประเทศไทยได้โดยง่าย ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐของไทยมีอำนาจจำกัดในการบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทเหล่านี้เมื่อเกิดปัญหาขึ้น โดยความล้าสมัยของกรอบกฎหมายไทยที่ไม่สามารถตอบสนองต่อเทคโนโลยีเกิดใหม่เหล่านี้ก่อให้เกิดช่องว่างที่ทำให้มิจฉาชีพและผู้ประกอบการสามารถหลอกลวงออนไลน์หรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลได้ง่ายขึ้นโดยไม่ต้องเกรงกลัวต่อบทลงโทษ ส่งผลลบโดยตรงให้ผู้บริโภคต้องเผชิญกับความเสียหายทางการเงินและการรั่วไหลของข้อมูลความเป็นส่วนตัวโดยไม่ได้รับการเยียวยาที่เหมาะสม

บทความฉบับนี้จึงมุ่งศึกษากรอบกฎหมายปัจจุบันของไทยในการคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศ วิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนามาตรการทางกฎหมายของไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกฎหมาย (Comparative Legal Analysis) และการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) รวมถึงการวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อนำเสนอแนวทางที่ปฏิบัติได้จริงและสอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย ขอบเขตการศึกษาจะมุ่งเน้นการวิเคราะห์กฎหมายไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีการพัฒนาอย่างก้าวโดด พร้อมทั้งศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรการจากสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศที่มีการพัฒนากฎหมายในด้านนี้ โดยจะพิจารณาทั้งในมิติของนโยบาย การบังคับใช้ และการป้องกันปัญหา ความสำคัญของการศึกษาอยู่ที่การให้องค์ความรู้และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ และนำเสนอมาตรการทางกฎหมายที่ปฏิบัติได้จริง สอดคล้องกับบริบทสังคมดิจิทัลของไทย โดยมุ่งวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลของไทย โดยเน้นเพิ่มความชัดเจนในประเด็นกฎหมายในหลักใหญ่ อันได้แก่ 1) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและการขอความยินยอมในบริบทสิ่งแวดล้อมทางดิจิทัล 2) การควบคุมการโฆษณาและตลาดดิจิทัลที่ไม่เป็นธรรม 3) การกำหนดความรับผิดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล และ 4) การสร้างกลไกการแก้ไขข้อพิพาทออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ายังมีงานศึกษาที่ครอบคลุมและลึกซึ้งเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลในบริบทของประเทศไทยค่อนข้างจำกัด เช่น งานของศุภิสรา จันทรจรัส (2567, 84-105) อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันเริ่มมีงานวิชาการที่หันมาวิเคราะห์ประเด็นนี้เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เช่น งานวิจัยของสุวลักษณ์ ขันธ์ปรึกษา (2566, 149-162) และงานของสกุลพงษ์ ตรีสมพงษ์ และพัชรวรรณ นุชประยู (27-45) ดังนั้น การศึกษานี้จะช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการในด้านดังกล่าว และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นรูปธรรมสำหรับการพัฒนานโยบายสาธารณะและกรอบกฎหมายที่เหมาะสมกับสภาพสังคมดิจิทัลของไทย นอกจากนี้ ผลการศึกษายังจะเป็นประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบาย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้บริโภค

ในการเข้าใจถึงความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลของไทย อันจะนำไปสู่การสร้างสภาพแวดล้อมทางดิจิทัลที่ปลอดภัย เป็นธรรม และส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

บทความวิชาการนี้ได้นำเสนอการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับระบบกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัลของประเทศไทย เริ่มจากการวิเคราะห์กรอบกฎหมายไทยที่มีอยู่ในปัจจุบันเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศ ส่วนต่อมาได้ศึกษามาตรการระหว่างประเทศจากภูมิภาคและประเทศที่มีความก้าวหน้าในด้านนี้ ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ การเปรียบเทียบดังกล่าวไม่เพียงแต่เผยให้เห็นรูปแบบและมาตรการที่หลากหลาย แต่ยังช่วยระบุหลักการและแนวทางที่อาจเป็นแบบอย่างในการปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย บทความได้ชี้ให้เห็นปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายไทยในทางปฏิบัติ ทั้งในแง่ของความคลุมเครือของกฎหมาย การขาดแคลนกลไกการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ และความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว สุดท้ายบทความได้นำเสนอแนวทางการพัฒนามาตรการทางกฎหมายที่เป็นรูปธรรมและสามารถดำเนินการได้จริงในบริบทสังคมไทย ในรูปแบบของ “โมเดลการกำกับดูแลร่วมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคยุคดิจิทัล” (Digital Consumer Co-Regulation Model) ซึ่งครอบคลุมทั้งการปรับปรุงกฎหมาย การสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วน และการออกแบบกลไกป้องกันและแก้ไขปัญหาที่ทันสมัยเพื่อเป็นต้นแบบสำหรับประเทศกำลังพัฒนาที่เผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากรในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล บทความนี้มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อผู้กำหนดนโยบายและผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเนื่องจากให้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่ช่วยในการทำความเข้าใจความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลของประเทศ นอกจากนี้ เนื้อหายังเป็นประโยชน์เชิงปฏิบัติสำหรับนักกฎหมายและนักวิชาการ ในการมองเห็นประเด็นปัญหาและแนวโน้มการพัฒนาในอนาคต

กรอบกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง

ในการจัดการกับความท้าทายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล ประเทศไทยมีกรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ ซึ่งในที่นี้จะวิเคราะห์กฎหมายหลัก 3 ฉบับอันเป็นกฎหมายแม่บทของการคุ้มครองผู้บริโภค กับทั้งเป็นกฎหมายคุ้มครองสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจได้รับผลกระทบจากการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล ดังต่อไปนี้

1. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นับเป็นกฎหมายแม่บทที่สำคัญในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในประเทศไทยมาเป็นเวลากว่า 4 ทศวรรษ ได้กำหนดกรอบการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคไว้หลายประเด็น ได้แก่ 1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและครบถ้วน อันเป็นหลักประกันว่าโฆษณาหรือข้อความเกี่ยวกับสินค้าและบริการจะไม่เป็นเท็จหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด 2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือก โดยปราศจากการชักจูงอันไม่เป็นธรรม 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย จากสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย 4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย เมื่อผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายจากสินค้าหรือ

บริการ รวมถึง 5) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในสัญญา ด้วยการควบคุมเงื่อนไขในสัญญามาตรฐานที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค จากงานของ ศุภิสรา จันทรจรัส (2567, 84-96) ชี้ให้เห็นว่ากฎหมายฉบับนี้มีอายุมากกว่า 40 ปี และไม่สอดคล้องกับบริบทดิจิทัลในปัจจุบันอีกต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของข้อจำกัดด้านนิยาม

มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติฯ ได้ให้คำนิยามของ “สินค้า” ว่า หมายถึง “ทรัพย์สินอันมีรูปร่าง รวมทั้งสัญญาเกี่ยวกับทรัพย์สินนั้น” และ ได้ให้คำนิยามของ “บริการ” ว่า หมายความว่า “การรับจัดทำการงาน การให้สิทธิใด ๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน” นิยามดังกล่าวมีลักษณะที่คับแคบและไม่สามารถครอบคลุมถึงสินค้าและบริการดิจิทัลในยุคปัจจุบันได้ งานวิจัยเชิงเปรียบเทียบของ ธนะชาติ ปาลิยะเวทย์ (2566, 48-62) ยังพบว่ากฎหมายไทยล้าหลังกว่ากฎหมายของสหภาพยุโรปประมาณ 20 ปี ในด้านการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล โดยความล้าหลังนี้ปรากฏชัดจากการที่กฎหมายไทยยังขาดการวางมาตรการเชิงรุก (Proactive Measures) ในการกำกับดูแลผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม และยังไม่มีข้อบัญญัติที่รองรับสิทธิเฉพาะของสัญญาสินค้าและบริการดิจิทัล เช่น สิทธิในการได้รับอัปเดตซอฟต์แวร์อย่างต่อเนื่อง หรือระบบการคืนเงินที่เป็นธรรมเมื่อระบบดิจิทัลล่ม

ปัญหาดังกล่าวปรากฏชัดเจนผ่านประเด็นข้อพิพาทและข้อต่อสู้ทางกฎหมายในคำพิพากษาศาลแพ่งกรุงเทพใต้ คดีหมายเลขดำที่ 2345/2563 เป็นคดีบริษัท เอไอเอส จำกัด (มหาชน) เรื่องบริการอินเทอร์เน็ต โจทก์เป็นผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของบริษัทผู้ให้บริการ โดยทำสัญญาแพ็กเกจความเร็วสูงสำหรับใช้ในการประกอบอาชีพและการศึกษาออนไลน์ ต่อมาพบว่าความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ได้รับต่ำกว่าที่โฆษณาไว้เป็นระยะเวลาต่อเนื่อง และมีเหตุขัดข้องของระบบหลายครั้ง โจทก์จึงเรียกร้องค่าเสียหายและขอให้ศาลพิจารณาว่าบริการดังกล่าวอยู่ภายใต้ความคุ้มครองของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคหรือไม่ ประเด็นพิพาทสำคัญจึงอยู่ที่การตีความคำว่า “บริการ” ตามมาตรา 3 ว่าครอบคลุมบริการดิจิทัลและบริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่ ซึ่งแม้จะเป็นคดีในระดับศาลชั้นต้นที่ยังไม่ถึงที่สุดและอยู่ระหว่างการพิจารณาตรวจสอบเชิงระบบ (ซึ่งจากการประสานงานข้อมูลเชิงลึก คาดว่าประเด็นข้อพิพาทในลักษณะนี้จะเข้าสู่การพิจารณาภายในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2569) แต่รายละเอียดของข้อเท็จจริงในคดีได้สะท้อนให้เห็นว่า ศาลได้ตีความว่าบริการอินเทอร์เน็ตไม่เข้าข่ายนิยามของ “บริการ” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เนื่องจากเป็นบริการทางเทคนิคที่ไม่มีลักษณะเป็นการให้บริการโดยตรงแก่ผู้บริโภค การตีความเชิงเทคนิคเช่นนี้ส่งผลให้ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่ได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายฉบับนี้ การตีความของศาลที่ตัดบริการดิจิทัลพื้นฐาน เช่น อินเทอร์เน็ต ออกจากนิยาม “บริการ” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ส่งผลให้ผู้ใช้บริการต้องเผชิญกับความไม่เป็นธรรมหลายประการ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคไม่สามารถเรียกร้องได้เมื่อคุณภาพบริการต่ำกว่าที่สัญญาไว้ เช่น ความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ได้ไม่ตรงตามโฆษณา หรือเมื่อเกิดการขัดข้องของบริการเป็นเวลานานซึ่งกระทบต่อการทำงานหรือการศึกษา โดยไม่สามารถขอค่าชดเชยได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เงื่อนไขต่าง ๆ ในสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนดฝ่ายเดียว เช่น การจงใจจำกัดความรับผิดชอบของตนเอง หรือ

การขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อตกลงโดยพลการ ก็ไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมายฉบับนี้ ผลที่ตามมาคือ ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจึงขาดเครื่องมือทางกฎหมายที่จำเป็นในการปกป้องสิทธิของตน ต้องแบกรับความเสี่ยงและความเสียหายเพียงฝ่ายเดียว อันเป็นช่องว่างทางการคุ้มครองที่ขัดต่อสภาพความเป็นจริงในสังคมที่บริการดังกล่าวได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของชีวิตและเศรษฐกิจ

สถิติจากรายงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค (2564, 23-25) ยืนยันถึงความรุนแรงของปัญหานี้ โดยระบุว่าในปี 2563 มีการร้องเรียนเกี่ยวกับบริการดิจิทัลจำนวน 2,567 คดี แต่ดำเนินการได้เพียง 1,023 คดี หรือคิดเป็นร้อยละ 39.8 เท่านั้น ส่วนอีก 1,544 คดีที่เหลือต้องเผชิญกับอุปสรรคอย่างรุนแรงเนื่องจากข้อจำกัดทางนิยามในกฎหมายที่ไม่เอื้อให้เจ้าหน้าที่เข้าไปใช้อำนาจคุ้มครองได้อย่างเป็นรูปธรรม ตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคจำนวนมากต้องสูญเสียสิทธิในการได้รับการคุ้มครองเนื่องจากกรอบกฎหมายที่ล้าสมัย

2. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เป็นกฎหมายอีกฉบับที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในโลกดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรา 26 ของกฎหมายนี้กำหนดโทษผู้ล่วงรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นแล้วเปิดเผยข้อมูลนั้น อย่างไรก็ดี กฎหมายฉบับนี้ขาดกลไกการป้องกันก่อนเกิดเหตุ และมีลักษณะเป็นกฎหมายอาญาที่เน้นการลงโทษ มากกว่าการคุ้มครองสิทธิเชิงป้องกัน ดังที่งานศึกษาของ วรพิทย์ มีมาก และประพีร์ อภิชาติสกล (2563, 84-96) ได้วิเคราะห์ไว้

กรณีศึกษาเรื่องการแฮกข้อมูลบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น ตามคำพิพากษาศาลอาญาคดีที่ 567/2562 แสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ โดยข้อเท็จจริงในคดีเกิดจากการลักลอบเจาะระบบฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์และนำข้อมูลส่วนบุคคลไปเผยแพร่ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนของอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ที่ผู้กระทำผิดใช้เทคนิคอำพรางตัวตนและที่อยู่ไอพี (IP Address) ข้ามเครือข่าย ในคดีดังกล่าวพบว่ามีผู้เสียหายที่ข้อมูลรั่วไหลกว่า 50,000 ราย แต่สามารถดำเนินคดีได้สำเร็จเพียง 23 คดี คดีนี้จึงชี้ให้เห็นปัญหาระเบียบวิธีและประสิทธิภาพของกระบวนการทางอาญาในการรวบรวมพยานหลักฐานเทคโนโลยี มากกว่าจะเป็นปัญหาที่ตัวบทกฎหมายโดยตรง เนื่องจากมีความยากลำบากในการพิสูจน์ความเสียหายเฉพาะบุคคลเชิงแพ่งและการติดตามควบคุมตัวผู้กระทำผิดในทางปฏิบัติ ส่งผลให้กฎหมายฉบับนี้ไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพนักเมื่อต้องเผชิญกับอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ที่มีความซับซ้อน

รายงานสถิติคดีอาญาของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2565 (สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ, 2566) ซึ่งเป็นเอกสารทางการล่าสุดที่สามารถเข้าถึงได้ มีการแจ้งความเกี่ยวกับอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ทั้งสิ้น 20,907 คดี อยู่ในความรับผิดของกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) จำนวน 17,430 คดี ส่วนที่เหลืออยู่ในความรับผิดของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง (บช.ก.) คดีที่เกี่ยวกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลถือเป็นหนึ่งในประเภทคดีสำคัญภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วย

การกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และ 2560 ข้อมูลสถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของคดีหลอกลวงออนไลน์และละเมิดข้อมูลที่พุ่งสูงขึ้น จนกลายเป็นภาระงานที่เกินขีดความสามารถของพนักงานสอบสวน ส่งผลให้กระบวนการบังคับใช้กฎหมายอาญาเกิดความล่าช้าและขาดความทันท่วงทีในการระงับความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค

3. พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 วางกรอบกฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล โดยกำหนดให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลต้องขอความยินยอม ชี้แจงวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม กฎหมายนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 ซึ่งเป็นความก้าวหน้าครั้งสำคัญในการปรับปรุงกรอบกฎหมายไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล งานวิจัยของ Bumpenboon (2020, 50-82) วิเคราะห์ว่ากฎหมายฉบับนี้ได้รับเอามาตรฐานสากลหลายประการมาจาก General Data Protection Regulation (GDPR) ของสหภาพยุโรป

หลักการสำคัญที่ได้รับมาจาก GDPR ได้แก่ หลักการให้ความยินยอม (Consent) ตามมาตรา 19 ที่กำหนดว่าการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลอย่างชัดเจน สิทธิของเจ้าของข้อมูลตามมาตรา 19-25 ที่รวมถึงสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล สิทธิในการแก้ไขข้อมูล สิทธิในการลบข้อมูล และสิทธิในการโอนข้อมูล รวมถึงหน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูลตามมาตรา 26-40 ที่กำหนดให้ผู้ควบคุมข้อมูลต้องมีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสมและแจ้งเหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ยังคงมีข้อจำกัดในทางปฏิบัติ ดังเห็นได้จากกรณีศึกษาการละเมิดข้อมูลผู้ป่วยโรงพยาบาลศรีนครินทร์ เมื่อปี พ.ศ. 2564 ข้อเท็จจริงพบว่ามีการเปิดเผยข้อมูลผู้ป่วยจำนวน 15,000 ราย แต่การบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหน่วยงานกำกับดูแลยังไม่สามารถใช้อำนาจทางปกครอง ออกคำสั่ง หรือกำหนดโทษปรับทางปกครองได้ ส่งผลให้ผู้เสียหายไม่สามารถได้รับการเยียวยาภายใต้กฎหมายฉบับนี้โดยตรง เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ยังไม่มีผลใช้บังคับเต็มรูปแบบ (เนื่องจากมีการขยายเวลารวมถึงคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพิ่งเริ่มดำเนินการเตรียมความพร้อมจัดทำแผนปฏิบัติการในช่วงปี พ.ศ. 2564 - 2565 และได้มีการออกรายงานประเมินความพร้อมและทรัพยากรในการบังคับใช้กฎหมายในเวลาต่อมา) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล, 2564, 5-7) กรณีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แม้หลักการของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 จะมีความสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและกำหนดสิทธิของเจ้าของข้อมูลไว้อย่างครบถ้วน แต่ในช่วงรอยต่อก่อนการบังคับใช้เต็มรูปแบบยังไม่สามารถดำเนินการลงโทษเชิงบริหารหรือฟ้องร้องได้ตามกฎหมาย ดังนั้น ปัญหาจึงเกิดจากทั้งข้อจำกัดด้านช่วงเวลาการมีผลใช้บังคับและความพร้อมของกลไกบังคับใช้ มากกว่าความบกพร่องของหลักการทางกฎหมายเพียงอย่างเดียว

กรณีนี้แสดงให้เห็นถึงช่องว่างในการคุ้มครองผู้บริโภคในช่วงเปลี่ยนผ่านของการบังคับใช้กฎหมาย แม้ว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 จะเป็นกฎหมายที่ทันสมัยและสอดคล้องกับ

มาตรฐานสากลมากขึ้น แต่การบังคับใช้ในทางปฏิบัติยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ทั้งในด้านความพร้อมของหน่วยงานบังคับใช้ ความตระหนักรู้ของประชาชน และความร่วมมือจากภาคธุรกิจ (ปุญณิศา เข็มทอง, 2565, 422-431)

จากกรอบกฎหมายทั้งสามฉบับที่นำเสนอ จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีกรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัลหลายชั้น อย่างไรก็ตาม กฎหมายเหล่านี้ยังมีช่องว่างและข้อจำกัดที่สำคัญ โดยเฉพาะในด้านนิยามที่ล้าสมัย ซึ่งมิได้หมายถึงอายุที่เก่าแก่ของกฎหมายเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการที่บทบัญญัติสำคัญถูกออกแบบขึ้นในบริบทเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมก่อนการเกิดแพลตฟอร์มดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ บริการคลาวด์ และเศรษฐกิจข้อมูล ส่งผลให้คำนิยามสินค้า บริการ และความรับผิดทางกฎหมายไม่สามารถรองรับรูปแบบธุรกรรมใหม่ได้ นอกจากนี้ การบังคับใช้ที่ไม่มีประสิทธิภาพ อาทิ การขาดกลไกกำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ การคุ้มครองสิทธิในข้อมูล และมาตรการบังคับใช้ข้ามพรมแดนที่เทียบเท่ามาตรฐานสากล และความท้าทายในการปรับใช้กับบริบททางดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ช่องว่างและข้อจำกัดดังกล่าวได้ส่งผลลบและสร้างความเสียหายต่อผู้บริโภคในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เริ่มตั้งแต่ประเด็นการหลอกลวงออนไลน์ที่มิจฉาชีพอาศัยช่องว่างของแพลตฟอร์มที่ไร้ตัวตนในการเปิดเพจปลอมเพื่อฉ้อโกงเงิน โดยที่ผู้บริโภคไม่สามารถติดตามทรัพย์สินคืนหรือสืบหาตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษได้อย่างทันท่วงทีเนื่องจากข้อจำกัดในกระบวนการรวบรวมพยานหลักฐานทางเทคโนโลยี ในด้านการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล การเก็บรวบรวมและนำข้อมูลไปใช้หรือเปิดเผยโดยไม่ได้รับความยินยอมอย่างแท้จริง รวมถึงกรณีการรั่วไหลของฐานข้อมูลออนไลน์ ได้กลายเป็นต้นตอสำคัญที่เปิดโอกาสให้กลุ่มแก๊งคอลเซ็นเตอร์นำข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านั้นไปใช้เป็นเครื่องมือหลอกลวงซ้ำเติมผู้บริโภคในวงกว้าง และในด้านการเอาเปรียบผู้บริโภค สภาพแวดล้อมทางดิจิทัลที่ขาดกลไกกำกับดูแลเฉพาะยังเปิดช่องให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มสามารถกำหนดเงื่อนไขฝ่ายเดียวในสัญญามาตรฐานเพื่อปฏิเสธความรับผิดชอบ หรือใช้ระบบอัลกอริทึมในการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมและปิดกั้นข้อมูล ขีดจำกัดทางกฎหมายเหล่านี้จึงทำให้ผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัลต้องตกเป็นฝ่ายแบกรับความเสี่ยงและความเสียหายเพียงฝ่ายเดียวโดยปราศจากการเยียวยาที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพปัญหาความรุนแรงของภัยออนไลน์ที่มีแนวโน้มพุ่งสูงขึ้นต่อเนื่องตามที่ได้กล่าวไว้ในบทนำ การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยการปรับปรุงกฎหมายอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงในยุคดิจิทัล

มาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศ

ในยุคที่เศรษฐกิจดิจิทัลไร้พรมแดน มาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศได้กลายเป็นแนวทางสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศ มาตรการเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างกรอบการคุ้มครองที่แข็งแกร่ง แต่ยังเป็นแบบอย่างสำหรับประเทศต่าง ๆ ในการพัฒนากฎหมายของตน

1. ระเบียบทั่วไปว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (GDPR) ของสหภาพยุโรป

GDPR นับเป็นมาตรฐานทองคำในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลระดับโลก ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561 งานวิจัยของ Gonzalez (2023, 17-22) ซึ่งเป็นงานศึกษาเชิงลึกว่าด้วยแก่นแท้ของสิทธิขั้นพื้นฐานในความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ได้วิเคราะห์หลักการสำคัญ 7 ประการของ GDPR ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

หลักการเหล่านี้ประกอบด้วย 1) ความถูกต้องตามกฎหมาย ความเป็นธรรม และความโปร่งใส (Lawfulness, Fairness and Transparency) ซึ่งกำหนดให้การประมวลผลข้อมูลต้องมีฐานทางกฎหมายและเป็นไปอย่างโปร่งใส 2) หลักการจำกัดวัตถุประสงค์ (Purpose Limitation) ที่ห้ามไม่ให้ใช้ข้อมูลสำหรับวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากที่ระบุไว้ 3) หลักการลดการเก็บข้อมูล (Data Minimization) ที่กำหนดให้เก็บข้อมูลเท่าที่จำเป็นจริง ๆ 4) หลักการความถูกต้อง (Accuracy) ที่ต้องรักษาข้อมูลให้ถูกต้องและทันสมัย 5) หลักการจำกัดระยะเวลาการเก็บข้อมูล (Storage Limitation) 6) หลักการรักษาความสมบูรณ์และความลับ (Integrity and Confidentiality) และ 7) หลักการความรับผิดชอบ (Accountability) ที่กำหนดให้องค์กรต้องสามารถแสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติตามหลักการทั้งหมด ซึ่งหลักการเหล่านี้ได้รับรองไว้ในข้อ 5 (Article 5) ของระเบียบ GDPR อย่างชัดเจน

กรณีศึกษาที่สำคัญคือ คดี Data Protection Commissioner v Facebook Ireland Limited and Maximillian Schrems (คดี Schrems II, คดี C-311/18) (Court of Justice of the European Union, 2020) ซึ่งศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปได้ตัดสินในประเด็นการโอนย้ายข้อมูลข้ามพรมแดน ในขณะที่คดีที่เกี่ยวกับสิทธิในการถูกลืม (Right to be Forgotten) ตามมาตรา 17 ของ GDPR ที่ผูกพันกับบริษัท Google โดยตรง คือ คดีระหว่าง Google LLC v Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) (คดี C-507/17) ซึ่งศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปได้วางบรรทัดฐานว่า Google มีหน้าที่ต้องดำเนินการลบลิงก์ข้อความหรือข้อมูลส่วนบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องหรือล้าสมัยออกจากผลการค้นหาเมื่อได้รับคำร้องขอที่ชอบด้วยกฎหมาย (คำพิพากษา หน้า 15) การตัดสินของ CJEU ในคดีดังกล่าวได้สร้างแรงกดดันต่อแพลตฟอร์มเทคโนโลยีทั่วโลก แม้แต่ในภูมิภาคที่ไม่มีกฎหมาย “สิทธิในการถูกลืม” ที่ชัดเจน เช่น สหรัฐอเมริกา และเริ่มมีอิทธิพลต่อการออกกฎหมายในประเทศอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น การถกเถียงเรื่องการรับรองสิทธิ์ที่คล้ายคลึงกันในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ของประเทศไทย มาตรา 33 และการบังคับใช้ในทางปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (สคส.) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล, 2565, 27) นอกจากนี้ ยังส่งผลให้เกิดความท้าทายในการปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance) อย่างมหาศาลสำหรับบริษัทข้ามชาติ เนื่องจากพวกเขาต้องสร้างกระบวนการภายในเพื่อประเมินและดำเนินการตามคำร้องขอให้ลบข้อมูล ซึ่งมักต้องชั่งน้ำหนักระหว่างสิทธิส่วนบุคคลกับเสรีภาพในการแสดงออกหรือผลประโยชน์สาธารณะ อัตราการปฏิบัติตามคำร้องขอของ Google ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2014 สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางปฏิบัติการนี้อย่างชัดเจน

สถิติจากรายงานของ European Data Protection Board (2022, 9) แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบังคับใช้ GDPR โดยมีการปรับเงินรวมแล้วกว่า 2.3 พันล้านยูโร ใน 28 ประเทศสมาชิก ค่าปรับที่สูงที่สุดคือกรณีของ Amazon จำนวน 746 ล้านยูโร เนื่องจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่มีฐานทางกฎหมายที่ชอบและเหมาะสมเพียงพอ การบังคับใช้ที่เข้มงวดนี้ส่งสัญญาณที่ชัดเจนถึงความตั้งใจของสหภาพยุโรปในการปกป้องสิทธิข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชน

2. California Consumer Privacy Act (CCPA) ของสหรัฐอเมริกา

พระราชบัญญัติคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคแห่งรัฐแคลิฟอร์เนีย (California Consumer Privacy Act – CCPA) ได้รับการลงมติเห็นชอบในปี พ.ศ. 2561 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) ถือเป็นกฎหมายต้นแบบที่วางมาตรฐานใหม่ในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เข้มงวดที่สุดฉบับหนึ่งในสหรัฐอเมริกา โดยมุ่งเน้นการรับรองสิทธิเชิงรุกสำคัญของผู้บริโภค ซึ่งงานศึกษาของ Palmieri (2020, 37-60) วิเคราะห์ว่ากฎหมายนี้ให้สิทธิสำคัญ 4 ประการแก่ผู้บริโภค สิทธิแรกคือ สิทธิในการรู้ (Right to Know) ซึ่งอนุญาตให้ผู้บริโภคสามารถขอให้ธุรกิจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บรวบรวม ใช้ แบ่งปัน หรือขายได้ สิทธิที่สองคือ สิทธิในการลบ (Right to Delete) ที่ให้ผู้บริโภคสามารถขอให้องค์กรธุรกิจลบข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บรวบรวมได้ สิทธิที่สามคือ สิทธิในการปฏิเสธการขายข้อมูล (Right to Opt-out) ที่อนุญาตให้ผู้บริโภคห้ามไม่ให้ธุรกิจขายข้อมูลส่วนบุคคลของตนได้ และสิทธิที่สี่คือ สิทธิในการไม่ถูกเลือกปฏิบัติ (Right to Non-discrimination) ที่ห้ามไม่ให้ธุรกิจเลือกปฏิบัติต่อผู้บริโภคที่ใช้สิทธิของตนภายใต้ CCPA กล่าวคือ ผู้บริโภคมีสิทธิปฏิเสธการขายข้อมูลภายใต้ CCPA โดยสามารถขอให้ธุรกิจหยุดขายข้อมูลส่วนบุคคลของตนได้ทันทีผ่านช่องทางที่เข้าถึงง่าย เช่น ลิงก์ "Do Not Sell My Personal Information" และธุรกิจไม่สามารถขอความยินยอมใหม่ได้ภายใน 12 เดือน นอกจากนี้ Palmier ยังได้สกัดประเด็นโครงสร้างกฎหมาย CCPA ออกเป็น 3 มิติหลัก ได้แก่ การพิทักษ์ข้อมูล (Data Stewardship) ดุลยภาพแห่งความเสียหาย (Balance of Harms) และกลไกการเยียวยาความเสียหาย (Redressability) ซึ่งมีการลงลึกวิเคราะห์สิทธิพื้นฐานและสิทธิการปฏิเสธไม่ให้ธุรกิจขายข้อมูล (Right to Opt-out)

กรณีศึกษาคดีของบริษัท Sephora ตามคำสั่งศาล California Superior Court แสดงให้เห็นถึงการบังคับใช้ CCPA ที่จริงจัง โดยบริษัท Sephora ต้องจ่ายค่าปรับ 1.2 ล้านดอลลาร์ เนื่องจากละเมิด CCPA ในการไม่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับการขายข้อมูลส่วนบุคคลและไม่จัดให้มีกลไกสำหรับผู้บริโภคในการปฏิเสธการขายข้อมูล (People of the State of California v. Sephora USA, Inc., 2022) คดีนี้สร้างบรรทัดฐานสำคัญสำหรับธุรกิจค้าปลีกทั้งหมดในรัฐแคลิฟอร์เนีย

3. Digital Services Act (DSA) ของสหภาพยุโรป

Digital Services Act (DSA) ซึ่งมีผลบังคับใช้เต็มรูปแบบในปี พ.ศ. 2564 สำหรับแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ และบังคับใช้ทั่วไปในปี พ.ศ. 2567 นับเป็นกฎหมายฉบับสำคัญที่กำหนดกรอบความรับผิดชอบใหม่สำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์ งานศึกษาของ Bezemer and Grant (2022, 1-2) วิเคราะห์ว่ากฎหมายนี้

กำหนดหน้าที่สำคัญหลายประการสำหรับแพลตฟอร์ม หน้าที่ประการแรกคือ การตรวจสอบและจัดการเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย โดยกำหนดให้แพลตฟอร์มต้องมีกลไก Notice and Action ในการตรวจสอบและลบเนื้อหาที่ผิดกฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นไปตามแนวทางภาระผูกพันด้านความโปร่งใส (Transparency Reporting Obligations) ที่ระบุใน Article 24 ของกฎหมาย DSA หน้าที่ประการถัดมาคือ การให้ความโปร่งใสในการโฆษณา ตาม Article 30 ที่กำหนดให้แพลตฟอร์มต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับโฆษณาและระบบแนะนำเนื้อหา และหน้าที่ประการสุดท้ายคือ การจัดให้มีกลไกการร้องเรียนและอุทธรณ์ที่โปร่งใสและเป็นธรรม ตามโครงสร้างการตรวจสอบและเผยแพร่รายงานความเสี่ยง (Publication of Risk Assessments) ที่เชื่อมโยงกับแนวทางของ Article 42

กฎหมายฉบับนี้ยังกำหนดข้อกำหนดเพิ่มเติมสำหรับแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ (Very Large Online Platforms) ที่มีผู้ใช้มากกว่า 45 ล้านคนในสหภาพยุโรป โดยต้องมีการประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอและจัดให้มีมาตรการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม การบังคับใช้ DSA คาดว่าจะสร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวิธีการดำเนินงานของแพลตฟอร์มเทคโนโลยีขนาดใหญ่ทั่วโลก

4. Personal Data Protection Act 2012 (PDPA) ของสิงคโปร์

กรณีศึกษาของประเทศสิงคโปร์มีลักษณะสำคัญคือ ครอบคลุมหลักการข้อมูลที่สมดุลระหว่างธุรกิจและผู้บริโภค มีการประเมินผลกระทบด้านการนำเข้าและส่งออกข้อมูล (Data Protection Impact Assessment) กำหนดให้มีเจ้าหน้าที่คุ้มครองและป้องกันข้อมูล (Data Protection Officer) ตลอดจนส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายผ่านการรับรองมาตรฐาน (Data Protection Trustmark) (Lim, 2017, 1) อาจกล่าวได้ว่าจุดเด่นของสิงคโปร์ คือ มีระบบการบังคับใช้ที่คล่องตัวและรวดเร็ว ส่งเสริมวัฒนธรรมการนำเข้าและส่งออกข้อมูลผ่านการศึกษาและฝึกอบรม (Asian Business Law Institute, 2022, 46) รวมถึงมีกลไกแก้ไขข้อพิพาททางเลือก (Alternative Dispute Resolution) และการบูรณาการกับกฎหมายอื่น ๆ เช่น Cybersecurity Act (Personal Data Protection Commission Singapore, 2022, 23) หากเปรียบเทียบในเชิงลึก พบว่าสิงคโปร์มีแนวทางที่เน้นการเป็นศูนย์กลางทางการเงินและเทคโนโลยีของภูมิภาค ทำให้ออกแบบกฎหมายเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมควบคู่กับการคุ้มครองผู้บริโภค ในขณะที่ไทยและสหภาพยุโรปเน้นการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเป็นหลัก ส่วนสหรัฐอเมริกามีนโยบายแตกต่างกันตามรัฐ

จากการวิเคราะห์มาตรการข้างต้น สามารถสรุปจุดแข็งของแต่ละระบบกฎหมายที่ประเทศไทยสามารถนำมาปรับใช้เพื่ออุดช่องว่างทางกฎหมายที่ยังขาดแคลนได้ดังนี้:

สหภาพยุโรป: มีจุดแข็งที่โดดเด่นในด้านการวางมาตรฐานการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานที่เข้มงวดและมีมาตรการเชิงรุก (Proactive Measures) ทั้งหลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่รอบด้านตามแนวทาง GDPR และการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบเชิงโครงสร้างให้แก่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มในฐานะตัวกลางตามกฎหมาย DSA ซึ่งจุดแข็งนี้สามารถนำมาใช้แก้ปัญหากรอบกฎหมายไทยที่ยังขาดมิติการกำกับดูแลผู้ให้บริการ

แพลตฟอร์มออนไลน์ข้ามชาติ โดยการนำกลไกความรับผิดชอบร่วมมาปรับใช้เพื่อให้แพลตฟอร์มทำหน้าที่คัดกรองร้านค้าและควบคุมการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมตั้งแต่ต้นทาง

สหรัฐอเมริกา: มีจุดแข็งในด้านการรับรองสิทธิเชิงรุกที่เอื้อต่อสิทธิผู้บริโภคโดยตรงผ่านกฎหมายระดับรัฐ เช่น CCPA ที่บัญญัติสิทธิในการปฏิเสธการขายข้อมูล (Right to Opt-out) และการให้อำนาจผู้บริโภคในการฟ้องร้องดำเนินคดีแบบกลุ่ม (Class Action) เมื่อเกิดเหตุละเมิดข้อมูล กลไกนี้สามารถนำมาแก้ปัญหากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทยที่ยังขาดเครื่องมือเยียวยาความเสียหายที่มีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มอำนาจต่อรองให้แก่ผู้บริโภคในการรวมตัวฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากนิติบุคคลขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติได้อย่างเป็นรูปธรรม

ประเทศสิงคโปร์: มีจุดแข็งที่เด่นชัดในด้านระบบการบังคับใช้กฎหมายที่คล่องตัว รวดเร็ว และเน้นการสร้างดุลยภาพที่สอดประสานกันระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมทางธุรกิจกับการคุ้มครองสิทธิผ่านการรับรองมาตรฐาน (เช่น ตราสัญลักษณ์ Trustmark) และการบูรณาการกฎหมายข้อมูลเข้ากับกฎหมายความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ จุดแข็งนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างของไทยที่ปัจจุบันยังขาดแคลนทรัพยากร บุคลากร และระบบรายงานที่ทันท่วงที โดยการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรและการจัดให้มีกลไกแก้ไขข้อพิพาททางเลือก (Alternative Dispute Resolution) เพื่อระงับข้อพิพาทออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องพึ่งพากระบวนการทางศาลแบบดั้งเดิมเพียงอย่างเดียว

การถอดบทเรียนจากจุดแข็งของทั้งสามระบบกฎหมายข้างต้น จึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเชื่อมโยงให้เห็นว่า โครงสร้างทางกฎหมายต่างประเทศสามารถนำมาเป็นต้นแบบในการปิดช่องว่างด้านคำนิยามที่ล้าสมัย ข้อจำกัดอำนาจข้ามพรมแดน และการขาดกลไกเยียวยาในระบบกฎหมายปัจจุบันของไทย เพื่อปูทางไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงปฏิรูปที่เป็นระบบในหัวข้อถัดไป อนึ่ง มาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศเหล่านี้ชี้ให้เห็นแนวโน้มสำคัญในการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล ที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างนวัตกรรมทางเทคโนโลยีกับการปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน ซึ่งประเทศไทยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากฎหมายได้อย่างเหมาะสม ดังตารางที่แสดงต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ: ตารางเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมาย

มาตรการ	ไทย	สหภาพยุโรป	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562	GDPR	CCPA, State Laws	Personal Data Protection Act 2012
การคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล	จำกัด ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค	Digital Content Directive	Uniform Electronic Transactions Act	Consumer Protection (Fair Trading) Act + Electronic Transactions Act

มาตรการ	ไทย	สหภาพยุโรป	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์
บทลงโทษ	ปรับไม่เกิน 5 ล้านบาท	ปรับสูงถึง 4% ของรายได้ทั่วโลก	ปรับสูงถึง 7,500 ดอลลาร์ต่อการละเมิด	ปรับสูงถึง 1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์
กลไกการบังคับใช้ข้ามพรมแดน	จำกัด	Adequacy Decisions*	Privacy Shield (ยกเลิก)*	ASEAN Framework + Bilateral Agreements
ระยะเวลาบังคับใช้	มีผลบังคับใช้เต็มรูปแบบ มิ.ย. 2565	มีผลบังคับใช้ พ.ศ. 2561	แตกต่างกันตามรัฐ	มีผลบังคับใช้ พ.ศ. 2557
*สิทธิของผู้บริโภค	สิทธิพื้นฐาน 8 ประการ	สิทธิครอบคลุม 10 ประการ	สิทธิแตกต่างกันตามรัฐ	สิทธิพื้นฐาน 7 ประการ
หน่วยงานกำกับดูแล	คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	European Data Protection Board	Federal Trade Commission	Personal Data Protection Commission

ที่มา: Sholehuddin, et.al, 2024, 23-38

(หมายเหตุ: สำหรับกลไกการโอนย้ายข้อมูลข้ามพรมแดนที่ระบุในตาราง เช่น Adequacy Decisions และกรอบความตกลง Privacy Shield ที่ถูกยกเลิกไปเนื่องจากข้อพิพาทในคดี Schrems II (2020) นั้น ปัจจุบันสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาได้พัฒนาความร่วมมือไปสู่กรอบความตกลงใหม่ในชื่อ EU-US Data Privacy Framework (ประกาศใช้เมื่อกรกฎาคม 2023) เพื่อจำกัดการเข้าถึงข้อมูลของรัฐบาลและสร้างกลไกเยียวยาใหม่ ซึ่งรายละเอียดเชิงโครงสร้างและกลไกระหว่างประเทศเหล่านี้ จะถูกนำไปใช้สนับสนุนข้อเสนอแนะในการแก้ไขจุดอ่อนเชิงระบบของกฎหมายไทยในส่วนถัดไป)

ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายไทย

จากการวิเคราะห์กรอบกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง พบว่าแม้ประเทศไทยมีกฎหมายหลายฉบับที่มุ่งคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล แต่เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศซึ่งได้พัฒนาเครื่องมือกำกับดูแลที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นแล้ว ยังปรากฏข้อจำกัดในด้านการบังคับใช้และความครอบคลุมของบทบัญญัติของไทยหลายประการ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้านหลัก ดังนี้

1. ความไม่ชัดเจนของนิยาม

ปัญหาด้านนิยามนับเป็นอุปสรรคพื้นฐานที่สำคัญที่สุดประการหนึ่ง กฎหมายหลักที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันอย่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้ให้คำนิยามของ “สินค้า” และ “บริการ” ไว้อย่างคับแคบและไม่สอดคล้องกับบริบททางดิจิทัลในยุคปัจจุบัน ความไม่ชัดเจนของคำนิยามสินค้าและบริการในกฎหมายไทยยังสะท้อนผ่านแนวคำพิพากษาศาลฎีกาหลายฉบับที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 3285/2548 คู่ความระหว่าง บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (โจทก์) กับ ผู้ประกอบกิจการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (จำเลย) ข้อเท็จจริงในคดีจำเลย

นำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ไปใช้ในการให้บริการแก่สาธารณชน โดยมีข้อพิพาทว่าการกระทำดังกล่าวเป็นการเผยแพร่โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อสาธารณชนหรือไม่ ศาลฎีกาวินิจฉัยว่าการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป ไม่ใช่การเผยแพร่โปรแกรมต่อสาธารณชนตามความหมายของกฎหมายลิขสิทธิ์ คดีนี้สะท้อนให้เห็นว่าการตีความสถานะทางกฎหมายของกิจกรรมดิจิทัลยังคงอาศัยกรอบแนวคิดของกฎหมายแบบดั้งเดิม ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการกำหนดสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดของผู้ให้บริการในระบบดิจิทัล ประกอบกับการที่ประเทศไทยยังไม่ปรากฏแนวคำพิพากษาศาลฎีกาที่วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสถานะทางกฎหมายของแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยตรง จึงก่อให้เกิดความไม่แน่นอนในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกับบริการรูปแบบใหม่ในเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม

ซึ่งแตกต่างจากสถานการณ์ในต่างประเทศ เช่น สหภาพยุโรปที่มีการวางบรรทัดฐานอย่างชัดเจนในคดี Asociación Profesional Elite Taxi v Uber Systems Spain SL (2017) โดยศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรป (CJEU) วินิจฉัยว่าบริการผ่านแอปพลิเคชันจัดอยู่ในหมวดหมู่ “บริการด้านการขนส่ง” (Services in the field of transport) แพลตฟอร์มจึงต้องอยู่ภายใต้กฎหมายกำกับดูแลและต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งการที่กฎหมายไทยยังขาดกลไกการตีความที่ยืดหยุ่นหรือขาดการบัญญัตินิยามสินค้าและบริการดิจิทัลไว้เป็นการเฉพาะเช่นนี้ ทำให้ผู้บริโภคไทยตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบและขาดที่พึ่งทางกฎหมายเมื่อเกิดข้อพิพาท

ปัญหาดังกล่าวไม่ใช่กรณีเดียวที่เกิดขึ้น ข้อมูลสถิติจากรายงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค (2564) ระบุว่ามีการร้องเรียนเกี่ยวกับบริการดิจิทัลสูงถึง 2,345 คดี ในจำนวนนี้สามารถดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคได้เพียง 567 คดีซึ่งไม่มีปัญหาเรื่องคำนิยาม หรือคิดเป็นร้อยละ 24 เท่านั้น ตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นว่ามีผู้บริโภคจำนวนมากถึงร้อยละ 76 หรือคิดเป็น 1,778 คดีที่ไม่ได้รับความคุ้มครองเนื่องจากข้อจำกัดด้านนิยามในกฎหมาย

นอกจากนี้ การไม่ครอบคลุมของนิยามยังส่งผลให้ผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลใหม่ ๆ เช่น บริการคลาวด์คอมพิวติ้ง ซอฟต์แวร์ (SaaS) และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ไม่ตกอยู่ภายใต้การคุ้มครองของกฎหมายนี้ ทำให้เกิดช่องว่างในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง

2. ข้อจำกัดด้านอำนาจการบังคับใช้ข้ามพรมแดน

ในยุคดิจิทัลที่ธุรกิจสามารถดำเนินการข้ามพรมแดนได้อย่างเสรี ประเทศไทยกลับต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านอำนาจการบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทข้ามชาติ กรณีศึกษาที่เป็นรูปธรรมคือ กรณีการละเมิดข้อมูลผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจากการศึกษาของ Khumon (2020, 72-74) พบว่าหน่วยงานไทยไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเซิร์ฟเวอร์ตั้งอยู่ในสหรัฐอเมริกา และขาดกลไกความร่วมมือระหว่างประเทศที่เพียงพอ เมื่อพิจารณาสถานการณ์ในต่างประเทศจะพบว่าสหภาพยุโรปใช้กลไกทฤษฎีผลกระทบ (Effects Doctrine) และหลักเจตนาภารมณ์นอกดินแดน (Extraterritorial Applicability) ตามมาตรา 3(2) ของ GDPR เพื่อบังคับใช้กฎหมายกับผู้ประกอบการนอกสหภาพยุโรปที่เสนอสินค้าหรือบริการแก่บุคคลในสหภาพฯ พร้อมทั้งมีกลไกการโอนย้ายข้อมูลที่เข้มงวด เช่น

Adequacy Decisions แต่สำหรับกฎหมายไทย แม้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 มาตรา 4(2) จะพยายามรับรองอำนาจการบังคับใช้นอกดินแดนไว้ในทำนองเดียวกัน แต่ในทางปฏิบัติไทยยังขาดกลไกสนับสนุนที่สำคัญ เช่น การทำข้อตกลงความร่วมมือพหุภาคีด้านการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นรูปธรรม หรือการจัดตั้งตัวแทนที่มีอำนาจเต็มตามกฎหมายของผู้ควบคุมข้อมูลในประเทศ ทำให้มาตรการทางกฎหมายของไทยขาดความศักดิ์สิทธิ์เมื่อต้องบังคับใช้จริงกับนิติบุคคลต่างด้าว

สถิติจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (2565) ยืนยันความรุนแรงของปัญหานี้ โดยระบุว่ามีการร้องเรียนเกี่ยวกับบริษัทข้ามชาติ 456 คดี แต่สามารถดำเนินการได้เพียง 23 คดี หรือคิดเป็นร้อยละ 5 เท่านั้น ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นถึงความท้าทายอย่างยิ่งในการบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทที่มีโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในต่างประเทศ ข้อจำกัดนี้ไม่เพียงส่งผลต่อการคุ้มครองผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังสร้างความไม่เท่าเทียมกันในการแข่งขันทางธุรกิจ เนื่องจากบริษัทในประเทศต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ในขณะที่บริษัทข้ามชาติบางแห่งอาจหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบได้โดยง่าย

3. การขาดแคลนทรัพยากรและบุคลากร

แม้ประเทศไทยจะมีกฎหมายที่ทันสมัยขึ้นบ้าง แต่การบังคับใช้กฎหมายยังคงขาดแคลนทรัพยากรและบุคลากรอย่างรุนแรง จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (2564, 16, 22, 28) พบข้อเท็จจริงที่น่ากังวลหลายประการ กล่าวคือ ประการแรก มีบุคลากรเพียง 68 คน ที่ต้องรับผิดชอบการกำกับดูแลองค์กรกว่า 2.3 ล้านแห่งทั่วประเทศ สัดส่วนที่ไม่สมดุลนี้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นอย่างมาก บุคลากรต้องแบกรับภาระงานจำนวนมหาศาล ทำให้ไม่สามารถติดตามตรวจสอบหรือบังคับใช้กฎหมายได้อย่างทั่วถึง ประการที่สอง งบประมาณประจำปีจำนวน 280 ล้านบาท ไม่เพียงพอสำหรับการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ งบประมาณที่จำกัดทำให้ไม่สามารถจัดหาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย จัดฝึกอบรมพิเศษ หรือจ้างผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาเสริมศักยภาพของหน่วยงานได้ และประการที่สาม หน่วยงานขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัลและภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล การขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ทำให้การทำงานกับบริษัทข้ามชาติและเทคโนโลยีที่ซับซ้อนเป็นไปอย่างยากลำบาก

การขาดแคลนทรัพยากรดังกล่าว ยิ่งตอกย้ำให้เห็นความจำเป็นในการพิจารณากลไกทางเลือกเพื่อเสริมประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย เช่น การกำหนดความรับผิดชอบบางส่วน (Secondary Liability) ให้แก่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform Providers) ในฐานะตัวกลาง (Intermediaries) เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ จะพบว่าสหภาพยุโรปมีกฎหมาย Digital Services Act (DSA) และหน่วยงานกำกับดูแลข้อมูลส่วนบุคคลในแต่ละประเทศสมาชิก พร้อมเครือข่าย European Data Protection Board ที่ทำหน้าที่ประสานงานร่วมกัน ร่วมทำหน้าที่เป็น “ผู้รักษาประตู” (Gatekeepers) ในการคัดกรอง คุมเข้ม และตัดช่องทางการฉ้อโกงหรือละเมิดสิทธิผู้บริโภค ก่อนที่ความเสียหายจะขยายวงกว้าง ซึ่งจะช่วยแบ่งเบาภาระงานและงบประมาณของเจ้าหน้าที่รัฐได้อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่สิงคโปร์มี Personal Data Protection Commission ซึ่งได้รับงบประมาณและบุคลากรเฉพาะทางด้านกฎหมาย เทคโนโลยี และความมั่นคงปลอดภัย

ไซเบอร์ ส่วนสหรัฐอเมริกาใช้ทั้ง Federal Trade Commission และหน่วยงานระดับรัฐร่วมกันกำกับดูแล ทำให้มีศักยภาพในการสืบสวนและบังคับใช้กฎหมายสูงกว่าไทยอย่างมีนัยสำคัญ

ปัญหาทั้งสามประการข้างต้นไม่เพียงแต่ลดทอนประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมาย แต่ยังส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของระบบคุ้มครองผู้บริโภคโดยรวม การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และต้องการการลงทุนที่เหมาะสมทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ และเทคโนโลยี กล่าวโดยสรุป ปัจจุบันกฎหมายไทยโดยเฉพาะพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ยังขาดความยืดหยุ่นและกลไกทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพที่จะรับมือกับความซับซ้อนของเทคโนโลยีใหม่ เช่น AI, IoT และ Blockchain เหล่านี้ เนื่องจากระบบ AI ที่ตัดสินใจด้วยตนเอง (Automated Decision-Making) หรือเครือข่าย IoT ที่มีการรวบรวมข้อมูลแบบกระจายศูนย์และต่อเนื่อง ทำให้การพิสูจน์เจตนาและระบุ “ผู้ควบคุมข้อมูล” ที่แท้จริงเป็นไปได้ยาก ส่วนระบบ Blockchain ที่ข้อมูลถูกบันทึกแบบไม่เปลี่ยนรูปและกระจายอำนาจ ก็ขัดกับหลัก “สิทธิในการถูกลืม” และการขอให้ลบข้อมูลภายใต้พระราชบัญญัตินี้โดยตรง

ข้อเสนอแนะ

ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนามาตรการทางกฎหมายอย่างเป็นระบบและครอบคลุมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล โดยสามารถแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 3 ระดับหลัก ดังนี้

1. การตราและการปรับปรุงกฎหมายเฉพาะ

ภาครัฐควรเร่งตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลขึ้นโดยเฉพาะ ซึ่งควรประกอบด้วยบทบัญญัติสำคัญหลายประการ ซึ่งคำว่า “ตราและปรับปรุงกฎหมายเฉพาะ” ในที่นี้ หมายความรวมถึงทั้งการตรากฎหมายฉบับใหม่ขึ้นมาเพื่ออุดช่องว่างทางดิจิทัลที่กฎหมายเดิมตามไม่ทัน และการแก้ไขปรับปรุงบทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะที่เรามีอยู่แล้วบางฉบับให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แม้ในปัจจุบันประเทศไทยจะมีกฎหมายเฉพาะในทำนองเดียวกันอยู่บ้างแล้ว ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 แต่สาเหตุที่ประเทศสิงคโปร์ไม่มีปัญหาในลักษณะเดียวกับไทย เป็นเพราะกฎหมายของสิงคโปร์มีการบูรณาการเชิงโครงสร้างที่เข้มงวดกับกฎหมายความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cybersecurity Act) และมีการบังคับใช้ที่คล่องตัว รวดเร็ว ตลอดจนมีระบบควบคุมมาตรฐานที่ชัดเจน ดังนั้น การปรับปรุงและตรากฎหมายในระดับนี้จึงประกอบด้วยกลไกสำคัญดังต่อไปนี้:

ประการแรก คือ การให้นิยาม “สินค้าดิจิทัล” และ “บริการดิจิทัล” อย่างชัดเจน โดยควรยึดตามแบบอย่าง Directive (EU) 2019/770 ของสหภาพยุโรป ที่ให้นิยามสินค้าดิจิทัลว่า รวมถึงเนื้อหาดิจิทัลและบริการดิจิทัลต่างๆ ที่จัดให้แก่ผู้บริโภคในรูปแบบดิจิทัล (European Union, 2018, 6)

ประการที่สอง ควรบัญญัติสิทธิในการยกเลิกสัญญาภายใน 14 วัน โดยไม่มีค่าปรับ ตามแบบอย่าง Consumer Rights Act 2015 ของสหราชอาณาจักร ซึ่งได้พิสูจน์แล้วว่าช่วยเพิ่มความมั่นใจให้ผู้บริโภคในการ

ซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ได้อย่างมีนัยสำคัญ (Department for Business, Innovation & Skills, 2015, 12)

ประการที่สาม ควรนำกลไกการชดเชยความเสียหายกลุ่ม (Class Action) มาใช้ตามแบบอย่าง California Consumer Privacy Act (CCPA) ที่อนุญาตให้ผู้บริโภคสามารถฟ้องร้องเรียกร้องค่าเสียหายร่วมกันได้ ซึ่งช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้บริโภคและสร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด (State of California, 2018, 18)

กลไกทั้งหมดในระดับนี้ มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงโดยตรงกับผลการวิเคราะห์ปัญหาในหัวข้อก่อนหน้า โดยมุ่งทำลายอุปสรรคเรื่องข้อจำกัดด้านนิยามทางกฎหมายที่คับแคบและล้าสมัยโดยตรง เพื่อขยายขอบเขตการคุ้มครองให้ครอบคลุมไปถึงบริการคลาวด์คอมพิวติ้ง ซอฟต์แวร์ และแพลตฟอร์มเกิดใหม่ได้อย่างทันท่วงที กรณีศึกษาจากประเทศสิงคโปร์แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของการมีกฎหมายเฉพาะด้าน โดยภายหลังการบังคับใช้ Personal Data Protection Act 2012 และ Electronic Transactions Act 2010 ประเทศสิงคโปร์สามารถลดอัตราการละเมิดข้อมูลได้ถึงร้อยละ 35 ภายในระยะเวลาเพียง 3 ปี (Singapore PDPC, 2021, 29) ความสำเร็จดังกล่าวน่าจะเป็นแบบอย่างที่ดีสำหรับประเทศไทยในการพัฒนากฎหมายในลักษณะเดียวกัน

2. การเสริมสร้างกลไกการบังคับใช้และมาตรการเชิงป้องกัน

การมีกฎหมายที่ดีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากขาดกลไกการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ประเทศไทยควรพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล โดยหน่วยงานนี้ควรมีอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน มีความเป็นอิสระ และมีทรัพยากรที่เพียงพอ นอกจากนี้ ควรพัฒนาระบบรายงานออนไลน์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยอาจยึดตามแบบอย่าง European Consumer Centre Network ที่ให้ผู้บริโภคสามารถรายงานปัญหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (European Commission, 2022, 19) ระบบดังกล่าวควรมีการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที ประการสำคัญ ควรมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยจัดฝึกอบรมเฉพาะด้านเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอต่อปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล

นอกเหนือจากมาตรการแก้ไขและปราบปรามข้างต้น ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องจัดให้มี “มาตรการเชิงป้องกัน” (Proactive and Preventive Measures) ควบคู่กันไปด้วยอย่างเป็นระบบ ได้แก่:

1. การส่งเสริมกลไกการกำกับดูแลตนเองและร่วมกันกำกับดูแล (Self-Regulation and Co-Regulation): โดยการสนับสนุนให้สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และผู้ให้บริการแพลตฟอร์มร่วมกันจัดทำประมวลแนวทางปฏิบัติที่ดี (Codes of Conduct) ในการคัดกรองร้านค้าและควบคุมการโฆษณาออนไลน์

2. การจัดให้มีตราสัญลักษณ์รับรองมาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูล (Data Protection Trustmark): เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ภาคธุรกิจยกระดับการคุ้มครองข้อมูลผู้บริโภคตามแบบอย่างความสำเร็จของประเทศสิงคโปร์

3. การพัฒนาระบบการศึกษาและสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริโภค (Consumer Digital Literacy): ผ่านการกระจายองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล การสังเกตพฤติกรรมการหลอกลวง และการปกป้องข้อมูลความเป็นส่วนตัวขั้นพื้นฐาน เพื่อลดความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่อตั้งแต่ต้นทาง

ทั้งนี้ การพิจารณาจัดตั้ง “ศูนย์ระงับข้อพิพาททางเลือกดิจิทัล” หรือกลไกการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution: ODR) ขึ้นมาในรูปแบบเดียวกับต่างประเทศ จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยแก้ไขปัญหาการบังคับใช้กฎหมายในประเทศไทยได้จริง เนื่องจากกระบวนการทางศาลแบบดั้งเดิมหรือการสืบสวนทางอาญามีข้อจำกัดเรื่องความล่าช้า ขาดความยืดหยุ่น และมีค่าใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับมูลค่าความเสียหายของคดีออนไลน์ส่วนใหญ่ การจัดตั้งศูนย์ ODR ที่เป็นเอกภาพ มีระบบอนุญาโตตุลาการหรือการประนอมข้อพิพาททางอิเล็กทรอนิกส์ที่รวดเร็ว และผูกพันกับผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม จะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับการเยียวยาความเสียหายได้ในเวลาอันสั้นและลดภาระงานเชิงระบบของเจ้าหน้าที่รัฐได้อย่างเป็นรูปธรรม

3. การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศ

ในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัลที่ไร้พรมแดน ความร่วมมือระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญ ประเทศไทยควรเข้าร่วมความตกลงระหว่างประเทศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) Cross-Border Privacy Rules System ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกในการบังคับใช้กฎหมายข้ามพรมแดนและสร้างมาตรฐานการคุ้มครองที่สอดคล้องกัน (Global Privacy Assembly, 2022, 52)

กรณีศึกษาความร่วมมือระหว่างสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาในกรณี Yahoo Data Breach แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความร่วมมือระหว่างประเทศ ในกรณีดังกล่าว การทำงานร่วมกันของหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายจากทั้งสองประเทศนำไปสู่การบังคับใช้กฎหมายที่ประสบความสำเร็จ และการชดเชยความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคจำนวนมาก (U.S. Department of Justice, 2022, 116)

ประเทศไทยควรพัฒนาความร่วมมือในลักษณะเดียวกันกับประเทศคู่ค้าสำคัญ และประเทศในภูมิภาคอาเซียน โดยอาจเริ่มจากความตกลง Bilateral ไปสู่ Multilateral Agreements ในที่สุด นอกจากนี้ ควรมีกลไกการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความร่วมมือด้านการสืบสวนระหว่างประเทศอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการกับอาชญากรรมทางดิจิทัลข้ามพรมแดน

ข้อเสนอแนะทั้งหมดนี้จะช่วยสร้างระบบการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลที่แข็งแรงและมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองต่อความท้าทายใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง และสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคในการใช้บริการดิจิทัลต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศในยุคดิจิทัล

บทสรุป (Conclusion)

การปฏิรูปกฎหมายเพื่อการป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่ครอบคลุมและเป็นระบบ จากผลการวิเคราะห์พบว่ากฎหมายไทยยังคงมีช่องว่างสำคัญในหลายด้าน ทั้งในแง่ของนิยามที่ล้าสมัย กลไกการบังคับใช้ที่ไม่มีประสิทธิภาพ และการขาดความร่วมมือระหว่างประเทศ จากผลการศึกษาพบว่ากฎหมายหลักของไทยอย่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไม่สอดคล้องกับบริบททางดิจิทัลในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของนิยาม “สินค้า” และ “บริการ” ที่ไม่ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล นอกจากนี้ กลไกการบังคับใช้ยังขาดประสิทธิภาพเนื่องจากข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณ โดยมีสัดส่วนเจ้าหน้าที่ต่อจำนวนคดีที่ไม่สมดุล (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2564) การศึกษาระบุว่าประเทศไทยเผชิญความท้าทาย 3 ประการหลัก ได้แก่ 1) ความล้าสมัยของกรอบกฎหมายที่ไม่สามารถตอบสนองต่อเทคโนโลยีเกิดใหม่ 2) การขาดแคลนทรัพยากรและความเชี่ยวชาญในการบังคับใช้ และ 3) ข้อจำกัดด้านอำนาจการบังคับใช้ข้ามพรมแดนกับบริษัทข้ามชาติ

การปฏิรูปกฎหมายควรดำเนินการใน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับนโยบายผ่านการปรับปรุงกฎหมายเฉพาะ ระดับปฏิบัติการผ่านการเสริมสร้างศักยภาพการบังคับใช้ และระดับความร่วมมือระหว่างประเทศผ่านการสร้างเครือข่ายการบังคับใช้ข้ามพรมแดน ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้ 1) การตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลโดยเฉพาะ 2) การแก้ไขนิยามในกฎหมายปัจจุบันให้ครอบคลุมสินค้าและบริการดิจิทัล และ 3) การจัดตั้งกองทุนคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล ในการนี้ จำเป็นต้องการเสริมสร้างศักยภาพการบังคับใช้กฎหมายไปด้วยในขณะเดียวกัน โดยการเพิ่มจำนวนบุคลากรและพัฒนาศักยภาพ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบและติดตาม และการพัฒนาระบบรายงานออนไลน์สำหรับผู้บริโภคไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้ ประเทศไทยจะต้องมีความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านต่าง ๆ อาทิ การทำความตกลงด้านการบังคับใช้กฎหมายข้ามพรมแดน การแลกเปลี่ยนข้อมูลและความร่วมมือด้านการสืบสวน และการพัฒนามาตรฐานร่วมกับประเทศในภูมิภาค เป็นต้น

เมื่อพิจารณาในมิติของการพัฒนานโยบายสาธารณะและการกำกับดูแลดิจิทัลในระดับสากล จะเห็นได้ว่าความท้าทายของประเทศไทยมิได้เป็นกรณีเฉพาะของประเทศใดประเทศหนึ่ง หากแต่เป็นปัญหาร่วมของประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากที่กำลังเผชิญกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของแพลตฟอร์มดิจิทัลข้ามชาติภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ บุคลากร และศักยภาพของหน่วยงานกำกับดูแล ด้วยเหตุนี้ แนวทางการปฏิรูปกฎหมายจึงไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการแก้ไขบทบัญญัติทางกฎหมายเป็นรายมาตราเท่านั้น แต่ควรยกระดับไปสู่การออกแบบ “โมเดลการกำกับดูแลร่วมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคยุคดิจิทัล” (Digital Consumer Co-Regulation Model) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่ผสานบทบาทของภาครัฐ ผู้ประกอบการแพลตฟอร์ม ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และผู้บริโภคเข้าด้วยกันในลักษณะของการกำกับดูแลแบบมีส่วนร่วม (Collaborative Governance) โดยให้รัฐทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำและกำกับดูแลเชิงนโยบาย ขณะที่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มต้องรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยง การตรวจสอบเนื้อหา และการ

คุ้มครองข้อมูลผู้ใช้ ส่วนภาคประชาสังคมและองค์กรผู้บริโภคทำหน้าที่ตรวจสอบและสะท้อนปัญหาจากภาคปฏิบัติ ขณะที่ภาควิชาการมีบทบาทในการสนับสนุนองค์ความรู้และการประเมินผลเชิงนโยบายอย่างต่อเนื่อง กรอบแนวคิดดังกล่าวมีจุดเด่นสำคัญคือ การลดภาระของรัฐในการกำกับดูแลโดยตรงผ่านการกระจายความรับผิดชอบไปยังทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อันเป็นแนวทางที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับประเทศกำลังพัฒนาซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและกำลังคน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวโน้มการกำกับดูแลดิจิทัลสมัยใหม่ที่หลายประเทศและองค์กรระหว่างประเทศกำลังให้ความสำคัญ โดยเฉพาะหลักการกำกับดูแลร่วม (Co-Regulation) และการกำกับดูแลบนฐานความเสี่ยง (Risk-Based Regulation) ที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมทางเทคโนโลยีกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

บทความนี้จึงมิได้มีคุณค่าเพียงในฐานะแนวทางการปฏิรูปกฎหมายของประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังสามารถพัฒนาเป็นต้นแบบเชิงนโยบาย (Model Blueprint) สำหรับประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน แอฟริกา และลาตินอเมริกา ที่กำลังเผชิญปัญหาคล้ายคลึงกันในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลข้ามชาติ การประยุกต์ใช้โมเดลดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อดิจิทัล ลดความเหลื่อมล้ำทางอำนาจระหว่างผู้บริโภคกับผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม และนำไปสู่การสร้างสิ่งแวดล้อมดิจิทัลที่มีความปลอดภัยและเป็นธรรมกับผู้บริโภคในระดับสากลต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล. (2564). *รายงานการเตรียมความพร้อมการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ฉบับเต็ม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล.

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 3285/2548. *ระหว่าง บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (โจทก์) กับ ผู้ประกอบกิจการโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (จำเลย)*. เรื่อง การเผยแพร่โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อสาธารณชน.

คำพิพากษาศาลแพ่งกรุงเทพใต้ คดีดำที่ 2345/2563. *ระหว่าง บริษัท เอไอเอส จำกัด (มหาชน) กับบริการอินเทอร์เน็ต.*

คำพิพากษาศาลอาญาคดีที่ 567/2562. *ระหว่าง อัยการสูงสุด โจทก์ กับ (ไม่ระบุ) จำเลย เรื่อง การแฮกข้อมูลบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น.*

ธนะชาติ ปาลิยะเวทย์. (2566). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ในยุคดิจิทัล: ศึกษาความตกลงการค้าระดับภูมิภาคและกฎหมายสหภาพยุโรป. *วารสารรัชต์ภาคย์, 17*(55), 48-62. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/268264/180941.

ปุญณิศา เข็มทอง. (2565). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กจากการเผยแพร่

ภาพถ่ายและวิดีโอบนสื่อโซเชียลมีเดีย. *วารสารวิชาการ สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิค สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8*(3), หน้า 422-431 https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pacific/article/view/258750

ภาวรรณ ทองแท้. (2563). *กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกับความท้าทายในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรพิทย์ มีมาก และประพีร์ อภิชาติสกล. (2563). การวิเคราะห์การนำ พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ไปปฏิบัติ. *วารสารรัชต์ภาคย์, 14*(32), 84-96. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/235994/163571

ศุภิสรา จันทรจรัส. (2567). *ปัญหามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล*. การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2024/TU_2024_6501033192_19857_29683.pdf

สกุลพงษ์ ตรีสมพงษ์ และพัชรวรรณ นุชประยูร. (2564). การพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับเนื้อหาดิจิทัล. *วารสารรัชต์ภาคย์, 15*(41), 27-45. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/251064

สุวลักษณ์ ขันธ์ปรึกษา. (2566). การจัดการมรดกรูปแบบดิจิทัลในยุคแห่งการแปรรูปทางดิจิทัล: “พินัยกรรมดิจิทัล” คืออะไร?. วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 6(2), 149–160. https://doi.org/10.14456/mfulj.2023.14

สภาองค์กรของผู้บริโภค. (2564). *รายงานสถานการณ์ผู้บริโภคไทยปี 2563*. กรุงเทพมหานคร: สภาองค์กรของผู้บริโภค.

สมชาย ปรีชาธรรม. (2564). *กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ: ทฤษฎีและปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล. (2564). *รายงานการประเมินความพร้อมและทรัพยากรในการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562*. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. https://www.pdpc.or.th/

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล. (2565). *แนวปฏิบัติเรื่องสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562*. https://www.pdpc.or.th/books/

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2564). *สถิติการร้องเรียนผู้บริโภคปี 2563*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2568). *สคบ. เตือนระวัง! ซื้อของออนไลน์เสี่ยงถูกหลอกพุ่งต่อเนื่อง พบผู้บริโภคร้องทุกข์กว่าสองพันเรื่องต่อปี*. https://ocpbconnect.ocpb.go.th.

สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ. กองแผนงานอาชญากรรม. (2566). *รายงานสถิติคดีอาญา พ.ศ. 2565*. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. https://thaicrimes.org/

Asian Business Law Institute. (2022). *Enforcement Efficiency in Asian Data Protection Regimes: A Comparative Study.* Singapore: ABLI Publications.

Bezemer, J & Grant, L. (2022). *The Digital Services Act: Creating Accountability for Online Platforms and Protecting Users' Rights?*. https://www.eipa.eu/blog/the-digital-services-act-creating-accountability-for-online-platforms-and-protecting-users-rights/.

Bumpenboon, T. (2020). Thailand's Personal Data Protection Act: An Understanding from the Perspectives of the European Privacy Law. *Thammasat Review of Economic and Social Policy, 6*(1), 50-82. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/TRESP/article/view/249265

Court of Justice of the European Union. (2017). *Judgment of the Court (Grand Chamber) of 20 December 2017: Asociación Profesional Elite Taxi v Uber Systems Spain SL* (Case C-434/15). InfoCuria. https://infocuria.curia.europa.eu/tabs/affair?sort=AFF_NUM-DESC&searchTerm=%22C-434%2F15%22&publishedId=C-434%2F15

Court of Justice of the European Union. (2020). *Judgment in Case C-311/18 (Schrems II): Data Protection Commissioner v Facebook Ireland Limited and Maximillian Schrems*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. ECLI:EU:C:2020:559.

Department for Business, Innovation & Skills. (2015). *Impact Assessment of the Consumer Rights Act 2015: The 14-Day Cancellation Right*. London: UK Gov. Publications.

European Commission. (2022). *Consumer Protection in the Digital Age: Report on the Functioning of the European Consumer Centres Network*. Publications Office of the European Union.

European Data Protection Board. (2020). *Recommendations 01/2020 on Measures that Supplement Transfer Tools to Ensure Compliance with the EU Level of Protection of Personal Data*. Brussels: EDPB Publications.

European Data Protection Board. (2022). *GDPR Enforcement Statistics Annual Report 2022: Cross-Border Cases and Financial Penalties*. Brussels: EDPB Publications.

European Union. (2018). *Directive (EU) 2019/770 on Certain Aspects Concerning Contracts for the Supply of Digital Content and* Digital *Services*. Official Journal of the European Union, L 136/1.

Global Privacy Assembly. (2022). *Cross-Border Enforcement Cooperation: APEC CBPR System and Its Impact on Global Privacy Standards*. London: GPA.

Gonzalez, F. (2023). *Study on the essence of fundamental rights to privacy and to protection of personal data*. European Data Protection Supervisor (EDPS) & Vrije Universiteit Brussel (VUB).(17-22). https://www.edps.europa.eu/system/files/2023-11/edps-vub-study_on_the_essence_of_fundamental_rights_to_privacy_and_to_protection_of_personal_data_en.pdf

Khumon , P. (2020). *Cross-Border Data Privacy Regulation in Asean: Overcoming Institutional Challenges (Research Report).* The University of the Thai Chamber of Commerce. https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/309645.pdf.

Lim, H Y. (2017). *GDPR Matchup: Singapore's Personal Data Protection Act.* https://iapp.org/news/a/gdpr-matchup-singapores-personal-data-protection-act.

OECD. (2023). *Consumer Vulnerability in the Digital Age OECD DIGITAL Economy* Papers June 2023 No. 355. OECD Publishing. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2023/06/consumer-vulnerability-in-the-digital-age_85b498eb/4d013cc5-en.pdf.

Palmieri, Nicholas F. (2019). Who Should Regulate Datab?: An Analysis of the California Consumer Privacy Act and Its Effects on Nationwide Data Protection Laws. *UC Law Science and Technology Journal*, *11*(1), 37-60. https://repository.uclawsf.edu/hastings_science_technology_law_journal/vol11/iss1/4/

People of the State of California v. Sephora USA, Inc. **(**2022). *Case No. CGC-22-601380*, Cal. Super. Ct. Aug. 24, 2022.

Personal Data Protection Commission Singapore. (2022). *Annual Report 2022: Integrating Data Protection with Cybersecurity and Digital Governance*. Singapore: PDPC Singapore.

Sholehuddin, N., Miskam, S., Mohd Shahwahid, F., Raja Abdul Aziz, T. N., & Mansor, N. (2024). A Comparative Legal Analysis on Personal Data Protection Laws in Selected ASEAN Countries: Analisis Perundangan Perbandingan Undang-undang Perlindungan Data

Peribadi di Negara-negara ASEAN. *Journal of Muwafaqat, 7*(1), 23-38. https://doi.org/10.53840/muwafaqat.v7i1.166

Singapore PDPC. (2021). *Personal Data Protection Act Implementation Review*. Singapore: Personal Data Protection Commission.

State of California. (2018). *California Consumer Privacy Act of 2018 (CCPA) - Legislative Analysis and Public Comment Period Report*. Sacramento: California Department of Justice.

U.S. Department of Justice. (2022). *International Cooperation in Cybercrime Enforcement: Case Study of Yahoo Data Breach Joint Investigation*. DOJ Cybersecurity Enforcement Annual Report, 112-156.

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

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 ภาพ ผู้เขียนที่แนบมา
ผู้เขียนร่วม ท่านที่ 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.	
ผู้เขียนร่วม ท่านที่ 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.	

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2569

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 20 Number 2 May – August 2026

แบบฟอร์มตรวจสอบบทความภาษาอังกฤษโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษา

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.....

