

วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2568
Vol. 10 No. 2 July – December 2025

HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

RMUTP
RESEARCH JOURNAL



วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
RMUTP RESEARCH JOURNAL Humanities and Social Sciences

ที่ปรึกษา

ดร.ณัฐวรพล รัชสิริวัชรบุล

อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญ์ บุญกนิษฐ

รองอธิการบดี

ดร.ชลากร อุดมรักษาสกุล

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ฉันทนา ปาปัดถา

กองบรรณาธิการ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล	เบญจรงค์กิจ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์	นิลสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา	ธรรมวิวัฒน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี	ใต้ฟ้าพูล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ลักษณา	คล้ายแก้ว	มหาวิทยาลัยรังสิต
รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา	พงศ์กิตติวิบูลย์	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.สุติเทพ	ศิริพิพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยยุทธ	ถาวรานุรักษ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์	สิงห์ขจร	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุตาสวรรค์	งามมงคลวงศ์	มหาวิทยาลัยเซาธอีสต์บางกอก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อติเทพ	แจ้ดนาลาว	มหาวิทยาลัยศิลปากร

กองบรรณาธิการ ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งอรุณ	พรเจริญ	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณนนท์	แดงสังวาลย์	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดลพร	ศรีฟ้า	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิมล	นาคทัต	คณะบริหารธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิงกาญจน์	พิจักษ์ณา	คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ

คณะกรรมการดำเนินการจัดทำรูปแบบวารสาร

รองศาสตราจารย์ ดร.ฉันทนา	ปาปัดถา
นางสาวพัชรนันท์	ยังรวริเชียร
นางสาวณัชชา	ดัดใหม่

สารบัญ

วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568 E-ISSN 3056-9338 (Online)

หน้า

บทความวิจัย:

การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล
บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 1

The Development of a Digital Content Set on an Online Platform to Promote
Halal Restaurants in the Vicinity of King Mongkut's University of Technology
Thonburi

พรปภัสสร ปริญชาญกุล กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ เจนจิรา เรืองปราษฎ์ ปิยะธิดา มิลินทาภาศ
และ ปุณฺณชรัสมิ์ มั่นอาจหาญ

Pornpapatsorn Princhanakol Kuntida Thamwipat Janjira Rueangprat

Piyatida Milintagad and Pooncharat Munarjarn

การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะ
การเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษามัชฌมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 17

The study of the current conditions, problems, and essential needs in lifelong
learning-oriented instruction in pilot schools within the Educational Innovation
Area under the Secondary Educational Service Area Office Bangkok 2

พลพิพัฒน์ วัฒนเศรษฐานุกูล และ ปาริชาติ เกสัชชา

Polpipat Wattanasettanakul and Parichat Phaesatcha

การจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้
ในรายวิชาการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และ
การจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี 34

The Instruction by Research-Based Learning (RBL) on Design and Development
for Learning Innovation Course in Bachelor of Arts Program in Library and
Digital Media Management, Phetchaburi Rajabhat University

ศราวุฒิ ด้วงเป้า

Sarawut Duangbaor

สารบัญ

วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568 E-ISSN 3056-9338 (Online)

หน้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร	53
Factors Influencing Bakery Product Purchasing Decisions of Working Individuals in Bangkok Metropolitan Area	
ทิวากร เกื้อสม	
Tiwakorn Kuesom	
Advancing Pedagogical Competence Curriculum Development for University Teachers in the Digital Transformation Age	71
Nongnapas Thiengkamol Velu Sinvayupak Tanarat Khoowaranyoo Thiengkamol and Pataree Hansanontha	
บทความวิชาการ:	
โครงสร้างทางความรู้สึกและความรุนแรงทางการเมือง: การวิเคราะห์เชิงทฤษฎี และเชิงประจักษ์ในบริบทโลก	86
Structure of Feeling and Political Violence: A Theoretical and Empirical Analysis in the Global Context	
ณธกร สุทธิรัตน์ วิทยาธร ท่อแก้ว และ กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์	
Nadhakorn Sutirat Wittayatorn Torkaew and Kawit Srisamrit	

การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ ร้านอาหารฮาลาลบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

พรปัสสร ปริญาญกุล¹ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์^{1*} เจนจิรา เรืองปราชญ์²
ปิยะธิดา มลิณฑากาศ² และ ปุณฺณชรี มั่นอาจหาญ²

รับบทความ 20 ตุลาคม 2567 แก้ไขบทความ 13 สิงหาคม 2568 ตอบรับบทความ 5 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 2) ประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและสื่อการนำเสนอ 3) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาลบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชุดดิจิทัลคอนเทนต์ได้แก่สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกและสื่อวีดิทัศน์บนเพจเฟซบุ๊กเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาลบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี แบบประเมินคุณภาพ แบบประเมินผลการรับรู้และแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ ผู้ที่กดติดตามเพจ Facebook ECT Social Lab ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญ จากผู้ที่ยินดีและสมัครใจในการให้ความร่วมมือ จำนวน 50 คน คณะผู้วิจัยได้พัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์ในรูปแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก จำนวน 4 ชิ้น สื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 ชิ้น และนำไปประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.28) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.51) ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.30) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.29) ดังนั้น ชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์ อาหารฮาลาล แพลตฟอร์มออนไลน์

¹รองศาสตราจารย์ ดร. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

²นักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

*ผู้ประสานงานหลัก: kuntida.tha@kmutt.ac.th

The Development of a Digital Content Set on an Online Platform to Promote Halal Restaurants in the Vicinity of King Mongkut's University of Technology Thonburi

Pornpapatsorn Princhankol¹ Kuntida Thamwipat^{1*} Janjira Rueangprat²
Piyatida Milintagad² and Pooncharat Munarjharn²

Received 20 October 2024.; Revised 13 August 2025; Accepted 5 September 2025

Abstract

This study aimed to 1) develop a digital content set on an online platform to promote halal restaurants in the vicinity of King Mongkut's University of Technology Thonburi (KMUTT), 2) evaluate the content and media presentation quality, 3) assess the perception of the target audience, and 4) measure their satisfaction. The research instruments included the developed digital content set of infographic poster and video media on facebook fanpage, and evaluation forms for quality, perception, and satisfaction assessment. A sample of 50 individuals, selected through accidental sampling from followers of the ECT Social Lab Facebook page, participated voluntarily. The researchers developed digital content in the form of four infographic posters and three video materials, which were subsequently evaluated for quality by experts. The findings showed that the content quality was rated at a very good level ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.28), while the media presentation quality was rated at a good level ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.51). The perception and satisfaction of the audience were both rated at the highest level, with mean scores of $\bar{X} = 4.90$ (S.D. = 0.30) and $\bar{X} = 4.91$ (S.D. = 0.29), respectively. These results indicated that the developed digital content set could be practically applied to promote halal restaurants in the vicinity of KMUTT.

Keywords: Promote; Halal Food; Online Platform

¹Associate Professor. Dr., Faculty Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

²Student, Faculty Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

*Corresponding Author: kuntida.tha@kmutt.ac.th

บทนำ

การประชาสัมพันธ์ เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ประชาชนรับทราบข้อเท็จจริง โดยมีเป้าหมายในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานและประชาชน เพื่อส่งเสริมการสนับสนุนการดำเนินงาน ลดความขัดแย้ง และประสานผลประโยชน์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ โดยยึดหลักการสร้างประโยชน์แก่สังคม พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นของประชาชนผ่านการสื่อสารสองทางและประชาคมติ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567) ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์องค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้า หรือบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ การมีอยู่ และสร้างภาพลักษณ์ โดยทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ต้องตั้งอยู่บนหลักความเป็นจริง เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดความน่าเชื่อถือและปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจ เพื่อให้องค์กรดำเนินกิจการอยู่ในระยะยาวได้ สืบเนื่องจากเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันของผู้คน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้ทันต่อยุคสมัย ทำให้มีการใช้เทคโนโลยีร่วมกับการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น โดยมีรูปแบบที่หลากหลาย หนึ่งในนั้นคือการประชาสัมพันธ์ผ่านดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งดิจิทัลคอนเทนต์ คือ สื่อสารสนเทศที่ถูกจัดข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล อันประกอบด้วย แอนิเมชัน เกม สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้ (E-Learning) คอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่สามารถดูผ่านคอมพิวเตอร์ ทีวีภาพยนตร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ (ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข, 2559) เนื่องด้วยช่องทางและเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความหลากหลาย การประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ก็เป็นหนึ่งในทางเลือกที่ในปัจจุบันนิยมใช้ประชาสัมพันธ์สื่อในเรื่องต่าง ๆ เช่น ข้อความ ภาพ เสียง และสื่อผสม เพื่อสร้างความเพลิดเพลินและความรู้ สามารถสร้างโอกาสในการรับชมได้ง่าย เข้าถึงผู้ใช้งานได้ในเวลารวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และลดต้นทุน ปัจจุบันมีสื่อดิจิทัลที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่น่าสนใจได้แก่ Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, และ Line (วชิระ ทองสุข, 2565) ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 ประมาณปี 2563 แพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะในกลุ่มสื่อสังคมออนไลน์มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด เนื่องจากผู้คนไม่สามารถออกไปจับจ่ายใช้สอยหรือดำเนินกิจกรรมตามปกติได้ ส่งผลให้ร้านค้าจำนวนมากต้องปรับตัวเข้าสู่โลกดิจิทัลผ่านการโปรโมทและจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การเปลี่ยนแปลงนี้ช่วยฟื้นฟูการค้าขายที่หยุดชะงักจากการระบาด พร้อมทั้งสร้างโอกาสให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถกลับมาดำเนินกิจการได้อีกครั้ง ในปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ รวมถึงดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้หันมาจับจ่ายใช้สอยมากยิ่งขึ้น ซึ่งนับเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบในสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Aukrathorn.A, 2023)

ECT Social lab เป็นช่องทางการขับเคลื่อนข่าวสารเพื่อสังคมและชุมชนในรูปแบบสื่อต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram หรือ Tiktok ซึ่งจัดทำขึ้นโดยนักศึกษาศาสาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยกิจกรรมหลักของโครงการคือการนำความรู้และประสบการณ์ของคณาจารย์ นักศึกษาในสาขาวิชาทางด้านสื่อสังคมออนไลน์ไปช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการรายย่อยทั้งในรั้วมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) และบริเวณใกล้เคียง ซึ่งเพจ ECT Social lab มีผู้ติดตามจำนวน 861 คน และส่วนใหญ่เป็นคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จึงทำให้ผู้ชมเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลร้านอาหารเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น (เพจ Facebook ECT Social Lab, 2564)

อาหารฮาลาล มีที่มาจากคำว่า ฮาลาล (حلال) ที่มีความหมายว่า "อนุมัติหรืออนุญาต" ในภาษาอาหรับ โดยเมื่อนำคำดังกล่าวมาใช้ในบริบททางศาสนาจะหมายถึง "สิ่งที่ศาสนาอนุมัติหรืออนุญาตให้ทำ" ด้วยเหตุนี้ "อาหารฮาลาล" จึงหมายถึง อาหารที่ได้รับการอนุมัติหรืออนุญาตให้นำมาบริโภคได้ตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม โดยเป็นอาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสมปรุง ประกอบ หรือแปรรูป ตามศาสนบัญญัติของชาวมุสลิมที่สามารถบริโภคอาหารได้ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าระหว่างประเทศ EXIM BANK, 2564) ในปัจจุบันอาหารฮาลาลนั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งจากชาวมุสลิมเองและศาสนิกอื่น ๆ ในปีพ.ศ. 2567 มีชาวมุสลิมมากกว่าสองพันล้านคนทั่วโลก ประชากรมุสลิมถูกคาดการณ์ว่าจะเติบโตมากกว่าสองเท่าของประชากรโดยรวม นอกจากนี้ยังมีการคาดการณ์ว่าศาสนาอิสลามจะเข้ามาเป็นศาสนาที่ใหญ่ที่สุดในโลกแซงหน้าศาสนาคริสต์หลังจากปี พ.ศ. 2593 เนื่องจากมีคนนับถือศาสนาอิสลามมากขึ้นทำให้ผู้คนมีความต้องการอาหารฮาลาลเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) มีบุคลากรและนักศึกษาที่นับถือศาสนาอิสลามจำนวนมาก แต่หลายคนโดยเฉพาะนักศึกษาหรือบุคลากรใหม่ อาจจะยังไม่รู้จักร้านอาหารฮาลาลบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ทั้งนี้ จากการศึกษาของคณะผู้วิจัยพบว่าบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีมีร้านอาหารฮาลาลทั้งหมด 3 ร้าน ได้แก่ ร้านอาหารครัวกรุงศรี ร้านอาหารชมพู และร้านอาหารบ้านนา ซึ่งมีการขายอาหารฮาลาลรสชาติดี สะอาด ราคาไม่แพง

จากความสำคัญที่กล่าวมา คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาลบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ซึ่งการศึกษานี้มีประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ให้กับนักศึกษาและบุคลากรเกิดการรับรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กรในประเด็นต่าง ๆ ต่อไป

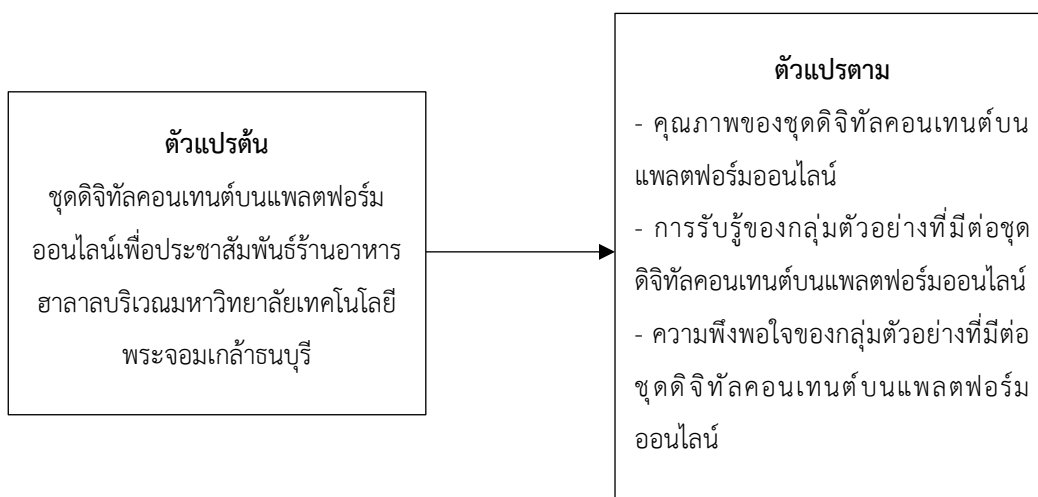
วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2. เพื่อประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
3. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

กรอบแนวคิด

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี คณะผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหาที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าผ่านการเล่าเรื่องเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตราสินค้า (พินดา พานิชกุล และ ลัทธกาญจน์ กุญแก้ว, 2566) มา

เป็นแกนหลักในการออกแบบและพัฒนาสื่อสารสนเทศ 2 รูปแบบ ได้แก่ สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกและสื่อวีดิทัศน์แบบสั้น โดยกำหนดให้สื่อทั้งสองรูปแบบเป็นตัวแปรอิสระที่จะส่งผลต่อตัวแปรตามซึ่งประกอบด้วยประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ในแบรนด์ ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อคุณภาพของเนื้อหา ตลอดจนแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของนักศึกษาและบุคลากรในพื้นที่ ซึ่งการเชื่อมโยงตัวแปรเหล่านี้สอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารดิจิทัลที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการขายโดยตรง แต่เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์และส่งเสริมความจงรักภักดีต่อตราสินค้าผ่านเนื้อหาที่มีความโดดเด่นและแตกต่าง (พินิตา พานิชกุล และ ลัทธกาญจน์ กุญแก้ว, 2566) เพื่อให้สามารถกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคให้เกิดการตอบสนองทางการตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรมภายใต้บริบทของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในพื้นที่โดยรอบมหาวิทยาลัย มีตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษานี้เป็นการวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาลบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีการกำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ติดตามเพจ Facebook ECT Social Lab จำนวน 911 คน (เพจ Facebook ECT Social Lab, 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่กดติดตามเพจ Facebook ECT Social Lab ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้ที่ยินดีและสมัครใจในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน โดยอิงจากแนวคิดของ Borg & Gall (1979) ที่กล่าวถึงการวิจัยเน้นการพัฒนา (Research Based Development) (Untoroso & Triayudi, 2023) ที่ใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยภาคสนามขั้นปฏิบัติการที่จำนวน ไม่ต่ำกว่า 40 คน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลใน ภาคการศึกษาที่ 1/2567

2. ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้จากการเลือกแบบเจาะจงจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา และยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีหรือผู้ที่มีประสบการณ์และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารฮาลาล เพื่อประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 3 ท่าน

2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีหรือผู้ที่มีประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ มากกว่า 5 ปี เป็นผู้ที่มีความเข้าใจและเชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประเมินคุณภาพชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาลบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 3 ท่าน

2.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและการประเมินผล คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีด้านการวัดและประเมินผล หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการประเมินงานวิจัยหรือโครงการไม่ต่ำกว่า 3 ปี หรือเป็นผู้ที่มีความรู้และมีความชำนาญทางด้านการวัดและประเมินผล เพื่อประเมินความตรงของแบบประเมินคุณภาพและแบบประเมินความพึงพอใจของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 3 ท่าน โดยแบบประเมินทุกชิ้นได้หาค่า IOC ผ่านเกณฑ์ 0.5 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามวิธีของ Likert Scale (ลิเคิร์ต) โดยลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีการแปลความหมายดังนี้ (ไพฑูรย์ โพธิ์สาร, 2547)

4.51 – 5.00	หมายถึง	ดีมาก/มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ดี/มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด

ขั้นตอนในการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาลบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีได้ใช้หลักการและแนวคิดของ ADDIE Model ตามแนวคิดของ McGriff (McGriff, 2008) โดยมี 5 ขั้นตอนดังนี้

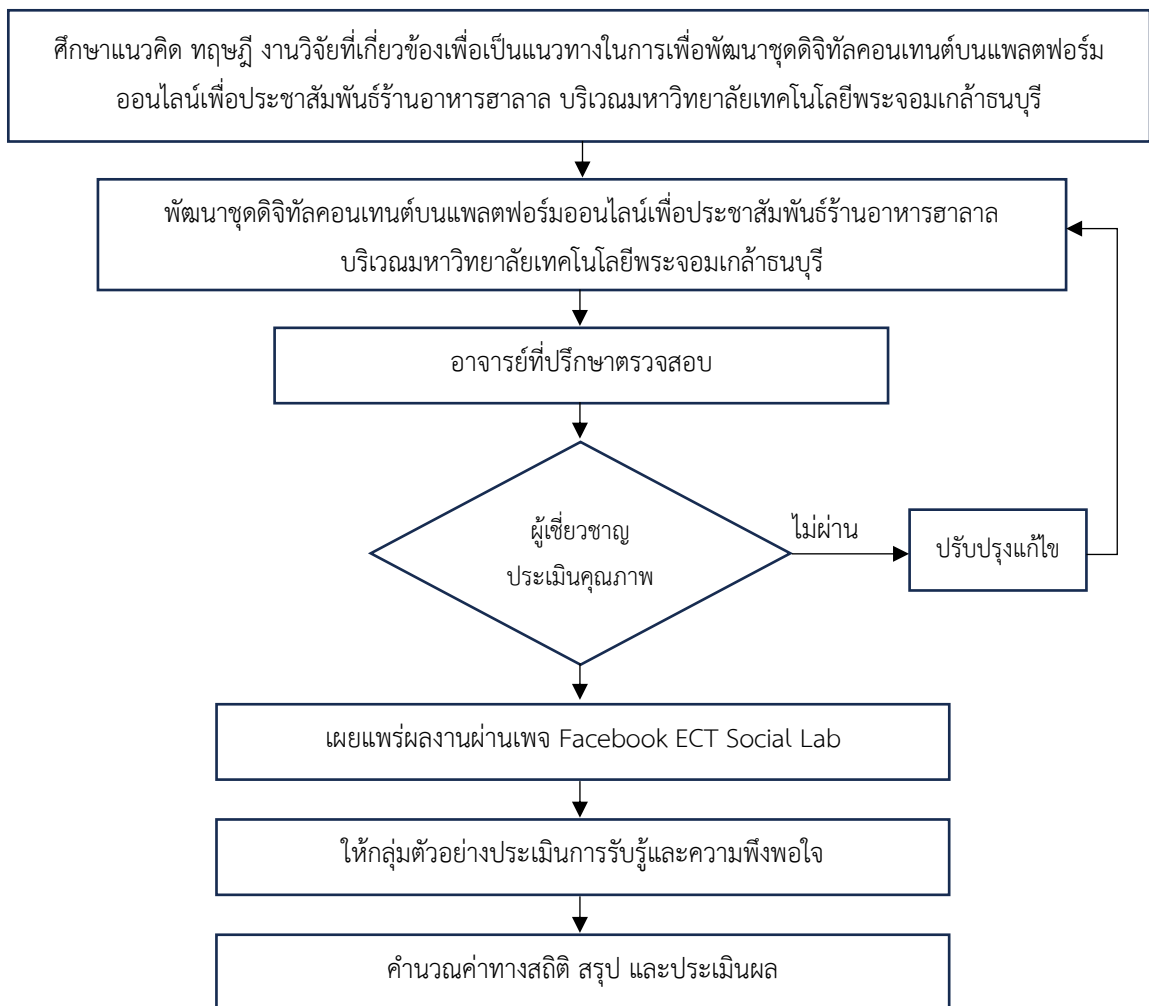
1. ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ผู้ศึกษาได้ศึกษาความต้องการของหน่วยงานและหาหรืออาจารย์ที่ปรึกษา
2. ขั้นการออกแบบ (Design) เมื่อวิเคราะห์ปัญหา และศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว จะเป็นขั้นตอนของการออกแบบ และวางแผน ซึ่งนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์โดยเลือกใช้การนำเสนอในรูปแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกรูปแบบอัลบั้มโปส จำนวน 4 ชิ้น ประกอบไปด้วย การให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารฮาลาลเพิ่มเติม 1 ชิ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารร้านอาหารครัวกรุงศรี 1 ชิ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารบ้านนา

1 ขึ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารชมพู 1 ขึ้น และ สื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 ขึ้น ประกอบไปด้วย การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารครัวกรุงศรี 1 ขึ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารบ้านนา 1 ขึ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารชมพู 1 ชุด โดยทำการเผยแพร่ผ่านเพจ Facebook ECT Social Lab

3. ขั้นตอนการพัฒนา (Development) นำรูปแบบของชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแก้ไขความถูกต้อง และความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความถูกต้องเหมาะสม

4. ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) นำชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่ได้ทำการแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปเผยแพร่ผ่าน ผ่านเพจ Facebook ECT Social Lab เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างรับชมสื่อ

5. ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) คณะผู้วิจัยได้นำผลประเมินการรับรู้และความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ไปวิเคราะห์ คำนวณทางสถิติ และสรุปผลต่อไป



ภาพที่ 2 แผนผังแสดงขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ผลการออกแบบและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (ดังแสดงผลการออกแบบและพัฒนาในแผนภาพที่ 2) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกรูปแบบอัลบั้มโพส จำนวน 4 ชิ้น ประกอบไปด้วย การให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารฮาลาล 1 ชิ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารร้านอาหารครวักรุงศรี 1 ชิ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารบ้านนา 1 ชิ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารชมพู 1 ชิ้น และ สื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 ชิ้น ประกอบไปด้วย การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารครวักรุงศรี 1 ชิ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารบ้านนา 1 ชิ้น การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารชมพู 1 ชุด



ภาพที่ 3 ตัวอย่างสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก และสื่อวีดิทัศน์ของชุดดิจิทัลคอนเทนต์
ที่พัฒนาขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์

2. ผลการประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินคุณภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา	4.92	0.29	ดีมาก
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา	5.00	0.00	ดีมาก
3. ด้านการประชาสัมพันธ์	4.83	0.39	ดีมาก
ภาพรวม	4.92	0.28	ดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา เรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่ามีความโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.29) และค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.39)

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ

รายการประเมินคุณภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านการออกแบบ	4.33	0.50	ดี
2. ด้านภาพ	4.56	0.53	ดีมาก
3. ด้านเสียง	4.56	0.53	ดีมาก
4. ด้านการนำเสนอ	4.56	0.53	ดีมาก
ภาพรวม	4.50	0.51	ดี

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ เรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่ามีความโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพ ด้านเสียง และด้านการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.53) และค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านการออกแบบอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

รายการประเมินผลการรับรู้	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ท่านรับรู้ว่าอาหารฮาลาล คือ อาหารที่ได้รับการอนุมัติหรืออนุญาตให้นำมาบริโภคได้ตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม	4.96	0.20	มากที่สุด
2. ท่านรับรู้ว่าคนที่นับถือศาสนาอิสลามจำเป็นต้องรับประทานอาหารที่ฮาลาลเท่านั้น	4.86	0.40	มากที่สุด
3. ท่านรับรู้ว่าตราฮาลาล คือ ตราสัญลักษณ์ที่ติดบนสลากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์สำหรับชาวมุสลิม ในการใช้อุปโภคและบริโภคที่ออก โดย คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.) หรือ คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด	4.92	0.27	มากที่สุด
4. ท่านรับรู้ว่า สัญลักษณ์  นี้คือเครื่องหมายฮาลาล	4.90	0.30	มากที่สุด
5. ท่านรับรู้ว่าคำว่า “ฮาลาล” หมายถึง อนุมัติหรืออนุญาต	4.86	0.35	มากที่สุด
6. ท่านรับรู้ว่าคนที่นับถือศาสนาอิสลามสามารถทานได้เฉพาะอาหารที่มีสัญลักษณ์ฮาลาล	4.86	0.35	มากที่สุด
7. ท่านรับรู้ว่าทุกคนทุกศาสนาสามารถทานอาหารฮาลาลได้	4.96	0.20	มากที่สุด
8. ท่านรับรู้ว่าบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีมีร้านอาหารฮาลาล 3 ร้าน คือ ร้านอาหารครัวกรุงศรี ร้านอาหารชมพู และร้านอาหารบ้านนา	4.88	0.33	มากที่สุด
9. ท่านรับรู้ว่ามีร้านอาหารฮาลาลในมหาวิทยาลัยอยู่ที่อาคารพระจอมเกล้าราชานุสรณ์ 190 ปี (KFC) คือร้านอาหารครัวกรุงศรี	4.90	0.30	มากที่สุด
10. ท่านรับรู้ว่ามีร้านอาหารฮาลาลอยู่บริเวณตึก Fibo 2 ร้าน คือ ร้านอาหารชมพู และร้านอาหารบ้านนา	4.94	0.24	มากที่สุด
ภาพรวม	4.90	0.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.30) เมื่อพิจารณาเป็นระดับการรับรู้ในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ รับรู้ว่าอาหารฮาลาล คือ อาหารที่ได้รับการอนุมัติหรืออนุญาตให้นำมาบริโภคได้ตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม และรับรู้ว่าทุกคนทุกศาสนาสามารถทานอาหารฮาลาลได้อยู่ใน

ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.96, S.D. = 0.20) และค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ รับรู้ว่ามีร้านอาหารฮาลาลอยู่บริเวณตึก Fibo 2 ร้าน คือร้านอาหารชมพู และร้านอาหารบ้านนา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.94, S.D. = 0.24) และรับรู้ว่าการฮาลาล คือ ตราสัญลักษณ์ที่ติดบนสลากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์สำหรับชาวมุสลิม ในการใช้อุปโภคและบริโภคที่ ออกโดย คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.) หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.92, S.D. = 0.27) ตามลำดับ

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 การลำดับของวิดีโอคอนเทนต์	4.86	0.35	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์มีความชัดเจน	4.92	0.35	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์มีความน่าสนใจ	4.92	0.27	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์มีประโยชน์	4.92	0.27	มากที่สุด
ภาพรวม	4.91	0.29	มากที่สุด
2. ด้านภาพและเสียง			
2.1 ภาพและเสียงมีความดึงดูดน่าสนใจ	4.92	0.27	มากที่สุด
2.2 ภาพและเสียงชัดเจน ไม่สับสน	4.86	0.35	มากที่สุด
2.3 ภาพอินโฟกราฟิกสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.94	0.24	มากที่สุด
2.4 ภาพและเสียงสอดคล้องกับเนื้อหา	4.90	0.30	มากที่สุด
ภาพรวม	4.91	0.29	มากที่สุด
3. ด้านการนำเสนอ			
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ เข้าใจง่าย	4.92	0.27	มากที่สุด
3.2 คอนเทนต์การนำเสนอมีความเหมาะสมและน่าสนใจ	4.88	0.33	มากที่สุด
3.3 การนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ผ่านทาง Facebook ECT Social Lab สามารถส่งเสริมการรับรู้ของร้านอาหารฮาลาลบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	4.94	0.24	มากที่สุด
ภาพรวม	4.91	0.28	มากที่สุด
สรุปผลการประเมิน	4.91	0.29	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหา และ ด้านภาพ และเสียงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.29) และค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ด้านการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.28) ตามลำดับ

สรุปผลและอภิปรายผล

1. สรุปผล

ผลการพัฒนาพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.28) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.51) ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.30) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.29)

2. อภิปรายผล

การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ประกอบด้วย สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกรูปแบบอัลบั้มโปส จำนวน 4 ชิ้น และสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 ชิ้น ประกอบไปด้วย การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารครัวกรุงศรี การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารบ้านนา และการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารชมพู โดยคณะผู้จัดทำได้มีขั้นตอนการวางแผนและออกแบบเนื้อหา ภาพรวมวิดีโอ รวมถึงการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องเหมาะสม ชัดเจน และเข้าใจง่าย ซึ่งการออกแบบวิดีโอคอนเทนต์นี้ อิงตามแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model มาประยุกต์ใช้ดังนี้ 1) ขั้นตอนการวิเคราะห์ (Analysis) ศึกษาความต้องการขององค์กรและนำมาปรึกษากับสมาชิกและอาจารย์ที่ปรึกษา 2) ขั้นตอนการออกแบบ (Design) กำหนดรูปแบบและวิธีในการนำเสนอสื่อ 3) ขั้นตอนการพัฒนา (Development) นำรูปแบบของสื่อเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และทำการปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม จากนั้นนำเสนอไปตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และด้านสื่อการนำเสนอ และนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป 4) ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) นำสื่อไปเผยแพร่ ผ่านเพจ Facebook ECT Social Lab เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมสื่อ 5) ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) นำผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 50 คน ไปวิเคราะห์คำนวณทางสถิติและสรุปผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thamwipat & Princhanol (2022) ซึ่งได้ใช้แนวคิด ADDIE MODEL มาใช้ในการออกแบบและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยี และสื่อสารการศึกษาครบทั้ง 5 ขั้นตอน เช่นเดียวกันกับชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model ทำให้สื่อออกมามีความสมบูรณ์ทั้งในด้านของเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และด้านการนำเสนอที่โดดเด่นโดยมีการนำเสนอทั้งรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อวีดิทัศน์รูปแบบสั้นเพื่อให้ง่ายต่อการรับชมของกลุ่มเป้าหมาย

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่ามีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.28) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบชุดดิจิทัลคอนเทนต์ซึ่งประกอบไปด้วยสื่อโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิก และสื่อวีดิทัศน์ ทำให้สื่อมีความกระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบที่สวยงาม สอดคล้องกับเนื้อหา อีกทั้งยังมีการรับข้อมูลจากผู้ที่รับผิดชอบ งานด้านนั้นโดยตรง ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกของ จงรัก เทศนา (จงรัก เทศนา, 2553) ที่กล่าวว่า อินโฟกราฟิก หมายถึง การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลและกราฟิก ที่อาจเป็นลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่ต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก ในส่วนผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่ามีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.51) เนื่องจากภาพที่ใช้มีความเหมาะสม น่าสนใจ ภาพสื่อความหมายชัดเจน เสียงที่ใช้มีความดังที่พอดี รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับเข้าใจง่าย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการสนับสนุนการขายและการตลาด ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์สำคัญในยุคปัจจุบัน ซึ่งการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกของหน่วยงาน ดอกย้า คำนินม ที่ดี ปกป้องและรักษาชื่อเสียงให้คงอยู่ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อกลุ่มเป้าหมาย และที่สำคัญช่วยเสริมพลังให้การขายและการตลาดบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี บินรามัน และคณะ (2565) ซึ่งได้ทำพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมด เบเกอรี่ บนเฟซบุ๊กเพจ kinnhom_ ผลการศึกษาพบว่า การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่ามีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.57) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.66) งานวิจัยดังกล่าวพบว่าการผลิตชุดดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้า สามารถประชาสัมพันธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว และการผลิตสื่อในรูปแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจในเรื่องของขนมเบเกอรี่และขนมหวานต่าง ๆ สามารถเข้าถึง ได้ตอบ และใช้งานได้ง่าย

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่ามีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.30) เนื่องจากชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีสามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และเข้าใจสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อได้ดี และในส่วนผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่ามีผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.29) เนื่องจากชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีเนื้อหาชัดเจน น่าสนใจ การนำเสนอมีความกระชับเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องอินโฟกราฟิกของ จงรัก เทศนา (2553) ว่าอินโฟกราฟิกมีข้อเด่นที่การนำเสนอข้อมูลที่ช่วยให้เข้าใจได้ง่าย และยังมีการออกแบบสี

รูปแบบ ลูกเล่น ภาพประกอบให้สวยงาม ดึงดูดผู้อ่านได้ด้วย โดยอาจผลิตในรูปแบบโปสเตอร์หรือคลิปวิดีโอที่มีภาพเคลื่อนไหว ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Waiwingrob et al. (2023) ที่ได้ศึกษาความต้องการพัฒนาและหาคุณภาพของดิจิทัลคอนเทนต์ด้วยเทคนิคนำเสนอหลายรูปแบบบนสื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมการรับรู้ศิลปวัฒนธรรมไทยสำหรับนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ผลการวิจัยพบว่า ผลประเมินการรับรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.87, S.D. = 0.15) และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.45) ด้วย ทั้งนี้ เป็นเพราะการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ด้วยเทคนิคนำเสนอหลายรูปแบบบนสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว โดยผ่านการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง และผ่านการประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอตามแนวคิด ADDIE Model แล้วจึงปรับปรุงสื่อก่อนนำไปประเมินผลการรับรู้และความพึงพอใจ ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้และความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ดังนั้นการออกแบบและพัฒนาสื่อในครั้งนี้จึงสามารถนำไปใช้ได้จริงและมีความเหมาะสมกับการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งเป็นสื่อที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การเผยแพร่ชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ควรใช้ช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่สังกัดอยู่ภายใต้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ทั้งนี้ เพื่อให้การให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังควรนำไปประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ เช่น Tiktok, Instagram จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

2. การพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีสามารถนำไปใช้เป็นส่วนแนะนำแก่นักศึกษาใหม่ หรือบุคลากรใหม่ที่เป็นชาวต่างชาติ โดยเพิ่มซับไตเติ้ลเป็นภาษาอังกฤษ เนื่องจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีมีนักศึกษาต่างชาติจากอาเซียน ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซียมาเรียนในระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษาเป็นจำนวนมาก

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ทศนคติ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

2. ควรศึกษาแนวทางและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาลที่มีแวดวงกว้างยิ่งขึ้น เช่น ในเขตทุ่งครุ ซึ่งมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลอย่างกว้างขวางมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2567). *การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร*. สืบค้นจาก <https://archives-library.rid.go.th/bitstream/handle/123456789/1249/5.32%20คู่มือการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- จรงค์ เทศนา. (2553). *อินโฟกราฟิกส์ (Infographics)*. สืบค้นจาก https://chachoengsao.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/9/2019/01/infographics_information.pdf
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าระหว่างประเทศ EXIM BANK. (2564). *เจาะตลาดอาหารฮาลาล ท่ามกลางการระบาด Covid-19*. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/709499/709499.pdf
- พนิดา พานิชกุล และ ลัทธกัญญาญ์ กุญแก้ว. (2566) การสร้างสื่อดิจิทัลคอนเทนต์โดยชุมชนเพื่อสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงศรีสะเกษมาตรฐาน GI ในเขตอำเภอขามเฒ่า จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 5(2), 64-84. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MJBA/article/view/265891/180074>
- เพจ Facebook ECT Social Lab. (2564). *สงสัยใช่ไหมว่า ECT Social Lab คืออะไร?*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/KMUTT/photos/a.378041348580/10157979693408581/?type=3>
- ไพฑูรย์ โพธิ์สาร. (2547). *มาตรวจวัดลิเคิร์ท*. สืบค้นจาก https://eledu.ssru.ac.th/thassanant_un/pluginfile.php/102/mod_resource/content/1/rating%20scale.pdf
- ภาวิณี บินรามัน และคณะ. (2565). การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมดเบเกอรี่. *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี*, 2(2), 68-77. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JLIT/article/view/257471/>
- วชิระ ทองสุข. (2565). *แพลตฟอร์ม คืออะไรกันแน่ ทำไมพูดถึงกันบ่อยจัง ยุคนี้ใครไม่รู้ ต้องรู้แล้ว!*. สืบค้นจาก <https://talkatalka.com/blog/what-is-a-platform/>
- ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข. (2559). *การใช้ดิจิทัลคอนเทนต์ในการจัดการเรียนรู้ ดิจิตอล คอนเทนต์ (DIGITAL CONTENT) คืออะไร มีอะไรบ้าง*. สืบค้นจาก <http://www.anantasook.com/digital-content-in-education/>
- Aukrathorn.A. (2023). *แพลตฟอร์ม (Platform) คืออะไร? ความหมายที่หลายคนควรรู้*. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/what-is-a-platofrom/>
- Borg, W. R., & Gall, M. D. (1979). *Educational research: An introduction* (3rd ed.). New York: Longman.
- McGriff, S. J. (2008). *ADDIE Model Diagram*. Retrieved from http://wikieducator.org/File:ADDIE_model_diagram_by_McGriff.gif
- Thamwipat, K., & Princhankol, P. (2022). *The Design and Development of Interactive Multimedia Based on ADDIE Model to Publicize the Department of Educational Communications and Technology*. The 13th Global Conference on Business and Social Sciences 2022. DOI: [https://doi.org/10.35609/gcbssproceeding.2022.1\(11\)](https://doi.org/10.35609/gcbssproceeding.2022.1(11))

- Untoroseto, D. & Triayudi, A. (2023). Analysis of Blended Learning Development in Distance Learning in Variation of Borg & Gall and Addie Models. *Journal La Multiapp*, 4(6), 1-12. Retrieved from <https://newinera.com/index.php/JournalLaMultiapp/article/view/973>
- Waiwingrob, P., et al. (2023). Active Learning Extracurricular Activities Using Digital Content to Raise Awareness of Thai Arts and Culture Among Undergraduate Students. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies (HASSS)*. 23(3), 642-655. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/hasss/article/view/260536/178119>

การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้น ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

พลพัฒน์ วัฒนเศรษฐานุกูล^{1*} และ ปาริชาติ เกสัชชา²

รับบทความ 7 มกราคม 2568 แก้ไขบทความ 12 สิงหาคม 2568 ตอบรับบทความ 8 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัจจุบัน 2) ปัญหา และ 3) ความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ผู้ให้ข้อมูลถูกเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 3 คน ครูแกนนำหรือครูต้นแบบ จำนวน 3 คน และผู้เรียน จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 3 ฉบับ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองทุกคน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันเน้นพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการใช้เทคโนโลยี กิจกรรมเชื่อมโยงชีวิตจริง เช่น โครงการและงานชุมชน ใช้สื่อดิจิทัล เช่น Google Classroom และ Microsoft Teams เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ไม่จำกัดเวลา อีกทั้ง วัดผลด้วยพอร์ตโฟลิโอและการประเมินตามสภาพจริง 2) ปัญหา คือ ครูขาดความรู้สมัยใหม่ คำอธิบายรายวิชาไม่ทันสมัย งบประมาณจำกัดทำให้สื่อการเรียนรู้ล้าสมัย การวัดผลยังเน้นความรู้เชิงทฤษฎีมากกว่าทักษะชีวิตจริง และ 3) ความต้องการจำเป็น คือ การพัฒนาคำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชาโดยเฉพาะการบูรณาการรายวิชาผู้ประกอบการสมัยใหม่ ครูต้องการนิเทศและคู่มือเพื่อพัฒนา กิจกรรม เช่น การใช้ AI และโครงการ พร้อมพัฒนาสื่อดิจิทัลและเครื่องมือวัดผล เช่น การประเมินโครงการเพื่อเชื่อมโยงระบบธนาคารหน่วยกิต

คำสำคัญ: สภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการจำเป็น การจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต
พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

¹ดร. ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

²ดร. ศึกษานิเทศก์เชี่ยวชาญ สังกัดหน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

*ผู้ประสานงานหลัก: polpipat97@gmail.com

The study of the current conditions, problems, and essential needs in lifelong learning-oriented instruction in pilot schools within the Educational Innovation Area under the Secondary Educational Service Area Office Bangkok 2

Polpipat Wattanasettanukul^{1*} and Parichat Phaesatcha²

Received 28 January 2025; Revised 12 August 2025; Accepted 8 September 2025

Abstract

This research aimed to: 1) Study the current conditions, 2) Examine the problems, and 3) Investigate the essential needs of lifelong learning-oriented instruction in pilot schools within the Educational Innovation Area under the Secondary Educational Service Area Office Bangkok 2. The informants were selected purposively and consisted of 3 school administrators, 3 lead teachers or model teachers, and 3 students. The research instruments used were three semi-structured interview guides. The researcher collected all data personally, and the data were analyzed using content analysis. The research findings revealed that the current conditions emphasized the development of analytical thinking, problem-solving skills, and the use of technology. Activities were connected to real-life situations, such as project-based learning and community work, while digital tools like Google Classroom and Microsoft Teams were used to support learning without time limitations. Additionally, assessment methods included portfolios and authentic assessments. However, the problems identified were that teachers lacked modern knowledge, course descriptions were outdated, and limited budgets resulted in obsolete learning materials. Furthermore, assessment methods focused more on theoretical knowledge than real-life skills. To address these issues, the essential needs included the development of course descriptions and structures, particularly integrating modern entrepreneurship courses. Teachers required supervision and manuals to support activities such as the use of AI and project-based learning. There was also a need for the development of digital media and assessment tools, such as project-based evaluations linked to the credit bank system.

Keywords: Current conditions; Problems; Essential needs; Lifelong learning-oriented instruction; Educational Innovation Area

¹Dr., Senior Professional Level Educational Supervisor under the Secondary Educational Service Area Office Bangkok 2

²Dr., Expert Educational Supervisor under the Bureau of Educational Supervision, Office of the Basic Education Commission

*Corresponding Author: polpipat97@gmail.com

บทนำ

ในยุคที่การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นแนวทางสำคัญที่สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579 (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 -2570 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนากำลังคนให้มีทักษะที่เหมาะสมกับศตวรรษที่ 21 รวมถึงการสร้างควมยั่งยืนในระบบการศึกษา จุดเน้นและนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ พระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พ.ศ. 2562 (2562, 30 เมษายน) ที่ต้องการส่งเสริมการพัฒนา รูปแบบการจัดการเรียนรู้ใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อความท้าทายทางการศึกษาในพื้นที่เฉพาะ ดังนั้น การจัดการเรียนรู้ในลักษณะดังกล่าวจึงถือเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาไทยให้เท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่

เพื่อตอบสนองต่อทิศทางและความคาดหวังดังกล่าว จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจแนวคิดและหลักการของ “ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต” (Lifelong Learning Skills) อย่างชัดเจน ซึ่งหมายถึง ความสามารถของบุคคลในการแสวงหา จัดการ และประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะใหม่อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เพื่อการพัฒนาตนเอง การทำงาน และการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ (Candy, 2002; UNESCO, 2015) โดยหลักการสำคัญครอบคลุมการคิดเชิงวิพากษ์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ การวัดทักษะนี้สามารถดำเนินการได้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การใช้แบบสอบถามสมรรถนะ การประเมินโครงงาน การสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ และการประเมินตามสภาพจริง (Authentic Assessment) (European Commission, 2018) ซึ่งการขาดทักษะดังกล่าวส่งผลให้ผู้เรียนไม่สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ขาดความพร้อมในการทำงานในศตวรรษที่ 21 และมีข้อจำกัดต่อการพัฒนาตนเองอย่างยั่งยืน ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาด้านการจ้างงานและความเหลื่อมล้ำทางสังคม (OECD, 2019) ดังนั้น การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตจึงเป็นหัวใจของการสร้างทุนมนุษย์และการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ภาพรวมของการศึกษาไทยสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ โดยพิจารณาจากผลการประเมินต่างๆ เช่น คะแนนเฉลี่ยการสอบ O-NET และ PISA ซึ่งยังคงต่ำกว่ามาตรฐานในหลายด้าน นอกจากนี้ ดัชนีการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประเทศไทยยังอยู่ในระดับที่ยังต้องพัฒนาให้เทียบเท่ากับนานาชาติ อีกทั้งยังมีอัตราการว่างงานในกลุ่มบัณฑิตจบใหม่ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงความท้าทายในการเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวและสร้างทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานและการใช้ชีวิต การขาดความเชื่อมโยงระหว่างการจัดการเรียนรู้กับการพัฒนาทักษะเหล่านี้ยังคงเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560; สำนักงานสภาพัฒนาการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2565; พล皮พัฒน์ วัฒนเศรษฐานุกูล และคณะ, 2566 และ พล皮พัฒน์ วัฒนเศรษฐานุกูล และคณะ, 2567)

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เนื่องจากสถานศึกษานำร่องเหล่านี้เป็นพื้นที่ที่ได้รับการออกแบบให้มีความยืดหยุ่นและมีความพร้อมในการทดลองนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งผลจากการวิจัยนี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจในบริบทเฉพาะของพื้นที่ รวมถึงสร้างแนวทางหรือรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้อย่าง

มีประสิทธิภาพ และขยายผลสู่พื้นที่อื่นๆ ในอนาคต เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาไทยให้ตอบโจทย์ต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

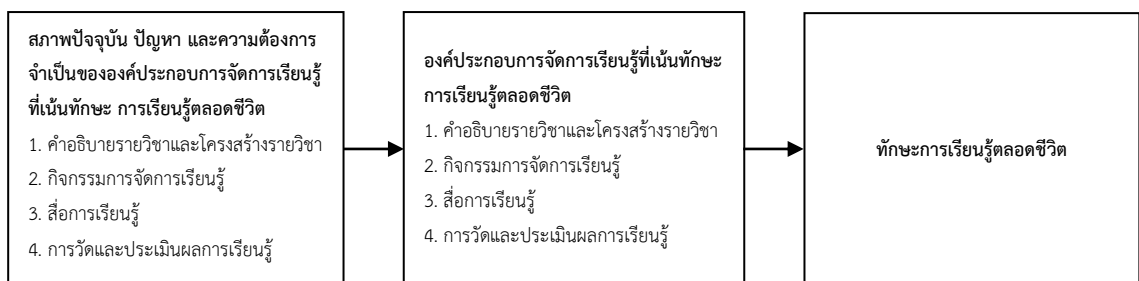
1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2
2. เพื่อศึกษาปัญหาของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2
3. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

กรอบแนวคิด

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยพิจารณาผ่านองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้านของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ได้แก่ 1) คำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชา 2) กิจกรรมการจัดการเรียนรู้ 3) สื่อการเรียนรู้ และ 4) การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ (ฉวีวรรณ โยคีณ, 2566) ของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้สามารถปรับตัวและเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง อาทิ การคิดเชิงวิพากษ์ การแก้ปัญหา การเรียนรู้ร่วมกัน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการพัฒนาตนเองอย่างมีเป้าหมาย รูปแบบการเรียนรู้ดังกล่าวส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง (self-directed learning) ผ่านการทำโครงการ การแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง และการเรียนรู้จากชุมชน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560 และ พลพิพัฒน์ วัฒนเศรษฐานุกูล และคณะ, 2567) ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้เรียน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์แบบแยกอิสระจาก ผู้บริหารสถานศึกษา ครูแกนนำหรือครูต้นแบบ และผู้เรียน เพื่อช่วยให้การตอบคำถามไม่ถูกครอบงำหรือมีอิทธิพลจากกลุ่มอื่น ทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นธรรมชาติและสะท้อนความต้องการที่แท้จริง (อังชรินทร์ ทองปาน, 2565) ของสถานศึกษานำร่องในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากพระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พ.ศ. 2562 (2562, 30 เมษายน) ที่มุ่งเน้นการลดข้อจำกัดในระบบการศึกษา และส่งเสริมการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทเฉพาะของพื้นที่

ผู้วิจัยสามารถอธิบายกรอบแนวคิดได้ดังภาพที่ 1 ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 มีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งข้อมูล

การกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ อิงจากแนวคิดทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งประกอบด้วยลักษณะสำคัญ ดังนี้ 1) ความสามารถในการปรับตัวและเรียนรู้สิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง 2) การคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ 3) การสร้างนวัตกรรมและพัฒนาองค์ความรู้ 4) การทำงานร่วมกับผู้อื่นและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และ 5) การใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้และการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อนำมาสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) จำนวน 9 คน ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 จำนวน 3 คน ซึ่งมีคุณสมบัติ คือ มีวิทยฐานะ ผู้อำนวยการชำนาญการพิเศษขึ้นไป มีประสบการณ์ในการบริหารสถานศึกษาอย่างน้อย 5 ปี และมีผลงานหรือนวัตกรรมการศึกษาที่โดดเด่นและเป็นที่ประจักษ์เกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ครอบคลุมโรงเรียนขนาดกลาง ขนาดใหญ่ และขนาดใหญ่พิเศษ 2) ครูแกนนำหรือครูต้นแบบในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 จำนวน 3 คน ซึ่งมีคุณสมบัติ คือ มีวิทยฐานะ ครูชำนาญการพิเศษขึ้นไป มีประสบการณ์ในการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างน้อย 5 ปี และมีผลงานหรือนวัตกรรมการศึกษาที่โดดเด่นและเป็นที่ประจักษ์เกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ครอบคลุมโรงเรียนขนาดกลาง ขนาดใหญ่ และขนาดใหญ่พิเศษ และ 3) ผู้เรียนในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 จำนวน 3 คน ซึ่งมีคุณสมบัติ คือ อยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ครอบคลุมแผนการเรียนรู่วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์, ศิลป์-ภาษา และศิลป์-คำนวณ มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่างเรียน หรือ มีประสบการณ์ในการฝึกงานในสถานประกอบการอย่างน้อย 1 ภาคเรียน หรือ มีผลงานหรือนวัตกรรมการเรียนรู้ที่โดดเด่นและเป็นที่ประจักษ์ โดยทั้ง 9 คน มีเกณฑ์คัดออก คือ 1) ไม่ยินยอมให้ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลการสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย และ 2) ไม่มีผลงานหรือนวัตกรรมที่ได้รับรางวัลในระดับชาติหรือนานาชาติ ภายใน 2 ปีที่ผ่านมา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต กำหนดขอบข่ายและรวบรวมประเด็นนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้แก่ 1) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลจำนวน 1 คน 2) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาจำนวน 1 คน 3) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการนิเทศการศึกษาจำนวน 1 คน 4) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต จำนวน 1 คน และ 5) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการศึกษา จำนวน 1 คน เพื่อทดสอบหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องรายชื่อ (Index of item-objective congruence: IOC) ซึ่งผลการทดสอบหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของดัชนีดังกล่าว

อยู่ในช่วง 0.80-1.00 แสดงว่า ผ่านเกณฑ์ (ประสพชัย พสุนนท์, 2558) หลังจากนั้นจึงปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วจัดทำเป็นฉบับจริง เพื่อนำไปใช้กับผู้ให้ข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำหนังสือเชิญจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ไปยังผู้ให้ข้อมูลเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเองทุกคน ตามนัดหมาย วัน เวลา ณ สถานที่ตั้งของผู้ให้ข้อมูล และ ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลในการบันทึกภาพและเสียง คนละ ไม่เกิน 60 นาที หลังจากนั้น ผู้วิจัยถอดความจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ให้อยู่ในรูปแบบของข้อความ ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน แล้วส่งให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยผู้ให้ข้อมูล เสนอความคิดเห็นดังนี้

"หลักสูตรนี้เราออกแบบให้เด็กได้คิดและลงมือทำจริง ไม่ใช่แค่อ่านหนังสือ เราใส่กิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษา ทำโครงงาน และทำงานร่วมกับชุมชน เพื่อให้เขาได้ฝึกคิด วิเคราะห์ และแก้ปัญหาจากสถานการณ์จริง"

ผู้บริหารสถานศึกษา

"เราใช้ Google Classroom ส่งงานและให้เด็กค้นข้อมูลเอง เด็กบางคนใช้ Microsoft Teams ทำงานกลุ่มแบบออนไลน์ ซึ่งทำให้เขารู้จักหาข้อมูลและสื่อสารได้แม้ไม่ได้อยู่ที่โรงเรียน"

"เราไม่ใช่แค่สอบข้อเขียน แต่ประเมินจากโครงงานและพอร์ตโฟลิโอ เพื่อดูว่าผู้เรียนมีทักษะจริงหรือไม่ และเขามีพัฒนาการจากการลงมือทำแค่ไหน"

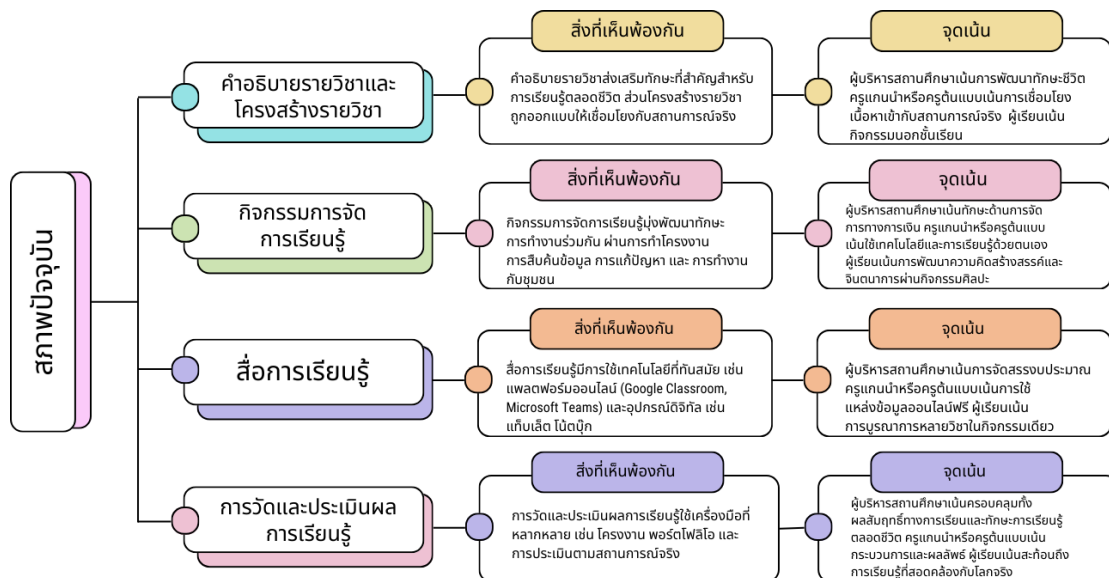
ครูแกนนำหรือครูต้นแบบ

"หนูชอบที่ครูให้ใช้แท็บเล็ตทำโครงงาน เพราะค้นข้อมูลได้เร็ว และยังสามารถดูเนื้อหาซ้ำได้ตลอดเวลา ไม่ต้องรอรู้อสอนใหม่ ทำให้เข้าใจมากขึ้น"

ผู้เรียน

ผู้วิจัยพบว่า คำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชาได้รับการออกแบบให้มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะการคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การแก้ปัญหา และการใช้เทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริงและการเชื่อมโยงกับสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน เช่น การวิเคราะห์กรณีศึกษา การทำโครงงาน และการทำงานร่วมกับชุมชน ในด้านสื่อการเรียนรู้ มีการใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ดิจิทัลอย่างแท็บเล็ตและโน้ตบุ๊ก รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Google Classroom และ Microsoft

Teams เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการค้นคว้าและการสื่อสาร การใช้สื่อเหล่านี้ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและเรียนรู้ได้อย่างไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมถึงการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ก็ใช้เครื่องมือที่หลากหลาย เช่น การประเมินโครงงาน การใช้พอร์ตโฟลิโอ และการประเมินตามสภาพจริง ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สภาพปัจจุบันของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

2. ปัญหาของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยผู้ให้ข้อมูล เสนอความคิดเห็น ดังนี้

"ครูหลายคนยังยึดวิธีการสอนเดิม ๆ เพราะทำมานานแล้ว และบางท่านก็ไม่มั่นใจว่าจะใช้วิธีการใหม่ได้ดีพอ"

"สื่อหลายอย่างที่ใช้ในชั้นเรียนเริ่มล้าสมัย ไม่ทันกับชีวิตจริงของเด็ก ทำให้การเรียนรู้ไม่เชื่อมโยงกับโลกปัจจุบัน"

ผู้บริหารสถานศึกษา

"บางครั้งเราก็อยากเปลี่ยนวิธีสอน แต่ไม่รู้ว่าจะเริ่มออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างไร"

"งบประมาณไม่พอ บางทีต้องควักเงินตัวเองซื้อสื่อใหม่ ซึ่งก็ไม่สามารถทำได้ตลอด"

"เราพยายามจัดการเรียนรู้แบบให้เด็กไปทำงานร่วมกับชุมชน แต่บางชุมชนก็ไม่ค่อยร่วมมือ และการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ก็มีปัญหาอินเทอร์เน็ต"

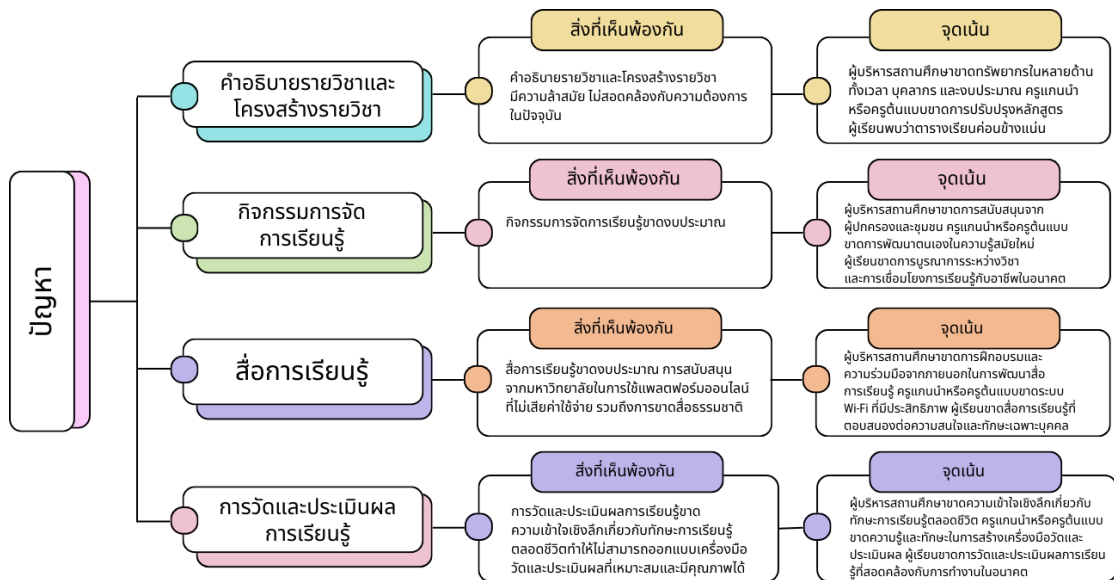
ครูแกนนำหรือครูต้นแบบ

"ที่โรงเรียนส่วนใหญ่เน้นสอบมาก เราก็ต้องอ่านหนังสือเพื่อเอาคะแนน ทำให้ไม่ค่อยได้ทำกิจกรรมที่ฝึกทักษะอื่น ๆ"

"บางทีเรารู้สึกว่าการสอบที่โรงเรียนไม่ช่วยให้พร้อมสำหรับการทำงานจริง เพราะมันไม่ได้วัดทักษะที่ต้องใช้ในชีวิต"

ผู้เรียน

ผู้วิจัยพบว่า การพัฒนาคำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชาให้ทันสมัยและสอดคล้องกับแนวคิด การเรียนรู้ตลอดชีวิตเผชิญกับอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ การต่อต้านจากความคุ้นเคยกับวิธีการจัดการเรียนรู้แบบเดิม และการขาดความรู้ในวิธีการใหม่ๆ ของครู ทำให้ครูไม่สามารถออกแบบกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร นอกจากนี้ บรรยากาศการแข่งขันและการเน้นคะแนนสอบยังส่งผลให้ผู้เรียนขาดโอกาสในการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต อีกทั้งยังมีปัญหาด้านสื่อการเรียนรู้ ซึ่งเป็นอีกประเด็นที่ส่งผลต่อคุณภาพการจัดการเรียนรู้ เพราะขาดงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถจัดหาสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัยได้ ในบางกรณี ครูต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในการจัดหาสื่อเอง ส่งผลให้สื่อการเรียนรู้ที่ใช้ในชั้นเรียนมักล้าสมัย และไม่เกี่ยวข้องกับชีวิตจริงของผู้เรียน นอกจากนี้ การขาดการสนับสนุนจากชุมชนและข้อจำกัดในการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ยังทำให้การจัดการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงเป็นไปได้ยากขึ้น ส่วนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ พบว่า ปัญหาหลักเกิดจากการขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งผลให้ไม่สามารถออกแบบเครื่องมือวัดที่เหมาะสมและมีคุณภาพได้ รวมถึงยังคงเน้นการวัดความรู้มากกว่าทักษะ ทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่าไม่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงและไม่ได้เตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานในอนาคต ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ปัญหาของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่อง พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

3. ความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่ นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยผู้ให้ข้อมูล เสนอ ความคิดเห็น ดังนี้

"ถ้าเรามีคู่มือที่มีตัวอย่างคำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชาที่ชัดเจน ครูจะนำไปปรับใช้ได้ง่ายขึ้น และควรมีการนิเทศต่อเนื่องเพื่อให้ครูปรับปรุงได้ทันสถานการณ์"

ผู้บริหารสถานศึกษา

"ตอนนี้เราต้องการฝึกการใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลตลาด และอยากพัฒนาภาษาอังกฤษให้สื่อสารกับลูกค้าต่างชาติได้ เพราะเป็นทักษะสำคัญในวิชาชีพผู้ประกอบการ"

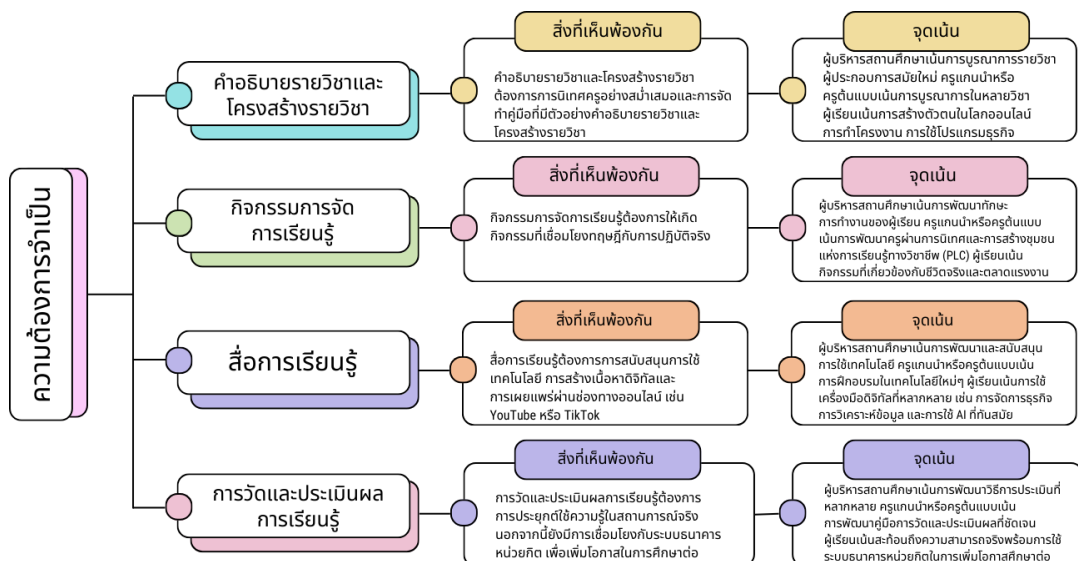
"การประเมินโครงการหรือการฝึกงานควรผูกกับระบบธนาคารหน่วยกิต เพื่อให้เด็กเอาไปใช้ต่อได้เวลาศึกษาต่อหรือทำงาน"

ครูแกนนำหรือครูต้นแบบ

"หนูสนุกเวลาครูให้ทำคลิปลง YouTube เพราะได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์และรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน"

ผู้เรียน

ผู้วิจัยพบว่า คำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชา มีความจำเป็นต้องพัฒนาให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบูรณาการรายวิชาผู้ประกอบการสมัยใหม่ ทั้งนี้ การพัฒนาดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการนิเทศครูอย่างสม่ำเสมอ และการจัดทำคู่มือที่มีตัวอย่างคำอธิบายและโครงสร้างรายวิชาที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยกิจกรรมการจัดการเรียนรู้นั้น ครูต้องการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเองให้ทันสมัย เพื่อสามารถออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการทำโครงการ การใช้ AI และการใช้ภาษาต่างประเทศ ซึ่งล้วนเป็นทักษะสำคัญในการเรียนรู้ตลอดชีวิต สอดคล้องกับสื่อการเรียนรู้ที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะในการสร้างสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเนื้อหาดิจิทัลและการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น YouTube หรือ TikTok ทักษะเหล่านี้จะช่วยให้ครูสามารถผลิตและใช้สื่อการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความสนใจและวิถีชีวิตของผู้เรียนได้ นอกจากนี้ การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ครูมีความต้องการในการพัฒนาความรู้และทักษะในการออกแบบและใช้เครื่องมือประเมินที่เน้นการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง เช่น การประเมินโครงการ การประเมินการฝึกงาน และการประเมินการทำงานเป็นทีม ซึ่งมีความจำเป็นในการเชื่อมโยงการประเมินผลกับระบบธนาคารหน่วยกิต เพื่อเพิ่มโอกาสในการศึกษาต่อให้กับผู้เรียน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่อง พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

ผู้วิจัยสามารถสรุปการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

ประเด็น	สภาพปัจจุบัน	ปัญหา	ความต้องการจำเป็น	จุดเน้น
1. คำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชา	คำอธิบายรายวิชาส่งเสริมทักษะที่สำคัญสำหรับการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่วนโครงสร้างรายวิชา ถูกออกแบบให้เชื่อมโยงกับสถานการณ์จริง	คำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชา มีความล้าสมัย ไม่สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน	คำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชาต้องการการนิเทศครูอย่างสม่ำเสมอ และการจัดทำคู่มือที่มีตัวอย่างคำอธิบายรายวิชา และโครงสร้างรายวิชา	มุ่งพัฒนาการบูรณาการรายวิชา เน้นเชื่อมโยงเนื้อหากับสถานการณ์จริง ผ่านกิจกรรมนอกชั้นเรียนและสร้างตัวตนออนไลน์
2. กิจกรรมการจัดการเรียนรู้	กิจกรรมการจัด การเรียนรู้มุ่งพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกัน ผ่านการทำโครงการ การสืบค้นข้อมูล การแก้ปัญหา และการทำงานกับชุมชน	กิจกรรมการจัด การเรียนรู้ขาดงบประมาณ	กิจกรรมการจัดการเรียนรู้ต้องการให้เกิดกิจกรรมที่เชื่อมโยงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง	เน้นทักษะการเงินและการทำงาน ใช้เทคโนโลยีและพัฒนา PLC รวมถึงเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงชีวิตจริงและตลาดแรงงาน
3. สื่อการเรียนรู้	สื่อการเรียนรู้มี การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ (Google Classroom, Microsoft Teams) และ อุปกรณ์ดิจิทัล เช่น แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก	สื่อการเรียนรู้ขาดงบประมาณ การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยใน การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงการขาดสื่อธรรมชาติ	สื่อการเรียนรู้ต้องการการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยี การสร้างเนื้อหาดิจิทัลและการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น YouTube หรือ TikTok	จัดสรรงบประมาณและสนับสนุนเทคโนโลยี ส่งเสริมการใช้แหล่งข้อมูลฟรีและพัฒนาเทคโนโลยี และ บูรณาการวิชา ใช้ดิจิทัลและ AI เพื่อการเรียนรู้
4. การวัดและประเมินผล การเรียนรู้	การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ใช้เครื่องมือที่หลากหลาย เช่น โครงการ พอร์ตโฟลิโอ และ การประเมินตามสถานการณ์จริง	การวัดและประเมินผล การเรียนรู้ขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับทักษะ การเรียนรู้ตลอดชีวิต ทำให้ไม่สามารถออกแบบเครื่องมือวัด และประเมินผลที่เหมาะสมและมีคุณภาพได้	การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ต้องการการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง นอกจากนี้ ยังมีมีการเชื่อมโยงกับระบบธนาคารหน่วยกิต เพื่อเพิ่มโอกาสในการศึกษาต่อ	เน้นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะชีวิต พัฒนาระบบการและคู่มือการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ เพื่อสะท้อนความสามารถจริงของผู้เรียนที่เชื่อมโยงโลกจริงและธนาคารหน่วยกิต

จากตารางที่ 1 พบว่า ในด้าน **คำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชา** มีการกำหนดเนื้อหาเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และออกแบบโครงสร้างรายวิชาให้เชื่อมโยงกับสถานการณ์จริง อย่างไรก็ตาม ยังพบปัญหาว่ามีความล้าสมัยและไม่สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน จึงมีความจำเป็นต้องนิเทศครูอย่างสม่ำเสมอ และจัดทำคู่มือที่มีตัวอย่างคำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชาที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาการบูรณาการรายวิชาและเชื่อมโยงเนื้อหา กับสถานการณ์จริงผ่านกิจกรรมนอกชั้นเรียนและการสร้างตัวตนออนไลน์ ด้าน **กิจกรรมการจัดการเรียนรู้** ปัจจุบันมุ่งพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกัน ผ่านการทำโครงการ การสืบค้นข้อมูล การแก้ปัญหา และการทำงานร่วมกับชุมชน แต่ยังเผชิญปัญหาขาดงบประมาณในการดำเนินการ จึงมีความต้องการให้กิจกรรมเชื่อมโยงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง โดยเน้นทักษะด้านการเงิน การทำงาน การใช้เทคโนโลยี และการพัฒนา PLC รวมถึงการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์และเชื่อมโยงการเรียนรู้กับชีวิตจริงและตลาดแรงงาน สำหรับ **สื่อการเรียนรู้** ปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ (Google Classroom, Microsoft Teams) และอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น แท็บเล็ตและโน้ตบุ๊ก แต่ยังขาดการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยในการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ฟรี และสื่อจากธรรมชาติ จึงมีความจำเป็นต้องส่งเสริมสนับสนุนการใช้เทคโนโลยี สร้างเนื้อหาดิจิทัล และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น YouTube หรือ TikTok รวมถึงการจัดสรรงบประมาณ การใช้แหล่งข้อมูลฟรี และการพัฒนาเทคโนโลยีให้หลากหลาย โดยบูรณาการกับการเรียนรู้วิชาอื่นและการใช้ AI และในด้าน **การวัดและประเมินผลการเรียนรู้** ปัจจุบันใช้เครื่องมือที่หลากหลาย เช่น โครงการ พอร์ตโฟลิโอ และการประเมินตามสถานการณ์จริง แต่ยังพบปัญหาการขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทำให้ไม่สามารถออกแบบเครื่องมือประเมินที่เหมาะสมและมีคุณภาพได้ จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาการวัดและประเมินผลที่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง และเชื่อมโยงกับระบบธนาคารหน่วยกิตเพื่อเพิ่มโอกาสศึกษาต่อ โดยมุ่งเน้นการประเมินที่สะท้อนถึงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะชีวิต เพื่อให้เห็นความสามารถจริงของผู้เรียนอย่างชัดเจน

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่า คำอธิบายและโครงสร้างรายวิชามุ่งพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเน้นการคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การแก้ปัญหา และการใช้เทคโนโลยี กิจกรรมการเรียนรู้เน้นการปฏิบัติจริงและเชื่อมโยงชีวิตประจำวัน เช่น วิเคราะห์กรณีศึกษา ทำโครงการ และทำงานกับชุมชน ใช้สื่อดิจิทัล เช่น แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก Google Classroom และ Microsoft Teams เพื่อสนับสนุนการค้นคว้าและสื่อสาร การประเมินใช้หลากหลายวิธี เช่น ประเมินโครงการ พอร์ตโฟลิโอ และการประเมินตามสภาพจริง สอดคล้องกับ แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579 (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560), แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 -2570 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566), พระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ พ.ศ. 2566 (2566), Incheon Declaration (1999), เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (United Nations, 2015) ข้อที่ 4 ที่กล่าวถึงการสร้างหลักประกันว่าการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับทุกคน และนโยบาย "Agenda for the Future" ที่เน้นการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะแรงงานตลอดชีวิต (International Labour Organization (ILO), 2019) เพราะต่างมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งเสริมให้มีการปฏิบัติจริงในการจัดการเรียนรู้ เช่น

การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับการดำเนินชีวิตและการทำงานในยุคปัจจุบัน ผ่านกฎหมาย นโยบายและจุดเน้นที่เกี่ยวข้องกับทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งวางรากฐานและสนับสนุนให้การศึกษาทุกช่วงวัยเข้าถึงทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาตนเองและการทำงานได้ อีกทั้งยังเน้นบริบทที่เป็นปัจจุบันและสอดคล้องกับยุคสมัย โดยเฉพาะการใช้สื่อเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลในการเรียนรู้ ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในโลกปัจจุบัน ตามความต้องการของตลาดแรงงาน รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ

ทั้งนี้ เพื่อแก้ไขข้อจำกัดและยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ให้เกิดผลจริง ควรพัฒนาระบบนิเทศและอบรมครูอย่างต่อเนื่อง (Fullan, 2016) เสริมด้วยการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อแลกเปลี่ยนวิธีการสอนที่ตอบสนองทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ควบคู่กับการสนับสนุนทรัพยากรดิจิทัลและสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย (UNESCO, 2020) และการออกแบบการประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic Assessment) ที่สะท้อนการใช้ความรู้ในชีวิตจริง รวมถึงการประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนและชุมชนเพื่อเพิ่มโอกาสการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ ซึ่งจะช่วยเชื่อมโยงการศึกษาเข้ากับตลาดแรงงานและการพัฒนาที่ยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ปัญหาของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่า การพัฒนาคำอธิบายและโครงสร้างรายวิชาให้สอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตเผชิญอุปสรรคจากความเคยชินของครูและการขาดความรู้ใหม่ ทำให้กิจกรรมไม่ตอบสนองผู้เรียน บรรยากาศแข่งขันและการเน้นคะแนนสอบจำกัดโอกาสพัฒนาทักษะขาดงบประมาณและการสนับสนุนจากชุมชน ส่งผลให้สื่อการเรียนรู้ล้าสมัยและไม่เกี่ยวข้องกับชีวิตจริง การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์มีข้อจำกัด ขณะเดียวกัน การวัดและประเมินผลการเรียนรู้นี้ยังเน้นวัดความรู้มากกว่าทักษะ ทำให้ไม่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงและการทำงานในอนาคต สอดคล้องกับ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 (2565), สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2560), สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (2565), พลพิพัฒน์ วัฒนเศรษฐานุกุล และคณะ (2566) และพลพิพัฒน์ วัฒนเศรษฐานุกุล และคณะ (2567) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าครูบางส่วนยังคงยึดติดกับวิธีการจัดการเรียนรู้แบบดั้งเดิม และขาดความรู้ในวิธีการจัดการเรียนรู้แบบใหม่ที่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งปัญหานี้ชี้ให้เห็นถึงการนิเทศที่ยังไม่มุ่งเน้นหรือนิเทศอย่างเพียงพอในด้านการพัฒนาทักษะการจัดการเรียนรู้ใหม่ๆ ให้แก่ครู อีกทั้ง ปัญหาด้านสื่อการเรียนรู้ เช่น การขาดงบประมาณในการจัดหาสื่อที่ทันสมัย และภาระค่าใช้จ่ายที่ครูต้องรับผิดชอบเอง แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้องยังไม่เพียงพอในการจัดหาอุปกรณ์และสื่อการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งผลให้การบูรณาการสื่อการเรียนรู้ใหม่ๆ และทันสมัยในชั้นเรียนเป็นไปได้ยาก ซึ่งกระทบต่อคุณภาพของการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต

อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือ การวัดและประเมินผลการเรียนรู้นี้ยังคงเน้นการวัดผลทางด้านความรู้มากกว่าทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต สะท้อนถึงการขาดการสนับสนุนและนิเทศที่มีประสิทธิภาพในการชี้แนะครูในการออกแบบเครื่องมือวัดที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งควรมีการพัฒนาอย่างชัดเจนและครอบคลุมมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและเตรียมความพร้อมสู่การทำงานในอนาคต นอกจากนี้ การขาดการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้การจัดการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงเป็นไปได้ยาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา โรงเรียน ครู ผู้เรียน ชุมชนท้องถิ่น ผู้ปกครอง

มหาวิทยาลัย และองค์กรภายนอกยังไม่ดีพอ ที่จะทำให้การจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตเชื่อมโยงกับชีวิตจริง

ทั้งนี้ การแก้ไขปัญหาการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตควรดำเนินการผ่านการปรับโครงสร้าง การพัฒนาครูและระบบสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรม โดยเริ่มจากการจัดหลักสูตรฝึกอบรมแบบโมดูลสั้นที่ผสมผสานการเรียนออนไลน์กับการปฏิบัติจริง เพื่อให้ครูได้รับคำแนะนำเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ (Darling-Hammond et al., 2017) ควบคู่กับการจัดตั้งศูนย์สื่อการเรียนรู้ร่วม (Shared Learning Media Hub) ในระดับเขตพื้นที่การศึกษา เพื่อให้โรงเรียนสามารถเข้าถึงสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยลดภาระต้นทุน (UNESCO, 2020) นอกจากนี้ ควรจัดระบบ “คลินิกการประเมิน” ที่เปิดโอกาสให้ครู นักวิจัย และผู้ประกอบการร่วมออกแบบเครื่องมือวัดทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตตามสภาพจริง เพื่อให้การประเมินสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน (Wiggins, 1998) อีกทั้งการทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างโรงเรียน มหาวิทยาลัย ภาครัฐกิจ และองค์กรท้องถิ่น จะช่วยสร้างโครงการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง เช่น การฝึกงาน การทำโครงงานชุมชน และการประกวดนวัตกรรม ซึ่งเป็นแนวทางที่พิสูจน์แล้วว่าสามารถพัฒนาสมรรถนะผู้เรียนให้พร้อมสำหรับการทำงานและการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน (Kolb, 1984)

3. ความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่า มีความจำเป็นต้องพัฒนาคำอธิบายและโครงสร้างรายวิชาให้ทันสมัย โดยเฉพาะการบูรณาการรายวิชาผู้ประกอบการสมัยใหม่ พร้อมนิเทศครูและจัดทำคู่มือการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ครูต้องการพัฒนาความรู้เพิ่มเติมเพื่อออกแบบกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพ เช่น โครงงาน การใช้ AI และภาษาต่างประเทศ สื่อการเรียนรู้ควรพัฒนาทักษะสร้างเนื้อหาดิจิทัลและเผยแพร่ผ่าน YouTube หรือ TikTok ส่วนการประเมินผล ควรเน้นการประยุกต์ใช้ความรู้จริง เช่น ประเมินโครงงาน ฝึกงาน และทำงานเป็นทีม พร้อมเชื่อมโยงกับระบบธนาคารหน่วยกิตเพื่อเพิ่มโอกาสศึกษาต่อสอดคล้องกับ Gibb (2019), Canestrino et al. (2020) and Tula et al. (2024) ซึ่งระบุถึงความจำเป็นในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของครู เพื่อให้สามารถออกแบบกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับชีวิตจริง เช่น การทำโครงงาน การใช้ AI และทักษะภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะการบูรณาการรายวิชาผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่ถูกออกแบบมาเพื่อส่งเสริมทักษะเหล่านี้ให้ผู้เรียน ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ การเรียนรู้แบบลงมือทำ และการถอดบทเรียน ซึ่งช่วยพัฒนาทักษะที่สำคัญให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ครูจึงต้องพัฒนาทักษะด้านความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ เช่น การวิเคราะห์ตลาด การสร้างนวัตกรรม การทำแผนธุรกิจ การใช้ AI และการจัดการธุรกิจ รวมถึงทักษะการใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล เพื่อสร้างและเผยแพร่เนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ผู้เรียนคุ้นเคย เช่น YouTube หรือ TikTok นอกจากนี้ ครูยังต้องการทักษะในการออกแบบเครื่องมือวัดที่เน้นการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง ซึ่งส่งเสริมการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการทำงานในอนาคต

ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นดังกล่าว การดำเนินงานควรเน้นการสร้าง “ระบบพัฒนาสมรรถนะครูแบบเฉพาะบุคคล” (Personalized Professional Development) ที่ใช้การประเมินสมรรถนะครูรายบุคคลเป็นจุดตั้งต้น แล้วจัดโปรแกรมฝึกอบรมและโครงการปฏิบัติจริงให้เหมาะสมกับระดับทักษะและเป้าหมายการสอนของครูแต่ละคน (Guskey, 2002) นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการสร้าง “ห้องปฏิบัติการผู้ประกอบการ” (Entrepreneurship

Lab) ภายในโรงเรียน เพื่อให้ครูและนักเรียนได้ร่วมกันออกแบบนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์แบบธุรกิจ และใช้เทคโนโลยี AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลตลาดและสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจแบบจำลอง (Neck & Greene, 2011) การสร้างแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลภายใน เช่น ช่อง YouTube หรือเพจสื่อสารของโรงเรียน จะเป็นพื้นที่เผยแพร่ผลงานโครงการและนวัตกรรมของผู้เรียนให้เข้าถึงชุมชนและเครือข่ายภายนอก เพิ่มแรงจูงใจและการยอมรับทางสังคม (Siemens, 2014) ควบคู่กับการจัดประกวดนวัตกรรมและการนำผลงานเข้าสู่ระบบธนาคารหน่วยกิต เพื่อเปิดทางให้ผู้เรียนได้รับการรับรองสมรรถนะอย่างเป็นทางการและสามารถนำไปต่อยอดในระดับอุดมศึกษาหรือการประกอบอาชีพได้ทันที

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สภาพปัจจุบันของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัชฌิมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่าการจัดการเรียนรู้เน้นพัฒนาทักษะสำคัญ เช่น การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการใช้เทคโนโลยี กิจกรรมการเรียนรู้เชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน เช่น การทำโครงการและการทำงานร่วมกับชุมชน สื่อการเรียนรู้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Google Classroom และ Microsoft Teams เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบไม่จำกัดเวลาและสถานที่ การวัดผลใช้เครื่องมือหลากหลาย เช่น พอร์ตโฟลิโอ และการประเมินตามสภาพจริง

1.2 ปัญหาของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัชฌิมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบปัญหาหลัก ได้แก่ การพัฒนาคำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชายังเผชิญอุปสรรคจากความคุ้นชินกับวิธีการเดิมและขาดความรู้ในแนวทางใหม่ของครู ทำให้กิจกรรมการเรียนรู้ไม่ตอบสนองต่อการพัฒนาทักษะตลอดชีวิต นอกจากนี้ การแข่งขันและการเน้นคะแนนสอบลดโอกาสผู้เรียนในการพัฒนาทักษะ การขาดงบประมาณทำให้สื่อการเรียนรู้ล้าสมัยและขาดการสนับสนุนจากชุมชน อีกทั้ง การวัดผลยังคงเน้นความรู้เชิงทฤษฎีมากกว่าทักษะที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงและอนาคต

1.3 ความต้องการจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัชฌิมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่าคำอธิบายรายวิชาและโครงสร้างรายวิชาจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้ทันสมัย โดยเฉพาะการบูรณาการรายวิชาผู้ประกอบการสมัยใหม่ ครูต้องการนิเทศและคู่มือที่ชัดเจนเพื่อกำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ เช่น การทำโครงการ การใช้ AI และภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นทักษะสำคัญ สื่อการเรียนรู้ควรเน้นเนื้อหาดิจิทัลที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น YouTube และ TikTok เพื่อเชื่อมโยงกับผู้เรียน นอกจากนี้ ครูต้องการพัฒนาทักษะการออกแบบเครื่องมือวัดผล เช่น การประเมินโครงการ การฝึกงาน และการทำงานเป็นทีม ที่เชื่อมโยงกับระบบธนาคารหน่วยกิตเพื่อเพิ่มโอกาสการศึกษาต่อของผู้เรียน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

2.1 สถานศึกษาควรจัดอบรมและนิเทศครูอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเฉพาะการบูรณาการรายวิชาผู้ประกอบการสมัยใหม่ ที่สอดคล้องการใช้ AI การทำโครงการ และการฝึกภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ครูสามารถออกแบบการเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและโลกยุคใหม่

2.2 สถานศึกษาควรพัฒนาความสามารถของครูในการสร้างสื่อดิจิทัลจากเครื่องมือฟรีหรือแพลตฟอร์มที่โรงเรียนใช้อยู่แล้ว โดยการใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างโรงเรียนในเครือข่าย หรือการขอรับการสนับสนุนด้านสื่อและอุปกรณ์จากภาคเอกชน มหาวิทยาลัย และชุมชนท้องถิ่น ผ่านโครงการความร่วมมือ (Partnership Projects) เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายและทันสมัยโดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาผลกระทบของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนในระยะยาว โดยเฉพาะความสามารถในการนำทักษะไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงหรือในตลาดแรงงาน

3.2 ควรศึกษาการพัฒนา รูปแบบการวัดและประเมินผลที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตในเชิงลึก โดยเน้นการออกแบบเครื่องมือที่สามารถประเมินทั้งความรู้ ทักษะ และการประยุกต์ใช้ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงกับระบบธนาคารหน่วยกิตอย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 ควรศึกษาความต้องการจำเป็นในการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตในลักษณะการหาความต้องการจำเป็นเร่งด่วน พร้อมการจัดลำดับความสำคัญโดยใช้ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น (Priority Needs Index: PNI) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้กำหนดทิศทางการพัฒนาได้อย่างเหมาะสมและตรงประเด็น

เอกสารอ้างอิง

- ฉวีวรรณ โยคีณ. (2566). การพัฒนารูปแบบการนิเทศแบบผสมผสานเพื่อเสริมสร้างความสามารถด้านการจัดการเรียนรู้ของครูที่สอนนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการเรียนรู้ในชั้นเรียนรวมระดับประถมศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 1. *วารสารปัญญาปนิธาน*, 8(2), 267-280.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 18, 375-396.
- พระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พ.ศ. 2562. (2562, 30 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136 ตอนที่ 56 ก หน้า 102.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ พ.ศ. 2566. (2566, 19 มีนาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 140 ตอนที่ 20 ก หน้า 60.
- พลพิพัฒน์ วัฒนเศรษฐานุกูล, จิรนนท์ อารังวิศว และสิรินธร สิ้นจินดาวงศ์. (2566). การศึกษาการจัดสาระการเรียนรู้ของรายวิชาในหลักสูตรสถานศึกษาเพื่อรองรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2. ใน *กรณีการณ์ ภิรมย์รัตน์ (บ.ก.), การศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้. รายงานการสืบเนื่องจาก การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 ประจำปี 2566* (น. 3-14). คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พลพิพัฒน์ วัฒนเศรษฐานุกูล, จิรนนท์ อารังวิศว, อนันต์ศักดิ์ ภูพลผัน และสิรินธร สิ้นจินดาวงศ์. (2567). การพัฒนาระบบการนิเทศหลักสูตรที่เน้นทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เพื่อนำไปเทียบโอนผลการเรียนในระบบธนาคารหน่วยกิตของมหาวิทยาลัย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 18(1), 36-55.

- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2. (2565). รายงานการประเมินผลแผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2. http://www.sesao2.go.th/data_16576
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2565). รายงานการประเมินผลแผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ของกระทรวงศึกษาธิการ. <https://www.moe.go.th/>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579. พรักหวานกราฟฟิค.
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2565). การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อรองรับการพลิกโฉมฉับพลันและวิกฤตการณ์โลก. <https://www.nxpo.or.th/th/report/9519/>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 – 2570. <https://www.nesdc.go.th>
- อังชรินทร์ ทองปาน. (2565). การพัฒนารูปแบบการนิเทศการสอนอ่านภาษาอังกฤษอย่างมีวิจารณ์ญาณของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 10(3), 1268-1283.
- Candy, P. C. (2002). *Lifelong learning and information literacy*. White House Conference on School Libraries. <https://eric.ed.gov/?id=ED472861>
- Canestrino, R., Cwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawetek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 110, 132–143.
- Darling-Hammond, L., Hyler, M. E., & Gardner, M. (2017). *Effective teacher professional development*. Learning Policy Institute. <https://learningpolicyinstitute.org/product/effective-teacher-professional-development-report>
- European Commission. (2018). *Key competences for lifelong learning*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/569540>
- Fullan, M. (2016). *The new meaning of educational change* (5th ed.). Teachers College Press.
- Gibb, A. A. (2019). *Creating entrepreneurial ecosystems: Stakeholders in entrepreneurship education*. Emerald Publishing.
- Guskey, T. R. (2002). Professional development and teacher change. *Teachers and Teaching: Theory and Practice*, 8(3), 381–391.
- Incheon Declaration. (1999). Framework for Action. *Towards inclusive and equitable quality*.
- International Labour Organization (ILO). (2019). *World employment and social outlook: Trends 2019*. Geneva: International Labour Organization.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.

- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55–70.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2019). *OECD skills outlook 2019: Thriving in a digital world*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>
- Siemens, G. (2014). *Connectivism: A learning theory for the digital age*. <https://www.learning-theories.com/connectivism-siemens.html>
- Tula, S. T., Ofodile, O. C., Okoye, C. C., Nifise, A. O. A., & Odeyemi, O. (2024). Entrepreneurial ecosystems in the USA: A comparative review with European models. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(2), 451–466.
- UNESCO. (2015). *Rethinking education: Towards a global common good?* UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232555>
- UNESCO. (2020). *Education for sustainable development: A roadmap*. UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374802>
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development (A/70/L.1)*. United Nations General Assembly. <https://undocs.org/A/70/L.1>
- Wiggins, G. (1998). *Educative assessment: Designing assessments to inform and improve student performance*. Jossey-Bass.

การจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ ในรายวิชาการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์ และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ศราวดี ดั่งงั่ว*

รับบทความ 23 สิงหาคม 2568 แก้ไขบทความ 17 พฤศจิกายน 2568 ตอรับบทความ 4 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบแนวทางการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ 2) ศึกษาผลการเรียนของผู้เรียน 3) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลงานการศึกษา และ 4) ประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียนรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างเลือกแบบเฉพาะเจาะจงเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนการสอนตามแนวคิดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน 2) แบบทดสอบวัดความรู้ความเข้าใจ 3) แบบบันทึกการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้และการพัฒนานวัตกรรม และ 4) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เรียน การวิจัยมี 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การพัฒนาแผนการจัดการเรียนการสอนโดยศึกษาหลักสูตร รายวิชา และผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง พร้อมประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และ 2) การนำแผนไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลจากผลการเรียน การสังเกตพฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้เรียน ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) แผนการจัดการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพสูงทุกด้าน 2) นักศึกษาบางส่วนสามารถพัฒนานวัตกรรมจนสำเร็จนำไปใช้งานจริง และมีผลการเรียนสูง 3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จคือ ความตั้งใจ ความรับผิดชอบ การสืบค้นและสังเคราะห์ข้อมูล การสื่อสาร และการพัฒนาทักษะเพิ่มเติม ขณะที่ปัจจัยไม่สำเร็จคือการขาดความรับผิดชอบและไม่ปรับตัวตามข้อเสนอแนะ และ 4) นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนในระดับมาก

คำสำคัญ: การเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน การพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
ความพึงพอใจของผู้เรียน

The Instruction by Research-Based Learning (RBL) on Design and Development for Learning Innovation Course in Bachelor of Arts Program in Library and Digital Media Management, Phetchaburi Rajabhat University

Sarawut Duangbao*

Received 23 August 2025; Revised 17 November 2025; Accepted 4 December 2025

Abstract

This research aimed to; 1) design instructional approaches using research-based learning to develop learning media and innovations, 2) study students' learning outcomes, (3) analyze factors affecting the success of educational project development, and (4) evaluate students' satisfaction in the course Design and Development of Learning Innovation in the Bachelor of Library and Digital Media Management Program at Phetchaburi Rajabhat University. The purposive sample comprised six second-year students enrolled in the course. Research instruments included: 1) lesson plans based on research-based learning, 2) a knowledge and understanding test, 3) observation records of learning behavior and innovation development, and 4) a student satisfaction evaluation form. The study was conducted in 2 stages: 1) developing lesson plans by studying the curriculum, course objectives, and expected learning outcomes, followed by quality assessment by three experts, and 2) implementing the lesson plans with the sample group while collecting data on learning outcomes, observed behaviors, and student satisfaction. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, and qualitative data were analyzed through content analysis. The findings revealed that: 1) the developed lesson plans were of high quality in all aspects, including content, objectives, learning materials, assessment, and learning process; 2) some students successfully developed innovations that could be practically applied and achieved high learning outcomes; 3) factors contributing to success included students' determination, responsibility, information searching and synthesis, communication with instructors and peers, and skill development outside class, while factors for failure included lack of responsibility and inability to adapt to suggestions; and 4) students' satisfaction with the learning management was high, especially regarding course content and instructor engagement.

Keywords: Research-Based Learning; Learning Innovation Development; Student Learning Outcomes; Student Satisfaction

Lecturer in Computer Education, Faculty of Science and Technology, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

*Corresponding Author: daniel852_5@hotmail.com

บทนำ

หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ปรับปรุงมาจากหลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ พ.ศ. 2559 เน้นการผลิตผู้สำเร็จการศึกษาออกไปเป็นบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถ และทักษะทั้งในด้านบรรณารักษศาสตร์ตั้งแต่การจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ การวิเคราะห์สารสนเทศ การจัดหมวดหมู่และการบริการสารสนเทศได้ และด้านการจัดการสื่อดิจิทัลที่นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการจัดการข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการมีบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ของตลาดแรงงานโดยเฉพาะการทำงานร่วมกับผู้อื่นด้วยการมีคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในหน่วยงานบริการสารสนเทศตลอดอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและปฏิบัติงานทางบรรณารักษศาสตร์และการจัดการข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ ด้วยการนำทักษะชีวิตไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพอิสระได้ (มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 2564) การพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะที่เหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและภาคการตลาด จะต้องมีการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ของโลกที่ปรับเปลี่ยนตามยุคตามสมัย ผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้รับผิดชอบการจัดการเรียนการสอนรายวิชา การออกแบบและพัฒนาหลักสูตรเพื่อการเรียนรู้ จึงตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนากระบวนการเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนได้เลือกศึกษาและพัฒนาความรู้ตามความถนัดของผู้เรียนซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ที่เน้นการออกแบบและพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ได้ อีกทั้งยังสามารถนำไปส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับชุมชนและสังคมภายในท้องถิ่นได้ เป็นอีกหนึ่งการบริการวิชาการเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่เข้าถึงได้ผ่านกระบวนการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมของนักศึกษาในหลักสูตร ส่งผลให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากประสบการณ์โดยตรงทั้งการศึกษาผู้ใช้ การวิเคราะห์การสังเคราะห์รูปแบบการพัฒนาสื่อ การวางแผนการพัฒนา การนำไปใช้จริงและการประเมินผลการนำไปใช้เพื่อนำมาพัฒนาสื่อหรือนวัตกรรมการเรียนรู้ให้ดีขึ้นไปอีกด้วย จากการกำหนดการเรียนรู้ในขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาสื่อหรือนวัตกรรมการเรียนรู้จากการศึกษาผู้ใช้ตลอดจนการหาประสิทธิภาพของสื่อ อันนำไปสู่การนำไปใช้จริงได้กับกลุ่มเป้าหมาย หากพิจารณาแล้วขั้นตอนเหล่านี้มีความคล้ายหรือเหมือนกับกระบวนการวิจัยการออกแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development)

การจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันมีรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยเฉพาะการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพในการใช้องค์ความรู้ เพื่อการแก้ไขปัญหาและพัฒนากิจการปฏิบัติงานในวิชาชีพได้อย่างมีคุณภาพ (คณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2549) การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานเป็นเทคนิคการสอนเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสำคัญต่อการศึกษา ช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเองอย่างแท้จริง อันเป็นทักษะสำคัญของการศึกษาในศตวรรษที่ 21 แนวทางดังกล่าวยังสนับสนุนหลักการจัดการเรียนการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง โดยให้ความสำคัญกับการนำกระบวนการวิจัยมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ (ไพศาล สุวรรณน้อย, 2549) นอกจากนี้การจัดการเรียนรู้ลักษณะนี้ยังเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การฝึกฝนทักษะการคิดวิเคราะห์ การจัดการ และการเผชิญสถานการณ์ รวมทั้งการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหา อีกทั้งยังเป็นการพัฒนากระบวนการแสวงหาความรู้ที่ผู้เรียนสามารถสร้างและพัฒนาขึ้นด้วยตนเอง ซึ่งนำไปสู่การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและพร้อมต่อการดำรงชีวิตในสังคมฐานความรู้ในอนาคต (พวงผกา ปวีณบำเพ็ญ, 2560) การเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานเป็นการเปลี่ยนแนวคิดจากการเรียนรู้โดยการฟังบรรยายและการจำเป็นการคิดค้นแสวงหาคำตอบเอง โดยผู้สอนเป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่ผู้เรียน ทั้งนี้การเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานนั้นมี 4 รูปแบบ ได้แก่ การให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติทำวิจัย

การให้ผู้เรียนร่วมทำวิจัยกับผู้สอน การให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าองค์ความรู้จากผลงานวิจัยที่ผ่านมา และการสอนโดยใช้ผลการวิจัยประกอบ สมหวัง พิธิยานุวัฒน์และทัศนีย์ บุญเติม (ไพฑูริย์ สีนลรัตน์, 2555) (Green, 2011) ซึ่งในการจัดการเรียนสอนของรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ เป็นการเน้นให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองทุกขั้นตอน ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ใช้อย่างละเอียดและออกแบบและพัฒนาสื่ออย่างเป็นระบบ โดยตัวผู้สอนมีหน้าที่ชี้แนะแหล่งเรียนรู้และแนะนำความรู้เชิงลึกในบางส่วนแต่ทั้งนี้ นักศึกษาจะต้องศึกษาค้นคว้าและแก้ปัญหาเบื้องต้นด้วยตนเองก่อน เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและทักษะด้านการแสวงหาสารสนเทศและการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์เรียนรู้จากตนเอง จะเห็นได้ว่ากระบวนการจัดการเรียนในรายวิชาดังกล่าวจึงมีความสอดคล้องอีกประการที่คล้ายกับกระบวนการวิจัย

ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการนำกระบวนการวิจัยมาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาผู้เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เนื่องจากหลักสูตรดังกล่าวมุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและสังคมดิจิทัล การจัดการเรียนการสอนในรายวิชานี้จึงควรเน้นกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ฝึกการคิดวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาสื่ออย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานที่มุ่งเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองและการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ อีกทั้งยังเอื้อต่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ได้จริงทั้งในเชิงวิชาชีพและการบริการวิชาการแก่สังคม อันเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพบัณฑิตให้พร้อมต่อการดำรงชีวิตในสังคมฐานความรู้ในอนาคต

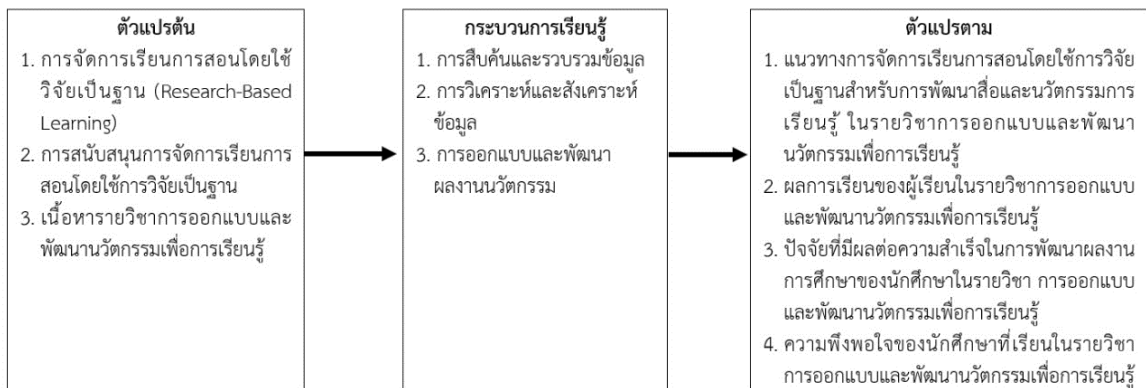
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อออกแบบแนวทางการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ ในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาผลการเรียนของผู้เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลงานการศึกษาของนักศึกษาในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของการวิจัยนี้อาศัยพื้นฐานจากแนวคิดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานและทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ โดยมุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ผ่านกระบวนการสืบค้น การสังเคราะห์ข้อมูล และการสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมของผู้เรียน การวิจัยกำหนดให้ ตัวแปรต้น ได้แก่ 1) การจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน

2) การสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน และ 3) เนื้อหาของรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ทั้งนี้ตัวแปรต้นส่งผลต่อกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน ด้วยตัวกิจกรรมการเรียนรู้ ได้แก่ การสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล และการพัฒนาผลงานนวัตกรรม ผลจากกระบวนการเรียนรู้จะสะท้อนใน ตัวแปรตาม ได้แก่ 1) แนวทางการจัดการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย 2) ผลการเรียนรู้ของผู้เรียน 3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลงานการศึกษา และ 4) ความพึงพอใจของผู้เรียน ความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างตัวแปรต้น กระบวนการเรียนรู้และตัวแปรตามนี้ชี้ให้เห็นว่า การจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานและการสนับสนุนที่เหมาะสมจะช่วยพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจในรายวิชา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการ 2 ขั้นตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ออกแบบแนวทางการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ ในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี มีขั้นตอนการพัฒนาดังนี้

1. ศึกษาหลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564) รวมทั้งคำอธิบายรายวิชาและผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง เพื่อนำมากำหนดเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) และแนวทางของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยบูรณาการแนวคิดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน (Research-Based Learning: RBL) ตามแนวทางของสินธะวา คามดิษฐ์ (2557) สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ และทัศนีย์ บุญเดิม (2540) และ Green (2011) ที่เน้นการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองผ่านการค้นคว้า การปฏิบัติจริง และการสังเคราะห์ข้อมูล นอกจากนี้ยังพิจารณาความสอดคล้องของรายวิชากับหลักสูตรอื่น ๆ รวม 6 หลักสูตรใน 16 สาขาวิชา เพื่อนำมาประกอบการกำหนดหัวข้อการสอนที่เหมาะสม

2. ออกแบบโครงสร้างแผนการจัดการเรียนการสอนจำนวน 11 บท ฉบับร่าง ได้แก่ บทที่ 1 นวัตกรรมการเรียนรู้ บทที่ 2 มุมมองทางจิตวิทยากับการเรียนรู้ บทที่ 3 การสื่อสารกับการเรียนรู้ บทที่ 4 หลักการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ บทที่ 5 คอมพิวเตอร์เพื่อพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ บทที่ 6 การศึกษาผู้ใช้

บทที่ 7 กราฟิกเพื่อการเรียนรู้ บทที่ 8 มัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ บทที่ 9 การประเมินเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม การเรียนรู้ บทที่ 10 การฝึกทักษะการใช้โปรแกรมเพื่อการสร้างสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ และบทที่ 11 การนำผลงานไปใช้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ โดยกิจกรรมการเรียนการสอนเน้นการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ควบคู่กับการทำวิจัยในชั้นเรียน ในแต่ละแผนการจัดการเรียนการสอน ประกอบด้วย 1) หัวข้อเนื้อหาและสาระสำคัญ 2) วัตถุประสงค์การเรียนรู้ 3) สื่อการเรียนการสอนและแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม 4) เกณฑ์การวัดและประเมินผลประจำบทเรียน 5) กระบวนการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย 3 ขั้น ได้แก่ ขั้นเตรียมการ ขั้นดำเนินการสอน (ขั้นการนำเข้าสู่บทเรียน ขั้นแนะนำแหล่งสารสนเทศและวิธีการเรียนรู้ ขั้นสืบค้นสารสนเทศและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นนำเสนอและแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ ขั้นสรุปผลการศึกษาค้นคว้า) ขั้นวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และ 6) แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจประจำบทเรียน

3. การประเมินคุณภาพของแผนการจัดการเรียนการสอน ผู้วิจัยได้ศึกษาได้นำผลการศึกษาแนวคิดการพัฒนาแผนการจัดการเรียนการสอนในข้อ 1 มาออกแบบแบบประเมินคุณภาพของแผนการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน ฉบับร่าง โดยใช้ประเมินแผนการจัดการเรียนการสอนทั้ง 11 บท แบบประเมินประกอบด้วย 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของแผนการจัดการเรียนการสอนที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน ซึ่งเป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) และตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนการจัดการเรียนการสอนที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน เป็นข้อคำถามปลายเปิด โดยผ่านการหาคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามเกณฑ์ของสมนึก ภัททิยธนี (2549) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน โดยมีค่าความสอดคล้องและนำไปใช้ได้ระหว่าง 0.6-1.00 จำนวน 21 ข้อ และได้นำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงนำแผนการจัดการเรียนการสอนพร้อมแบบประเมินคุณภาพแผนการจัดการเรียนการสอน ไปประเมินคุณภาพจริงและนำผลการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลในตอนต้นที่ 1 สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของแผนการจัดการเรียนการสอน ในขั้นตอนนี้เป็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนาการศึกษาหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศศาสตร์ ด้านการสอนผลิตสื่อ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 คน

ขั้นตอนที่ 2 การจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ ในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ในขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาผลการเรียนของผู้เรียน การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลงานการศึกษานักศึกษา และการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ มีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จำนวน 3 ชั้นปี (ปี 4 ไม่มีนักศึกษา) รวม 42 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล จำนวน 9 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 6 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

2.1 แผนการจัดการเรียนการสอน รายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จำนวน 11 บท และแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ ที่ผ่านการพัฒนาจากขั้นตอนที่ 1

2.2 แบบบันทึกการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้และการพัฒนาผลงานนวัตกรรม เพื่อใช้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของนักศึกษา โดยบันทึกจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การทำแบบฝึกหัด การนำเสนอรายงาน การเข้ารับคำปรึกษา และการพัฒนานวัตกรรมเป็นรายบุคคล พร้อมทั้งกำหนดเกณฑ์การสังเกต เช่น ความตั้งใจเรียน ความสม่ำเสมอในการส่งงาน ความกล้าแสดงออก การค้นคว้าข้อมูล และการพัฒนาชิ้นงาน เพื่อให้ข้อมูลมีความเป็นระบบ นอกจากนี้ยังเสริมด้วยการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างและข้อเสนอแนะรายบุคคลเพื่อยืนยันข้อมูล ขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือเริ่มจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างตัวชี้วัดพฤติกรรมการเรียนรู้ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความตั้งใจและการมีส่วนร่วม 2) ความรับผิดชอบในการส่งงาน 3) ความสามารถในการค้นคว้าและสังเคราะห์ข้อมูล 4) การสื่อสารและการปรึกษากับผู้สอน และ 5) ความสามารถในการพัฒนาชิ้นงานและนวัตกรรม จากนั้นนำแบบบันทึกฉบับร่างไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.67–1.00 มีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้ หลังจากปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และทดลองใช้กับนักศึกษาที่เคยผ่านการเรียนรายวิชาดังกล่าว แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบความเป็นไปได้ในการเก็บข้อมูลก่อนนำไปใช้จริง โดยมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมที่ 0.97 สามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องทั้งรายบุคคลและรายกลุ่มตลอดภาคเรียน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

2.3 แบบประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ แบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ความพึงพอใจในของนักศึกษาที่เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ เป็นแบบประเมินมาตราวัด 5 ระดับ (Rating Scale) ประเมิน 4 เรื่อง ได้แก่ เนื้อหารายวิชา การจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลการศึกษา สิ่งสนับสนุนการสอน และอาจารย์ผู้สอน และตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา แบบประเมินผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่ 1.00 ทุกรายการ แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามความเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้ และผ่านการทดลองใช้กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมที่ 0.96 สามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยเก็บข้อมูลเมื่อเสร็จสิ้นการจัดการเรียนการสอนเมื่อปลายภาคเรียน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การดำเนินการจัดการเรียนการสอน ดำเนินการดังนี้

3.1 การเตรียมการก่อนสอน ผู้วิจัยได้ชี้แจงภาพรวมรายวิชา วัตถุประสงค์ ผลลัพธ์การเรียนรู้ เกณฑ์การประเมิน และโครงสร้างแผนการจัดการเรียนการสอน 11 บท พร้อมทั้งอธิบายการใช้แบบทดสอบก่อน-หลังเรียน และการประเมินความพึงพอใจเมื่อสิ้นสุดภาคเรียน อีกทั้งแจกเอกสารแผนการสอนรายบท แบบทดสอบ และเกณฑ์ให้คะแนนงาน/ชิ้นงาน เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจแนวทางการเรียนรู้ตั้งแต่ต้น

3.2 การจัดการเรียนการสอนตามแผนในแต่ละบท ในระหว่างการสอนแต่ละบทเรียนผู้วิจัยได้อธิบายจุดมุ่งหมาย ผลลัพธ์การเรียนรู้ และภารกิจที่ต้องปฏิบัติ เช่น การค้นคว้า วิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา ทดลองใช้ หรือประเมินสื่อ/นวัตกรรม รวมถึงการลงพื้นที่จริงเพื่อเก็บข้อมูล โดยใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการสารสนเทศ เช่น การถ่ายภาพ วิดีโอ การสัมภาษณ์ หรือการสำรวจพื้นที่ ทั้งนี้ อาจารย์ผู้สอนทำหน้าที่ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด เปิดโอกาสให้ผู้เรียนรายงานความก้าวหน้าและรับข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ เมื่อจบบทเรียนจะมีการทดสอบหลังเรียน และมีการติดตามและให้คะแนนผลงานตามเกณฑ์ (Rubrics) อย่างต่อเนื่องจนสิ้นสุดภาคเรียน

3.3 การติดตามและเสริมการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ติดตามผลการเรียนรู้โดยการเปรียบเทียบคะแนนก่อน-หลังเรียนรายบทและผลงานหรือชิ้นงาน พร้อมให้ข้อเสนอแนะแบบกลุ่มและรายบุคคล หากพบข้อบกพร่อง ผู้สอนจะจัดกิจกรรมเสริมเฉพาะด้าน เช่น การออกแบบ การเก็บข้อมูล หรือการวิเคราะห์ผลการใช้งานผลงาน เพื่อพัฒนาทักษะเพิ่มเติมแก่ผู้เรียน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบแนวทางการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ติดต่อประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน ด้วยช่องทางวิดีโอคอลเพื่อนำเสนอวิธีการประเมินคุณภาพแผนการจัดการเรียนการสอน โดยใช้แบบประเมินคุณภาพแผนการจัดการเรียนการสอน ผ่านระบบการประเมินออนไลน์

2. เมื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบการตอบกลับของผู้เชี่ยวชาญให้ครบถ้วนตามแบบประเมิน เพื่อความเรียบร้อยและความถูกต้องของข้อมูล

3. นำข้อมูลที่ตรวจสอบครบถ้วนแล้วไปทำการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ ในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ขั้นตอนนี้เป็นเก็บข้อมูล 2 ส่วนจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล จำนวน 9 คน ด้วยการดำเนินการจัดการเรียนการสอนจริงในชั้นเรียนตลอดภาคการศึกษา มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยมีการแจ้งนักศึกษาในรายวิชาถึงวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูลในงานวิจัย ให้ชัดเจน เพื่อให้นักศึกษาได้ทราบถึงกระบวนการวิจัยและการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบการใช้การวิจัยเป็นฐาน

2. ดำเนินการจัดการเรียนการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้

3. ระหว่างการจัดการเรียนการสอนตลอดภาคการศึกษามีการประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้และการพัฒนาผลงานนวัตกรรม โดยใช้แบบบันทึกผลการจัดการเรียนการสอนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน คะแนนการทำแบบฝึกหัด การนำเสนอรายการ และการพัฒนานวัตกรรมรายบุคคล แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างสำหรับเก็บข้อมูลจากนักศึกษารายบุคคลเพื่อยืนยันขึ้นข้อมูล และเก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจเมื่อสิ้นสุดการจัดการเรียนการสอนปลายภาคเรียน

4. เมื่อระหว่างการจัดการเรียนการสอนตลอดภาคการศึกษาและผลการประเมินความพึงพอใจเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลที่ได้เพื่อความเรียบร้อยและความถูกต้องของข้อมูล

5. นำข้อมูลที่ตรวจสอบครบถ้วนแล้วไปทำการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบแนวทางการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในตอนที่ 1 แบบประเมินคุณภาพแผนการจัดการจัดการเรียนการสอน มีเกณฑ์การพิจารณาระดับคะแนนมาตรวัด 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้เกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2553) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า มีระดับคุณภาพความเหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า มีระดับคุณภาพความเหมาะสมมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า มีระดับคุณภาพความเหมาะสมปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า มีระดับคุณภาพความเหมาะสมน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า มีระดับคุณภาพความเหมาะสมน้อยที่สุด

และตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ขั้นตอนที่ 2 การจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ ในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ โดยใช้แบบบันทึกผลการจัดการเรียนการสอนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน คะแนนการทำแบบฝึกหัด การนำเสนอรายการ การพัฒนานวัตกรรมรายบุคคล ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตพฤติกรรมใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ในการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีเกณฑ์การพิจารณาระดับคะแนนมาตรวัด 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้เกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2553) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

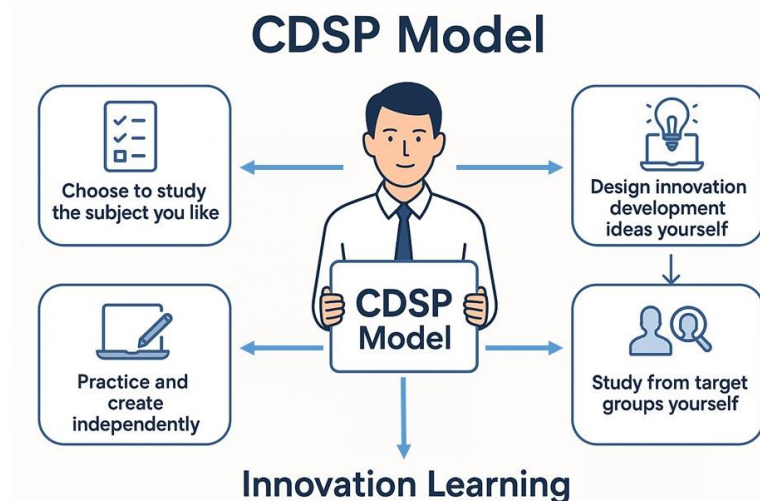
และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย

1. ออกแบบและพัฒนาแผนการจัดการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยมีองค์ประกอบหลัก 6 ส่วน ได้แก่ 1) หัวข้อเนื้อหาและสาระสำคัญ 2) วัตถุประสงค์การเรียนรู้ 3) สื่อการเรียนการสอนและแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม 4) เกณฑ์การวัดและประเมินผล 5) กระบวนการจัดการเรียนรู้ และ 6) แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจประจำบทเรียน นอกจากนี้ยังได้พัฒนารูปแบบกระบวนการเรียนการสอนที่เรียกว่า CDSP Model ซึ่งเน้นการบูรณาการกระบวนการวิจัยเข้ากับการเรียนรู้ โดยประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

ตารางที่ 1 CDSP Model

CDSP Model	ลักษณะการเรียนรู้ของผู้เรียน
Choose to study the subject you like	ผู้เรียนมีอิสระในการเลือกหัวข้อหรือประเด็นที่สนใจ เพื่อศึกษาค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรม โดยผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้ให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวก ผู้เรียนต้องสืบค้นข้อมูล วิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อนำไปจัดระบบเนื้อหาและวางโครงสร้างการพัฒนาวัตกรรมด้วยตนเอง
Design innovation development ideas yourself	ผู้เรียนออกแบบแนวคิดและนำเสนอการพัฒนาวัตกรรมจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง โดยอาศัยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Design Thinking Creative) และการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับการจัดการสารสนเทศดิจิทัล เพื่อสร้างโมเดลที่สามารถต่อยอดเป็นนวัตกรรมจริงได้
Study from target groups yourself	ผู้เรียนศึกษาสภาพแวดล้อมและเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาปรับปรุงต้นแบบนวัตกรรมให้ตอบสนองต่อผู้ใช้ได้ตรงตามบริบท ขั้นตอนนี้เปิดโอกาสให้ผู้เรียนลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สังเกต และเปรียบเทียบข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้เข้าใจข้อจำกัดและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย
Practice and create independently	ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริงในการสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและเครื่องมือทางเทคโนโลยี ภายใต้คำแนะนำของผู้สอนที่ทำหน้าที่เสมือน Coach เพื่อช่วยฝึกฝนและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง กระบวนการนี้ทำให้ผู้เรียนได้สร้างผลงานที่จับต้องได้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง



ภาพที่ 2 การใช้แนวทางของ CDSP Model ในการจัดการเรียนการสอน

กระบวนการจัดการเรียนการสอนทั้ง 4 ส่วนของ CDSP Model จะทำให้ผู้เรียนมีบทบาทเชิงรุกในการแสวงหาความรู้ คิดวิเคราะห์และสังเคราะห์ สร้างนวัตกรรมจากบริบทจริง และฝึกทักษะการปฏิบัติด้วยตนเอง โดยผู้สอนทำหน้าที่เพียงผู้ให้คำแนะนำและสนับสนุน ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการเรียนรู้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การนำเข้าสู่บทเรียน

การแนะนำแหล่งสารสนเทศ การสืบค้นและวิเคราะห์ การนำเสนอและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการสรุปผลการค้นคว้า อันเป็นแนวทางที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เชิงลึกและการสร้างองค์ความรู้ใหม่อย่างมีระบบ

คุณภาพของแผนการจัดการเรียนการสอนที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน รายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ภาพรวม

ตารางที่ 2 คุณภาพของแผนการจัดการเรียนการสอน ภาพรวม

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. หัวข้อเนื้อหาและสาระสำคัญ	4.51	0.62	มาก
2. วัตถุประสงค์การเรียนรู้	4.30	0.79	มาก
3. สื่อการเรียนการสอนและแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม	4.43	0.76	มาก
4. เกณฑ์การวัดและการประเมินผล	4.32	0.83	มาก
5. กระบวนการจัดการเรียนการสอน	4.38	0.89	มาก
6. แบบทดสอบวัดความรู้ความเข้าใจประจำบทเรียน	4.45	0.74	มาก
รวม	4.40	0.77	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินคุณภาพของแผนการจัดการเรียนการสอนที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน รายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ พบว่า แผนการจัดการเรียนการสอนภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาสามอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนี้ ด้านหัวข้อเนื้อหาและสาระสำคัญ ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.62) รองลงมาเป็นด้านแบบทดสอบวัดความรู้ความเข้าใจประจำบทเรียน ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.74) และด้านสื่อการเรียนการสอนและแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

2. ผลการเรียนรู้ของผู้เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตร บรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาของผู้เรียนรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ที่ใช้แผนการจัดการเรียนการสอนที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน

รหัส นักศึกษา	คะแนนแบบฝึกหัด (ร้อยละ)	คะแนนนำเสนองาน (ร้อยละ)	คะแนนสอบกลางภาค (ร้อยละ)	คะแนนสอบปลายภาค (ร้อยละ)	พัฒนานวัตกรรม (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)	เกรด	ผลงานนวัตกรรม
	36	4	14	12	31	100		
คนที่ 1	14.05	0.00	11.57	0.00	0.00	26.82	E	-
คนที่ 2	33.41	3.08	13.98	8.92	27.23	88.78	A	การออกแบบสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนคร คีรี (เขาวัง)
คนที่ 3	34.03	3.23	13.49	8.92	27.23	89.06	A	การออกแบบและพัฒนา คู่มือเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยววัดใหญ่ สุวรรณารามวรวิหาร จังหวัดเพชรบุรี
คนที่ 4	4.79	2.02	7.23	0.00	0.00	15.97	E	-
คนที่ 5	31.58	0.00	0.00	7.59	0.00	40.86	E	-
คนที่ 6	28.89	1.93	6.02	7.11	26.02	71.90	B	การออกแบบและพัฒนา คู่มือเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน จังหวัดเพชรบุรี

ผลการศึกษาของผู้เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ที่จัดการเรียนการสอน โดยใช้การวิจัยเป็นฐานในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 (ตั้งแต่วันที่ 3 กรกฎาคม 2566 ถึงวันที่ 30 ตุลาคม 2566 และขยายเวลาจนถึงวันที่ 30 มกราคม 2567 เพื่อให้นักศึกษาสามารถดำเนินการพัฒนานวัตกรรมได้แล้วเสร็จ) พบว่า นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนทั้งหมด 6 คน มีผลการเรียนแตกต่างกันไป โดยนักศึกษาจำนวน 3 คน (คนที่ 1, 4 และ 5) ไม่สามารถเรียนจนสำเร็จได้ และได้รับผลการเรียนในระดับ E (ตก) โดยมีลักษณะร่วมกันคือ คะแนนพัฒนานวัตกรรม ร้อยละ 0 คะแนนสอบปลายภาคเป็น 0 และคะแนนแบบฝึกหัดต่ำกว่าร้อยละ 50 ของคะแนนเต็ม สะท้อนถึงการขาดความก้าวหน้าและไม่สามารถบรรลุผลการเรียนตามที่กำหนด และในขณะที่นักศึกษาจำนวน 2 คน (คนที่ 2 และ 3)

ประสบความสำเร็จสูงสุด ได้ผลการเรียนระดับ A และสามารถพัฒนานวัตกรรมได้อย่างสมบูรณ์ ได้แก่ คู่มือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณารามวรวิหาร จังหวัดเพชรบุรี และ สารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) ซึ่งเป็นผลงานที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ได้จริง กระบวนการสร้างผลงานดังกล่าวสอดคล้องกับการประยุกต์ใช้ ADDIE Model ที่บูรณาการร่วมกับการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา สำหรับนักศึกษาอีก 1 คน (คนที่ 6) ได้ผลการเรียนระดับ B โดยสามารถพัฒนานวัตกรรม คู่มือเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้สำเร็จ แต่ไม่สามารถนำผลงานไปใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์และทันต่อเวลาที่กำหนด แสดงให้เห็นถึงการประสบความสำเร็จในระดับปานกลาง แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการประยุกต์ใช้จริง

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลงานการศึกษาของนักศึกษาในรายวิชา การออกแบบและพัฒนาวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ จากการวิเคราะห์จากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ การทำแบบฝึกหัด การเข้ารับคำปรึกษา และการติดตามพัฒนาการสร้างนวัตกรรม พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนักศึกษาในรายวิชา การออกแบบและพัฒนาวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จสูง

นักศึกษาที่ประสบความสำเร็จสูงมีความตั้งใจเรียนอย่างจริงจัง เข้าชั้นเรียนอย่างสม่ำเสมอ และมุ่งมั่นค้นคว้าข้อมูลด้วยตนเอง การมีทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับผู้สอนและเพื่อนร่วมเรียน ทำให้สามารถซักถามจดบันทึก และสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และฐานข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างมีคุณภาพ ความรับผิดชอบส่วนบุคคลและการปรึกษาผู้สอนอย่างต่อเนื่องสนับสนุนให้นักศึกษาปรับปรุงผลงานจนสมบูรณ์และสามารถสร้างนวัตกรรมที่ใช้ได้จริง เหตุผลที่ปัจจัยเหล่านี้มีผลสำคัญเพราะการเรียนรู้เชิงวิจัยต้องอาศัยทั้งความมุ่งมั่นในการค้นคว้า ทักษะการสื่อสาร และการจัดการงานอย่างต่อเนื่อง

3.2 ปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จระดับปานกลาง

นักศึกษาที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลางมีความตั้งใจเรียน แต่ขาดความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้ข้ามรายวิชาและใช้ข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ ขาดทักษะการวิเคราะห์เชิงวิชาการ แม้ว่าจะได้รับคำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง แต่ข้อจำกัดด้านทักษะและคุณภาพข้อมูลจำกัดความสมบูรณ์ของผลงาน เหตุผลคือการสร้างนวัตกรรมต้องอาศัยทั้งความรอบด้านของข้อมูลและทักษะในการประมวลผลข้อมูลเพื่อผลิตผลงานที่มีคุณภาพ

3.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลว

นักศึกษาที่ไม่ประสบความสำเร็จมีปัญหาในการบริหารจัดการตนเอง ขาดความรับผิดชอบ ไม่เข้าชั้นเรียนหรือส่งงานไม่สม่ำเสมอ และไม่ติดตามพัฒนาการของผลงาน แม้ได้รับคำแนะนำก็ไม่ปรับปรุงตนเอง เหตุผลที่ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลล้มเหลวเพราะการสร้างนวัตกรรมต้องอาศัยความต่อเนื่องในการเรียนรู้ การปฏิบัติ และการปรับปรุงงานตามคำแนะนำจากผู้สอน

4. ความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนาวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียนในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เนื้อหารายวิชา	4.17	0.45	พึงพอใจมาก
2. การจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลการศึกษา	4.00	1.08	พึงพอใจมาก
3. สิ่งสนับสนุนการสอน	2.61	1.22	พึงพอใจปานกลาง
4. อาจารย์ผู้สอน	4.17	0.99	พึงพอใจมาก
รวม	3.74	0.94	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ที่ใช้แผนการจัดการเรียนการสอนที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน รายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจมาก ด้านเนื้อหารายวิชา ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.45) และด้านอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.99) รองลงมาเป็นด้านการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลการศึกษา ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 1.08) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. แนวทางการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานสำหรับการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี พบว่า

1.1 แนวทางการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้ ในรายวิชาการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี มี 4 รูปแบบ จัดอยู่ในรูปแบบ CDSP Model ประกอบด้วย รูปแบบที่ 1 ให้ผู้เรียนได้เป็นผู้เลือกการศึกษาในเรื่องที่ตนเองสนใจ โดยให้ผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้แนะนำและช่วยเหลือ (Choose to study the subject you like) รูปแบบที่ 2 ให้ผู้เรียนได้เป็นผู้ออกแบบและนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้เองจากการศึกษาด้วยตนเอง โดยผู้สอนมีหน้าที่ชี้แหล่งการศึกษาเพิ่มเติมและให้คำแนะนำ (Design innovation development ideas yourself) รูปแบบที่ 3 ให้ผู้เรียนได้เป็นผู้ออกแบบและนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้เองจากการศึกษาสภาพแวดล้อมปัจจุบันจากกลุ่มเป้าหมายจริง โดยผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้แนะนำ ช่วยเหลือ และประสานงานอื่น ๆ (Study from target groups yourself) และรูปแบบที่ 4 ให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติด้วยตนเองและสร้างสรรค์ผลงานจากโปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีผู้สอนเป็นผู้ฝึกและให้คำแนะนำ (Practice and create independently) โดยทั้ง 4 รูปแบบดังกล่าวเน้นให้ผู้เรียนได้เป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ด้วยตนเอง การแสวงหาคำตอบด้วยตนเอง และการกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง ผู้สอนมีหน้าที่ให้คำแนะนำ ชี้แนะ และเป็นผู้พัฒนาเทคนิคการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนเพิ่มขึ้นตามคำร้องขอของผู้เรียน เน้นไปในรูปแบบของผู้สอนใช้กระบวนการวิจัย

ในการสอนและผู้เรียนใช้กระบวนการวิจัยในการเรียนรู้และอาจเนื่องจากรูปแบบการจัดการเรียนการสอนดังกล่าวพัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบ จากการประยุกต์กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) สอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน ของ คงศักดิ์ ธาตุทอง และงามนิธย์ ธาตุทอง (2557) ระบุว่า การใช้กระบวนการวิจัยเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเรียนการสอน เป็นการสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถแสวงหาความรู้และพัฒนาความสามารถของตนเองได้ตามธรรมชาติเต็มตามศักยภาพของตนเอง มีการจัดกิจกรรมและกระบวนการให้ผู้เรียนได้คิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ ประเมินและสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเองอย่างอิสระมากขึ้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สันธะวา คามดิษฐ์ (2567) ที่ระบุว่า การจัดการเรียนการสอนโดยใช้กระบวนการวิจัย เป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่ผู้เรียนได้เรียนรู้โดยการปฏิบัติจริง เผชิญเหตุการณ์จริง สร้างสรรค์ผลงานจากกระบวนการคิดการทำงานที่เป็นระบบ สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ใช้กระบวนการวิจัยในการแก้ปัญหา ค้นหาคำตอบจากการสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนได้พัฒนาศักยภาพในทุก ๆ ด้าน และถือได้ว่าเป็นทางเลือกของเทคนิคการสอนที่ไม่ใช่การบรรยาย โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้

1.2 คุณภาพของแผนการจัดการเรียนการสอนที่ใช้การวิจัยเป็นฐานในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ พบว่า แผนการจัดการเรียนการสอนดังกล่าวมีคุณภาพอยู่ในระดับสูงทุกด้าน ทั้งด้านเนื้อหา การวัดและประเมินผล ตลอดจนสื่อการเรียนการสอนและแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแผนการจัดการเรียนการสอนที่ออกแบบโดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและบูรณาการกระบวนการวิจัย สามารถตอบสนองต่อการเรียนรู้และการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับหลักการของพวงผกา ปวีณบำเพ็ญ (2560) ได้นำเสนอการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน ซึ่งมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีบทบาทเชิงรุกในการเรียนรู้ โดยผู้สอนทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำ โดยเน้นการจัดการเรียนรู้ควรให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากประสบการณ์ตรง พร้อมทั้งฝึกทักษะการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหา ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Srikoon et al. (2014) กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน สามารถช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้ด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นทักษะสำคัญต่อการศึกษาในศตวรรษที่ 21 และผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ บรรพต พิจิตรกานต์ และคณะ (2563) ที่ศึกษาการพัฒนาความตระหนักรู้ด้านการวิจัยของนักศึกษา พบว่าการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานช่วยให้นักศึกษาเกิดทักษะการคิดวิเคราะห์และการสังเคราะห์ความรู้ได้อย่างเป็นระบบ ตลอดจนสามารถพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนได้จริง ในลักษณะเดียวกันกับการศึกษาของ พัชรินทร์ เฉลยไกร (2565) รายงานว่าการประยุกต์ใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานในการเรียนการสอนสายอุตสาหกรรมส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะวิชาชีพที่สูงขึ้น

2. ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ที่จัดการเรียนการสอนตามแผนที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้เรียนที่สามารถพัฒนานวัตกรรมจนสำเร็จและได้รับผลการเรียนในระดับสูง กับกลุ่มผู้เรียนที่ไม่สามารถดำเนินการจนบรรลุเป้าหมายได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน เป็นแนวทางที่สามารถยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้จริง แต่ความสำเร็จของผู้เรียนขึ้นอยู่กับความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง ความรับผิดชอบส่วนบุคคล และความพร้อมในการเรียนรู้ สอดคล้องกับการศึกษาของบรรพต พิจิตรกานต์ และคณะ (2563) ที่พบว่าการจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐาน ทำให้นักศึกษาที่มีความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องสามารถสร้างนวัตกรรม

ที่มีคุณภาพได้ ในขณะที่ผู้เรียนที่ขาดความกระตือรือร้นกลับไม่สามารถพัฒนาได้ตามเป้าหมาย นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับงานของพัชรินทร์ เฉลยไกร และคณะ (2565) ที่ศึกษาผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐาน สำหรับจัดการเรียนการสอนประเภทวิชาอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา พบว่า การใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐานช่วยให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะผู้ที่ปฏิบัติตามขั้นตอนการเรียนรู้อย่างครบถ้วน

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของนักศึกษาในการพัฒนาผลงานนวัตกรรมในรายวิชา การออกแบบและพัฒนาวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ แสดงให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างนักศึกษาที่สามารถพัฒนาผลงานได้สำเร็จในระดับสูง ปานกลาง และผู้ที่ไม่สามารถดำเนินการจนสำเร็จ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่มผู้เรียนประสบความสำเร็จสูง ได้แก่ ความตั้งใจและความรับผิดชอบส่วนบุคคล การเข้าชั้นเรียนอย่างสม่ำเสมอ การกล้าซักถามและแลกเปลี่ยนกับผู้สอน ตลอดจนความสามารถในการสืบค้นและสังเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ช่วยให้นักศึกษาสามารถเชื่อมโยงความรู้และสร้างสรรค์นวัตกรรมจนได้รับการจัดแจ้งลิขสิทธิ์ผลงาน การค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของพรทิพย์ อุ่นมีศรี, พัทธรินทร์ ชมภูวิเศษ, และพงษ์ศักดิ์ศรีจันทร์ (2563) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับความรับผิดชอบในการเรียน พบว่าผู้เรียนที่มีแรงจูงใจและความรับผิดชอบสูงสามารถบรรลุผลการเรียนที่มีคุณภาพได้ดีกว่าผู้เรียนที่ขาดความพยายาม อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับแนวคิด self-regulated learning ที่ชี้ว่าผู้เรียนที่สามารถกำกับการเรียนรู้ของตนเองได้มักมีผลสัมฤทธิ์สูงกว่าผู้เรียนที่รอการชี้แนะจากผู้อื่น สำหรับกลุ่มนักศึกษาที่ประสบความสำเร็จในระดับปานกลาง พบว่าข้อจำกัดสำคัญคือการใช้ข้อมูลจากแหล่งที่ไม่น่าเชื่อถือและการขาดทักษะในการสังเคราะห์เชิงวิชาการ แม้ว่าจะมีความตั้งใจเรียนและเข้ารับคำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่สามารถสร้างผลงานที่สมบูรณ์และนำไปใช้ได้จริง ลักษณะนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฏฐา สังข์รอบ (2564) ที่รายงานว่าความสามารถในการเลือกใช้อ้างอิงและการเชื่อมโยงองค์ความรู้มีผลโดยตรงต่อคุณภาพงานวิชาการ หากผู้เรียนขาดทักษะดังกล่าว ย่อมส่งผลให้การพัฒนาผลงานไม่สามารถบรรลุตามเป้าหมาย และกลุ่มนักศึกษาที่ไม่ประสบความสำเร็จด้วยเพราะปัญหาด้านการจัดการชีวิตและการเรียน ที่สะท้อนถึงการขาดความรับผิดชอบตนเอง ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลงานจนสำเร็จและมีผลการเรียนต่ำที่สุด ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานของ สายใจ ระดมสุข (2563) ที่ระบุว่าความรับผิดชอบและวินัยของผู้เรียนเป็นคุณลักษณะที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา โดยผู้เรียนที่ขาดคุณลักษณะดังกล่าวมักประสบปัญหาผลการเรียนต่ำและไม่สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ตามที่คาดหวัง

4. ความพึงพอใจของผู้เรียนรายวิชา การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ที่ใช้แผนการจัดการเรียนการสอนที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาและเข้าใจกระบวนการจัดการเรียนการสอนซึ่งอาศัยผู้เรียนเป็นหลักในการปฏิบัติและลงมือทำด้วยตนเอง ผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกดูแลติดตามให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ ทำกิจกรรมอย่างราบรื่น รวมถึงการให้คำแนะนำในการเรียนการสอน การศึกษาค้นคว้า และการพัฒนาวัตกรรมการเรียนรู้ เป็นไปตามผลการประเมินความพึงพอใจที่พบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจในด้านเนื้อหามากที่สุด รองลงมาเป็นด้านผู้สอน และด้านการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลการศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศศิธร อินตุน (2558) ที่พบว่านักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยการใช้วิจัยเป็นฐานมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ด้วยเพราะเนื้อหาวิชามีความเหมาะสม จัดกิจกรรมการเรียนการสอนเหมาะสม และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของญาณิศา บุญจิตร (2565) ที่พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในการเรียนรู้ตามรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานอยู่ในระดับมากเช่นกัน

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การวิจัยเป็นฐานในรายวิชาการออกแบบและพัฒนาโปรแกรมเพื่อการเรียนรู้ แผนการสอนที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพสูงทุกด้าน ทั้งเนื้อหา วัตถุประสงค์ สื่อและแหล่งเรียนรู้ การวัดและประเมินผล และกระบวนการเรียนรู้ การประยุกต์ใช้ CDSP Model ช่วยให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง สามารถเลือกหัวข้อสนใจ ค้นคว้า และสร้างสรรค์นวัตกรรมด้วยตนเอง ภายใต้การให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดจากผู้สอน ส่งผลให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมและเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงอย่างเต็มที่ ผลการเรียนรู้ชี้ให้เห็นว่าผู้เรียนบางส่วนสามารถพัฒนาโปรแกรมจนสำเร็จและได้รับผลการเรียนในระดับสูง ปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จ ได้แก่ ความตั้งใจและความรับผิดชอบ การสื่อสารและแลกเปลี่ยนกับผู้สอน การสืบค้นและสังเคราะห์ข้อมูล และการพัฒนาทักษะเพิ่มเติม นอกชั้นเรียน การเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานจึงส่งเสริมการพัฒนาทักษะการคิด การแก้ปัญหา และการสร้างองค์ความรู้ ทำให้ผู้เรียนสามารถสร้างผลงานนวัตกรรมที่ใช้ได้จริงและมีคุณค่าต่อสังคม

2. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

2.1 ระดับนโยบาย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีควรกำหนดให้มีการสอบทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้นสำหรับนักศึกษาใหม่ในทุกปีการศึกษา และนำผลการสอบไปออกแบบเป็นรายวิชาเพื่อพัฒนาทักษะพื้นฐานด้านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับนักศึกษาทุกสาขาวิชา เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำทักษะดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้จริงในการเรียน นอกจากนี้ควรมีการสำรวจและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ และครุภัณฑ์ ตลอดจนพัฒนาสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ให้มีความพร้อมและเอื้อต่อการจัดการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ระดับการปฏิบัติการสอน ผู้สอนควรมีประสบการณ์ด้านการจัดการเรียนรู้ การทำวิจัย และการออกแบบและพัฒนาโปรแกรมการเรียนรู้ เพื่อให้สามารถวางแผนและดำเนินการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้น การมีความเชี่ยวชาญดังกล่าวจะช่วยยกระดับคุณภาพของกระบวนการเรียนรู้ ตลอดจนเสริมสร้างศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของผู้เรียนได้ดียิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการขยายการศึกษาการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานไปยังรายวิชาอื่น ๆ ในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อทดสอบความเหมาะสม ความสอดคล้อง และผลสัมฤทธิ์ที่อาจแตกต่างกันในแต่ละบริบทการเรียนการสอน ข้อค้นพบที่ได้จะช่วยสร้างองค์ความรู้ที่กว้างขวางมากขึ้น และสามารถใช้เป็นแนวทางเพื่อต่อยอดการพัฒนากระบวนการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

คงศักดิ์ ธาตุทอง และงามนิตย์ ธาตุทอง. (2557). *การเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน*. สืบค้นจาก

<https://ph.kku.ac.th/thai/images/file/km/rbl-ph.pdf>

คณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2549). *รายงานการวิจัย เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย*.

กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

- ญาณิศา บุญจิตร. (2565). รูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างทักษะการคิด อย่างมี
วิจารณ์ญาณ สำหรับนักศึกษาที่เรียนในรายวิชาการประกันคุณภาพการศึกษา. *วารสารบัณฑิตศึกษา*
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 16(2), 81-96. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/246020>
- ณัชชา สังข์รอบ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการศึกษาของนักศึกษา กศน. อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี.
วารสารวิจัยและนวัตกรรมราชภัฏบุรีรัมย์, 15(1), 15-23. สืบค้นจาก
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RRBR/article/view/250671>
- บรรพต พิจิตรกานต์, ฐิตยา เนตรวงษ์, นันทวัน เรืองอร่าม, ปาณิสรา ธรรมจุฑา, และ ภัคฉลัญช์ อัมบุญ. (2563).
รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาความตระหนักรู้การวิจัยของนักศึกษาสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และ
สารสนเทศศาสตร์โดยใช้การจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐาน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พวงผกา ปวีณบําเพ็ญ. (2560). การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน. *ศึกษาศาสตร์สาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 1(2),
62-71. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/cmujedu/article/view/166369>
- พรทิพย์ อุ่นมีศรี, พชรินทร์ ชมภูวิเศษ, และพงษ์ศักดิ์ ศรีจันทร์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบในการเรียน
ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 25. *วารสาร*
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, 2(2), 27-44. สืบค้นจาก <https://so10.tci-thaijo.org/index.php/rdicpru/article/view/197>
- พชรินทร์ เฉลยไกร, อัครรัตน์ พูลกระจำง, และรินธิ พรมณี. (2565). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนโดยใช้
กระบวนการวิจัยเป็นฐานสำหรับจัดการเรียนการสอนประเภทวิชาอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการการ
อาชีวศึกษา. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 14(3), 206-219. สืบค้นจาก
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/252096>
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. (2555). *หลักและเทคนิคการสอนระดับอุดมศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพศาล สุวรรณน้อย. (2549). การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน: การพัฒนาสู่มหาวิทยาลัยวิจัย. *วารสาร*
ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 27(3-4), 17-26.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. (2564). *หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และการจัดการสื่อ*
ดิจิทัล (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564). เพชรบุรี: สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์.
- ศศิธร อินตุน. (2558). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา CI 2301 หลักการจัดการเรียนรู้ โดยการจัดการเรียนรู้
แบบใช้การวิจัยเป็นฐาน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(4), 191-200. สืบค้นจาก
http://cmruir.cmru.ac.th/bitstream/123456789/1489/1/Article_3.pdf
- สมนึก ภัททิยธนี. (2549). *การวัดผลการศึกษา*. กทม: ประสานการพิมพ์.
- สายใจ ระดมสุข. (2566). การศึกษาความรับผิดชอบของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. *วารสาร*
เกษมบัณฑิต, 24(1), 47-69. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jkbu/article/view/242063>

- สินธวา คามดิษฐ์. (2557). การจัดการเรียนการสอนโดยใช้กระบวนการวิจัยในระดับอุดมศึกษา. *สุทธิปริทัศน์*, 28(85), 9-21. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUthiparithatJournal/article/view/244944>
- Green, A. (2011). *Good Practice Guide: Research-Based Learning Strategies for Successfully Linking Teaching and Research*. Retrieved April 10, 2023. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/217150904.pdf>
- Srikoon, S., Bunterm, T., Samranjai, J., and Wattanathorn, J. (2014). Research Synthesis of Research-Based Learning for Education in Thailand. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116(2014), 913-917. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281400336X>

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ทิวากร เกื้อสม*

รับบทความ 7 มกราคม 2568 แก้ไขบทความ 9 ธันวาคม 2568 ตอบรับบทความ 11 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติ ความนิยม การรับรู้ การสื่อสารการตลาด และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน 2) เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) ทัศนคติผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.57 (2) ความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 (3) การรับรู้ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีการรับรู้ที่มีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 (4) การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 (5) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 (6) ได้แก่ เพศ การศึกษา และอาชีพ ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ต่อเดือน ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ (7) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ความนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค บุคคลวัยทำงาน ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่

Factors Influencing Bakery Product Purchasing Decisions of Working Individuals in Bangkok Metropolitan Area

Tiwakorn Kuesom*

Received 20 October 2024.; Revised 9 December 2025; Accepted 11 December 2025

Abstract

The objectives of this quantitative research were to 1) study the attitudes, preference, perception, marketing communication, and purchasing decisions of bakery products among working individuals; 2) compare demographic characteristics with the bakery product purchasing decisions of working individuals; and 3) study the factors influencing the purchasing decisions of bakery products among working individuals in Bangkok. A questionnaire was used as the data collection instrument, gathering information from a sample of 400 working individuals in Bangkok. The statistical methods employed for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, independent samples t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The research findings revealed the following: (1) Consumer attitudes toward bakery products were at a high level, with a mean score of 4.57. (2) Preference for consuming bakery products was at a high level, with a mean score of 4.15. (3) Perception regarding bakery consumption among working individuals in Bangkok was at a high level, with a mean score of 4.40. (4) Marketing promotion of bakery products was at a high level, with a mean score of 4.14. (5) Purchasing decisions for bakery products were at a high level, with a mean score of 4.26. (6) Demographic factors, specifically gender, education, and occupation, showed no statistically significant difference in purchasing decisions for bakery products. However, monthly income significantly affected purchasing decisions at the .05 level. (7) A multiple regression analysis of factors influencing purchasing decisions for bakery products among working individuals in Bangkok found two factors to be statistically significant at the .05 level: preference for consuming bakery products and marketing promotion of bakery products.

Keywords: Consumption behavior; Working-age people; Bakery products

Assistant Teacher, Saowapha Vocational College

*Corresponding Author: tiwabankbannk@gmail.com

บทนำ

ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญและเติบโตอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มทั่วโลก ด้วยลักษณะที่หลากหลาย ทั้งขนมปัง เค้ก คุกกี้ และพาย ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้หลายโอกาส ตั้งแต่การเป็นอาหารเช้าที่สะดวกรวดเร็ว ของว่างระหว่างมือ ไปจนถึงของหวานในงานเฉลิมฉลอง รายงานจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2566) ชี้ให้เห็นว่ามูลค่าตลาดเบเกอรี่ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากกระแสการบริโภคแบบตะวันตกที่เพิ่มขึ้น ความนิยมในร้านกาแฟและเบเกอรี่ที่มีการพัฒนาเมนูใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้นของผู้บริโภค โดยเฉพาะการแสวงหาผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ทางเลือก เช่น ผลิตภัณฑ์ปราศจากกลูเตน (Gluten-Free) หรือผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันต่ำ ซึ่งเป็นการปรับตัวของอุตสาหกรรมเพื่อตอบสนองกับความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่มที่พิถีพิถันในการเลือกบริโภคมากขึ้น

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่นั้นมีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่เช่น กรุงเทพมหานคร กลุ่มบุคคลวัยทำงานเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักที่มีกำลังซื้อสูง มีความเร่งรีบในการดำเนินชีวิต และให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายเป็นอันดับแรก ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารและเบเกอรี่ ผลการศึกษาของ มัลลิกา ตั้งสง่า และคณะ (2565) พบว่าปัจจัยด้านรสชาติ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และสถานที่ตั้งของร้านค้าที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายในระหว่างการเดินทางหรือช่วงพักกลางวัน มีอิทธิพลอย่างมากต่อการเลือกซื้อเบเกอรี่ของคนกลุ่มนี้ นอกจากนี้ การรับรู้เรื่องสุขภาพ (Health Perception) ก็เข้ามามีบทบาทสำคัญเช่นกัน โดยกลุ่มคนวัยทำงานที่ใส่ใจสุขภาพมักจะพิจารณาข้อมูลโภชนาการ ส่วนประกอบ และแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะยอมจ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อผลิตภัณฑ์ที่ตนรับรู้ว่ามีคุณภาพและดีต่อสุขภาพ

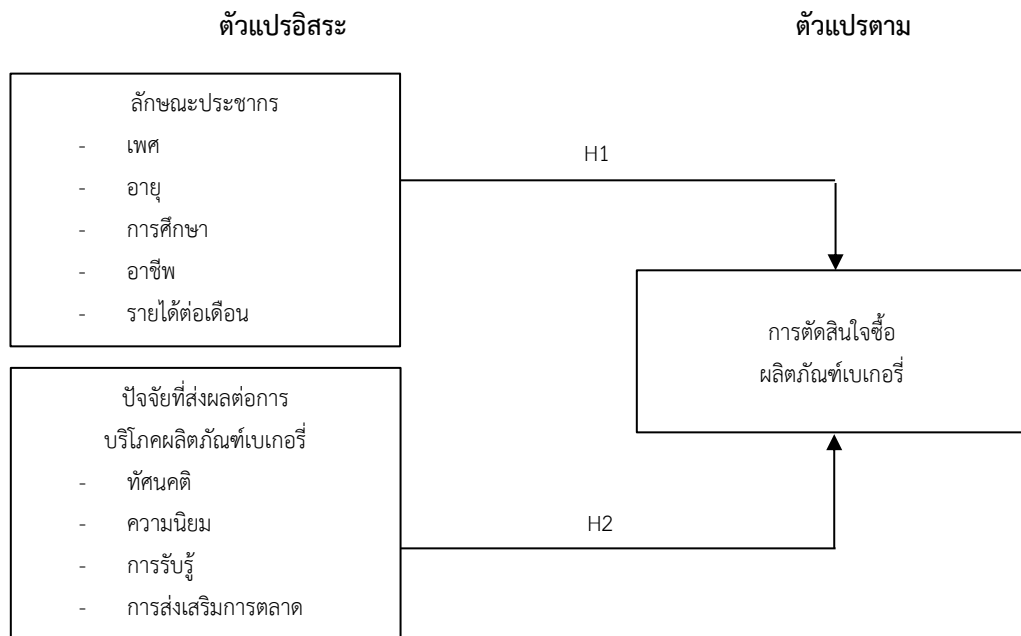
จากบริบทและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงปัจจัยที่ขับเคลื่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยจะวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ (เช่น รสชาติและคุณค่าทางโภชนาการ) ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงลึกและข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ให้สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติ ความนิยม การรับรู้ การสื่อสารการตลาด และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่มีอายุ ระหว่าง 20-59 ปี ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรจำนวนทั้งสิ้น 5.47 ล้านคน (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2566)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่มีอายุ ระหว่าง 20-59 ปี ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ 400 คน มีขั้นตอนการกำหนดกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยวิธีการเปิดตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (1973) โดยกำหนดความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ 95% หรือกำหนดให้เกิดความคลาดเคลื่อนที่ .05 หรือ $\pm 5\%$ ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน

ขั้นตอนที่ 2 การการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 20-59 ปี และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยความสมัครใจของผู้ให้ข้อมูล

2. ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ทักษะการคิดที่มีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตรอัตราภาคขั้น กำหนดการวัด 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ความนิยมที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตรอัตราภาคขั้น กำหนดการวัด 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 การรับรู้ที่มีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตรอัตราภาคขั้น กำหนดการวัด 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่มีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตรอัตราภาคขั้น กำหนดการวัด 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 6 การตัดสินใจซื้อที่มีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตรอัตราภาคขั้น กำหนดการวัด 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 7 ความคิดเห็นเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

3. การหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ดำเนินการหาคุณภาพของแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 การหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยการประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยการประเมินหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินความเหมาะสมของข้อคำถาม จำนวน 3 คน เมื่อทำการวิเคราะห์ความสอดคล้องเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และกำหนดให้ทุกข้อคำถามต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป พบว่า คำถามทุกข้อมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีค่าคำนวณระหว่าง 0.67 - 1.00 และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแก้ไขคำถามเพื่อให้คำถามมีความสมบูรณ์มากเพื่อนำไปทดลองใช้

3.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง จำนวน 30 คน และเมื่อรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของชุดแบบสอบถาม โดยกำหนดให้แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ 0.80 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ .915 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก สามารถนำไปใช้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

4.1 จัดเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google form

4.2 แจกแบบสอบถามออนไลน์ด้วยวิธีการฝากลิงค์กับประชากรในกรุงเทพมหานคร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 25 กันยายน 2567 ถึง 7 ตุลาคม 2567 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

4.3 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ให้ได้ครบตามจำนวนที่กำหนดขนาดตัวอย่างไว้

4.4 ดาวันโหลดไฟล์ที่นำไปแปลงค่าและทำการวิเคราะห์ข้อมูล

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการหาความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 1.50	น้อยที่สุด
1.51 - 2.50	น้อย
2.51 - 3.50	ปานกลาง
3.51 - 4.50	มาก
4.51 - 5.00	มากที่สุด

5.3 การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรที่มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สำหรับตัวแปรที่มีตัวแปรย่อย 2 ตัวแปร ได้แก่ เพศ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบค่าที (t-Test) และตัวแปรที่มีตัวแปรย่อยมากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ ความต้องการทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD

5.4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบปกติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

จากผลการเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาความถี่ และร้อยละ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ลักษณะประชากร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60.50 และมีอายุ 36-50 ปี ร้อยละ 42.40 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 70.70 ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 57.40 และส่วนใหญ่มียาได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 59.80

2. ทิศนคติของประชากรกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ทัศนคติของประชากรกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร

ข้อ	ทัศนคติต่อบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	ระดับทัศนคติ		
		($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
1	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีหลากหลายชนิด	4.57	0.567	มากที่สุด
2	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สามารถหาซื้อได้ง่าย	4.40	0.627	มาก
3	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีสีสันทนสวยงาม	4.36	0.818	มาก
4	ท่านคิดว่าร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีหลายร้าน	4.36	0.682	มาก
5	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีรสชาติอร่อย	4.19	0.737	มาก
6	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สะอาด ถูกหลักอนามัย	4.21	0.719	มาก
7	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีอายุการเก็บรักษาได้นาน	3.59	0.946	มาก
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีบรรจุภัณฑ์ และหีบห่อสวยงาม	4.28	0.751	มาก
9	ท่านคิดว่าแบรนด์ของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จดจำได้ง่าย	4.19	0.653	มาก
10	ท่านคิดว่าระดับราคาของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในท้องตลาดที่จัดจำหน่ายมีความเหมาะสม	3.75	0.704	มาก
รวม		4.19	0.484	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทัศนคติของประชากรกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีความหลากหลายชนิด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สามารถหาซื้อได้ง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.40 และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีสีสันทน และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีหลายร้าน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.36 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีอายุการเก็บรักษาได้นาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.59

3. ความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ข้อ	ความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	ระดับความนิยม		
		($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
1	ท่านนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เช่น คุกกี้ เค้ก ขนมปัง และแพฟเฟสตรี เป็นต้น	4.10	0.707	มาก
2	ท่านชอบซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร	4.15	0.811	มาก
3	ท่านนิยมผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ขึ้นชื่อหรือมีชื่อเสียงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	3.91	0.918	มาก

ข้อ	ความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	ระดับความนิยม		
		($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
4	ท่านนิยมซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานครเป็นของขวัญของฝาก	3.87	0.810	มาก
5	ท่านชอบร้านค้าที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	3.86	0.874	มาก
รวม		3.98	0.638	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ชอบซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 และรองลงมานิยมบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เช่น คุกกี้ เค้ก ขนมปัง และพัฟเฟสตรี เป็นต้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 นิยมซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ขึ้นชื่อหรือมีชื่อเสียงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 นิยมซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานครเป็นของขวัญของฝาก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 และชอบร้านค้าที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

4. การรับรู้ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การรับรู้ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ข้อ	การรับรู้ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	ระดับการรับรู้		
		($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
1	ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เช่น คุกกี้ เค้ก ขนมปัง และพัฟเฟสตรี เป็นต้น	4.19	0.848	มาก
2	ท่านรู้จักสถานที่ที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร	4.40	0.709	มาก
3	ท่านรู้จักสถานที่ที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ขึ้นชื่อหรือมีชื่อเสียงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	4.12	0.708	มาก
4	ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ขึ้นชื่อหรือมีชื่อเสียงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	3.95	0.960	มาก
5	ท่านทราบถึงประโยชน์หรือคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	3.96	0.932	มาก
รวม		4.14	0.610	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีการรับรู้การรับรู้ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ รู้จักสถานที่ที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 เป็นลำดับที่ 1 และรองลงมา รู้จักผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เช่น คุกกี้ เค้ก ขนมปัง และพัฟเฟสตรี เป็นต้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 รู้จักสถานที่ที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ขึ้นชื่อหรือมีชื่อเสียงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ทราบถึงประโยชน์หรือคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 และรู้จักผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ขึ้นชื่อหรือมีชื่อเสียงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ

5. การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร

ข้อ	ส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	ระดับการส่งเสริมการตลาด		
		($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
1	การจัดรายการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เช่น การลดราคา การให้ของแถม โปรโมชั่นต่าง ๆ	4.14	0.912	มาก
2	มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	4.10	0.728	มาก
3	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook TikTok วิทยุ ป้ายต่าง ๆ	3.84	0.877	มาก
4	มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อการส่งเสริมการตลาด	4.27	0.821	มาก
5	มีการบริการหลังการจัดจำหน่าย เพื่อการส่งเสริมการตลาด	4.33	0.788	มาก
รวม		4.14	0.653	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ การบริการหลังการจัดจำหน่ายเพื่อการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 เป็นลำดับที่ 1 และรองลงมา การพัฒนาผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 การจัดรายการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เช่น การลดราคา การให้ของแถม โปรโมชั่นต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook TikTok วิทยุ ป้ายต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ

6. การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ข้อ	การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	ระดับการตัดสินใจซื้อ		
		($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
1	ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อรับประทานเอง	4.06	0.957	มาก
2	ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อจัดเลี้ยงการประชุมสัมมนา	4.26	0.756	มาก
3	ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพราะราคาเยียมเยาว์	3.79	0.873	มาก
4	ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพราะมีประโยชน์หรือคุณค่าทางโภชนาการ	3.67	0.867	มาก
5	ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพราะมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	3.44	0.763	ปานกลาง
รวม		3.84	0.712	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อจัดเลี้ยงการประชุมสัมมนา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 เป็นลำดับที่ 1 และรองลงมาซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อรับประทานเอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพราะราคาเยียมเยาว์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพราะมีประโยชน์หรือคุณค่าทางโภชนาการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ และซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพราะมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.44 เป็นลำดับสุดท้าย

7. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
ชาย	166	3.78	.766	-1.469	.113
หญิง	254	3.88	.673		

จากตารางที่ 6 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่าเพศต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.742	3	.914	1.811	.145
ภายในกลุ่ม	209.972	416	.505		
รวม	212.714	419			

จากตารางที่ 7 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่าอายุต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา

	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.931	2	.965	1.910	.149
ภายในกลุ่ม	210.783	417	.505		
รวม	212.714	417			

จากตารางที่ 8 แสดงเปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา พบว่า การศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.208	4	.302	.593	.668
ภายในกลุ่ม	211.505	415	.510		
รวม	212.714	419			

จากตารางที่ 9 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.781	3	.594	1.171	.321*
ภายในกลุ่ม	210.933	416	.507		
รวม	212.714	419			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่ารายได้ต่อเดือน ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	มากกว่า 45,000 บาท
		3.90	3.85	3.65	3.83
น้อยกว่า 15,000 บาท	3.90	-	0.483*	0.248*	0.073*
15,001-30,000 บาท	3.85		-	0.199*	.024*
30,001-45,000 บาท	3.65			-	.175*
มากกว่า 45,000 บาท	3.83				-

จากตารางที่ 11 เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างจำนวน 6 คู่ ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีความแตกต่างในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 30,001-45,000 บาท มีความแตกต่างในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่รองลงมา และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท มีความแตกต่างในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มากเป็นอันดับที่ 1

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	ค่าคงที่	-242	.221		-1.099	.273
	ทัศนคติ	.014	.040	.010	.348	.728
	ความนิยม	.160	.047	.143	3.426	.001*
	การรับรู้	.046	.055	.040	.843	.400
	การส่งเสริมการตลาด	.774	.042	.710	18.434	.000*
R=.832 ^a	R ^a =.693	Adj R ² =.690	Std.Error=.39673			
F=234.122	Sig=.000 ^b					

จากตารางที่ 12 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์และการพยากรณ์รวมของโมเดล (Overall Model Fit) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R): มีค่าเท่ากับ .832 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมด (ได้แก่ ทัศนคติ ความนิยม การรับรู้ และการส่งเสริมการตลาด) มีความสัมพันธ์ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R-squared หรือ R²): มีค่าเท่ากับ .693 และ Adjusted R² มีค่าเท่ากับ .690 หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ได้ถึง 69.0% การทดสอบความมีนัยสำคัญรวม (F-test): ค่า F เท่ากับ 234.122 และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์ Beta (β) สูงที่สุด (.710) และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.=.000) แสดงว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร มากที่สุดความนิยม มีค่าสัมประสิทธิ์ Beta (β) เท่ากับ .143 และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.=.001) แสดงว่า ความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอร์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

1. ทัศนคติ ความนิยม การรับรู้ การส่งเสริมการตลาด และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าตลาดเบเกอร์ในเขตเมืองใหญ่มีการเติบโตที่แข็งแกร่งและมีปัจจัยสนับสนุนจากทั้งด้านอุปสงค์ (ผู้บริโภค) และด้านอุปทาน (การตลาด) สามารถอภิปรายเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยในด้านทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เบเกอร์อยู่ในระดับมาก ซึ่งทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์เบ

เกอร์ในกลุ่มวัยทำงาน สอดคล้องกับแนวคิดด้านองค์ประกอบของทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบด้านความรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม (Solomon, 2020) ซึ่งการที่ทัศนคติอยู่ในระดับมาก แสดงว่ากลุ่มวัยทำงานมีความเชื่อ และการประเมินค่าในเชิงบวกต่อเบเกอร์ เช่น เชื่อว่าเบเกอร์เป็นอาหารที่สะดวก รสชาติดี และตอบสนองความต้องการทางอารมณ์ ในขณะที่ความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอร์อยู่ในระดับมาก ซึ่งความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอร์ที่อยู่ในระดับมากตอกย้ำถึงการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการบริโภคอาหารในสังคมไทย โดยได้รับอิทธิพลจาก กระแสโลกาภิวัตน์และการเปิดรับวัฒนธรรมอาหารตะวันตก ซึ่งความนิยมที่สูงนี้สามารถอธิบายได้ด้วย ทฤษฎี ความต้องการลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) โดยเบเกอร์ในปัจจุบันไม่ได้ตอบสนองเพียงความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เท่านั้น แต่ยังตอบสนองความต้องการทางสังคม และความภาคภูมิใจ (Esteem Needs) ผ่านการบริโภคในร้านกาแฟที่มีบรรยากาศที่ดี หรือการเลือกแบรนด์ที่มีภาพลักษณ์ระดับพรีเมียม (Kotler & Keller, 2022) ส่วนการรับรู้ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอร์อยู่ในระดับมาก เป็นผลมาจากความสำเร็จในการสื่อสารภาพลักษณ์และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค ซึ่งเชื่อมโยงกับ ทฤษฎีการสื่อสารของแบรนด์ ซึ่งการรับรู้ของผู้บริโภคไม่ได้อิงอยู่กับคุณสมบัติทางกายภาพของเบเกอร์เท่านั้น แต่รวมถึงคุณค่าที่ได้รับจากการบริโภค โดยเฉพาะในประเด็นด้านสุขภาพ (เช่น การรับรู้เบเกอร์ที่มีส่วนผสมของธัญพืชมีประโยชน์) และคุณภาพของวัตถุดิบ การรับรู้ที่สูงนี้เป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดเชิงกลยุทธ์ สอดคล้องกับการวิจัยของ ไพลิน วัฒนาศรีโรจน์ และสุพาดา สิริกุดตา (2560) ที่พบว่า มีการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และคุณค่าตราสินค้าของ Home Bakery มหาวิทยาลัยสวนดุสิต อยู่ในระดับดี และการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ผลลัพธ์ที่พบว่าการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากเป็นการยืนยันความมีประสิทธิภาพของการใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps โดยเน้นที่ Promotion ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในรูปแบบของการจัดโปรโมชั่นลดราคา การสะสมแต้ม หรือการตลาดออนไลน์ เป็นปัจจัยกระตุ้นที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อในทันที ตามหลักการของ การจูงใจทางการตลาด (Marketing Stimuli) (Kotler & Keller, 2022) สอดคล้องกับการวิจัยของไพลิน วัฒนาศรีโรจน์ และสุพาดา สิริกุดตา (2560) ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Home Bakery มหาวิทยาลัยสวนดุสิต อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับบรรณ ทาสอน (2563) ที่พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาดของร้านเบเกอร์แบบ Take Away อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับนันทยา เกตุแก้ว และสายพิน ปั่นทอง (2567) ที่พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความคิดเห็นในระดับมาก

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์อยู่ในระดับมาก เป็นผลรวมของปัจจัยเชิงจิตวิทยาและการตลาดทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเป็นไปตาม ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้น การตัดสินใจซื้อที่สูงเกิดจากการที่ผู้บริโภคผ่านกระบวนการตัดสินใจ ที่มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก จนถึงการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยด้านความนิยมและการส่งเสริมการตลาดที่พบว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการวิจัยของณภัทร โพธิ์ทอง (2566) ที่พบว่า ผู้บริโภคเจนเอเรชันวายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเบเกอร์เพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับนันทยา เกตุแก้ว และสายพิน ปั่นทอง (2567) ที่พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อเบเกอร์เพื่อสุขภาพของผู้สูงอายวย้ายต้นจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

2. ลักษณะประชากร ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่เพศ การศึกษา และอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าในตลาดเบเกอรี่ของกลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร กำลังซื้อ (Purchasing Power) เป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีอำนาจในการจำแนกพฤติกรรมผู้บริโภคสูงกว่าปัจจัยทางสังคมอื่น ๆ สามารถอภิปรายเชื่อมโยงผลการวิจัยกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม และแนวคิดเกี่ยวกับ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา โดยทั่วไปผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่าจะมีข้อจำกัดด้านงบประมาณน้อยกว่า และมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าในหมวดหมู่สินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury Goods) หรือสินค้าที่มีคุณภาพ/ตราสินค้าระดับพรีเมียม ได้ง่ายกว่า โดยไม่ไวต่อการเปลี่ยนแปลงราคามากนัก (Kotler & Keller, 2022) โดยกลุ่มรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อเบเกอรี่ที่มีราคาสูงกว่า เช่น เบเกอรี่โฮมเมดเฉพาะทาง (Artisan Bakeries) หรือผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมนำเข้าและดีต่อสุขภาพเนื่องจากมองหาคุณค่าด้านคุณภาพ ประสบการณ์ และสถานะทางสังคมเป็นหลัก และกลุ่มรายได้้น้อยกว่า อาจไวต่อราคามากกว่า โดยการตัดสินใจซื้อจะขึ้นอยู่กับการเปรียบเทียบราคาและโปรโมชั่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า "การส่งเสริมการตลาด" มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของของณภัทร โพธิ์ทอง (2566) ที่พบว่า รายได้ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ วีระชาติ อุตระนคร และสายพิน ปั่นทอง. (2562) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน การตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ (Healthy Bakery) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

เพศ การศึกษา และอาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตเมือง โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่คล้ายคลึงกันในกรุงเทพมหานคร ทฤษฎี วิถีชีวิต อาจอธิบายได้ว่า แม้ลักษณะประชากรพื้นฐานจะต่างกัน แต่เมื่อมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ และมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในระดับสูงเหมือนกัน พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจึงถูกขับเคลื่อนด้วยปัจจัยทางจิตวิทยาและการตลาดที่คล้ายกันมากกว่า ซึ่งเพศในยุคปัจจุบัน เบเกอรี่ไม่ได้ถูกมองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำกัดเฉพาะเพศใดเพศหนึ่ง การตัดสินใจซื้อจึงถูกขับเคลื่อนด้วยความนิยม รสชาติ และความสะดวกในการบริโภคมากกว่าความแตกต่างทางชีวภาพ ส่วนการศึกษาและอาชีพ กลุ่มวัยทำงานส่วนใหญ่มีการศึกษาที่สูงและประกอบอาชีพที่ต้องใช้ทักษะ ในเขตเมือง การรับรู้ข้อมูลสุขภาพและคุณภาพผลิตภัณฑ์จึงใกล้เคียงกัน ทำให้การตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ถูกกำหนดโดยกำลังซื้อจากรายได้มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของกับบรรณ ทาสอน (2563) ที่พบว่า อายุต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการวิจัยของณภัทร โพธิ์ทอง (2566) ที่พบว่า การศึกษา และอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานครอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการพยากรณ์สูงสุด ถือเป็นข้อสรุปที่สำคัญ และสามารถอธิบายเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีการตลาดที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแสดงให้เห็นว่าเบเกอรี่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยทำงาน และเป็นสินค้าที่ถูกเลือกด้วยความเต็มใจ สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ในส่วนของ ความต้องการและแรงจูงใจ การที่กลุ่มวัยทำงานมีความนิยมในการบริโภคเบเกอรี่สูง ชี้ให้เห็นว่าเบเกอรี่ตอบสนองความต้องการในระดับที่สูงกว่าไม่ใช่เพียงแค่ความหิวทางกายภาพ แต่รวมถึงความต้องการทางอารมณ์ เช่น การให้รางวัลตนเอง การสร้างความสุขในช่วงเวลาพักผ่อน หรือความสะดวกสบายในการเป็นอาหารรองท้องระหว่างวันทำงาน ดังนั้น ความนิยมที่สูงนี้สร้าง ความโน้มเอียงในการบริโภค (Consumption Inclination) ล่วงหน้า ทำให้กลุ่มวัยทำงานมีแนวโน้มที่จะมองหาและเปิดรับข้อเสนอเกี่ยวกับเบเกอรี่ได้ง่าย ดังที่ ไพลิน วัฒนาศรี โรจน์ และสุพาตา สิริกฤตดา (2560) ได้นำเสนอไว้ว่า เบเกอรี่จึงเป็นอาหารที่ตอบสนองกับความต้องการและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของคนเมือง และ Marketeer (2560) ได้นำเสนอไว้ว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคจะหันมารับประทานเบเกอรี่มากขึ้น จากการเติบโตของเมืองทำให้รูปแบบการทำงานเป็นไปอย่างเร่งรีบ ประกอบกับรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้คนมองหาอาหารเข้าที่สะดวกและรับประทานได้ทุกที่ ทานง่ายและอิ่มท้อง

การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ มีอิทธิพลสูงสุดในการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อ ยืนยันว่าแม้ผู้บริโภคจะมีความนิยมในผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว แต่ปัจจัยกระตุ้นภายนอกยังคงเป็นกลไกหลักในการเปลี่ยนความชอบให้กลายเป็นการซื้อจริง ซึ่งสนับสนุนความสำคัญของกลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps โดยเฉพาะด้าน Promotion การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการสร้างแรงจูงใจทางการตลาด เป็นการใช้หลักการ การกระตุ้นและการตอบสนอง (Kotler & Keller, 2022) เพื่อเร่งรัดกระบวนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการเร่งรัดการตัดสินใจ: ในกลุ่มวัยทำงานที่มีเวลาจำกัด การจัดโปรโมชั่นแบบมีเงื่อนไข เช่น ซื้อ 1 แถม 1 ส่วนลดตามช่วงเวลา หรือการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลที่เข้าถึงง่าย เช่น LINE Official Account, Facebook จะช่วยลดความลังเลและผลักดันให้เกิดการซื้อได้ทันที ส่วนอิทธิพลของการโฆษณา: การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสร้าง ความสำเร็จในแบรนด์ (Brand Awareness) และการระลึกถึงแบรนด์ (Brand Recall) ซึ่งมีความสำคัญมากในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีทางเลือกหลากหลาย ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของของณภัทร โพธิ์ทอง (2566) ที่พบว่า การส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยสรุป การเชื่อมโยงระหว่างความนิยมและการส่งเสริมการตลาดเป็นไปตามหลักการของ การตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications - IMC) ซึ่งหมายถึงการใช้เครื่องมือสื่อสารที่หลากหลายเพื่อส่งสารที่สอดคล้องและชัดเจน ซึ่งความนิยม เป็นพื้นฐานด้านจิตวิทยาที่ทำให้ผู้บริโภคเปิดใจรับสาร ส่วน การส่งเสริมการตลาด เป็นแรงผลักดันสุดท้ายที่เปลี่ยนความเปิดใจให้เป็นการกระทำ ดังนั้น กลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับตลาดเบเกอรี่ในกรุงเทพมหานคร คือการใช้การส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นผู้บริโภคที่มีความนิยมในผลิตภัณฑ์อยู่แล้วให้เกิดการซื้อที่เร็วขึ้นหรือถี่ขึ้นไม่ใช่เพียงแค่การสร้างความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1.1 ทศนคติ ความนิยมการบริโภค การรับรู้ในการบริโภค การส่งเสริมการตลาด และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

1.2 ลักษณะประชากร ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ การศึกษา และอาชีพ ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ โดยปัจจัย การส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลมากที่สุดในการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการสร้างแรงจูงใจทางการตลาดมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการกระตุ้นให้กลุ่มวัยทำงานตัดสินใจซื้อเบเกอรี่

2. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

2.1 ควรใช้กลยุทธ์การตลาดที่เน้นการสร้างประสบการณ์การบริโภค เช่น การจัดกิจกรรมหรือโปรโมชั่นที่เกี่ยวข้องกับเบเกอรี่ในงานสังคม

2.2 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และวิธีการบริโภคสามารถช่วยกระตุ้นให้กลุ่มวัยทำงานหันมาสนใจผลิตภัณฑ์เหล่านี้มากขึ้น

2.3 ควรพัฒนาสูตรเบเกอรี่ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติและมีคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อดึงดูดกลุ่มวัยทำงานที่ใส่ใจในสุขภาพ

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ผลกระทบของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและอินฟลูเอนเซอร์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของกลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

3.2 การวิเคราะห์ประสิทธิผลของกลยุทธ์ส่งเสริมการขายแบบมีเงื่อนไขต่อการเพิ่มความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่: กรณีศึกษาในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจ

3.3 การรับรู้คุณค่าทางโภชนาการและความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่ใส่ใจสุขภาพ

3.4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความชอบผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ฟิวชันในกลุ่มบุคคลวัยทำงานต่างชาติและไทยในกรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2562). ประชากรวัยทำงาน กิจกรรมทางกายเพื่อสุขภาพ. สืบค้นจาก

<https://dashboard.anamai.moph.go.th/workingage?year=2020>

- ณภัทร โพธิ์ทอง. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพฯ
- นันทิยา เกตุแก้ว และสายพิน ปั่นทอง. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุวัยต้นจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 38(3), 95-113.
- บรรณณ์ ทาสอน. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษาในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารร่มพญักษ์ มหาวิทยาลัยเกริก*, 38(2), 127-138.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ไพลิน วัฒนาศรีโรจน์ และสุพาตา สิริกุดตา. (2560). ส่วนประสมการตลาดบริการและคุณค่าตราสินค้าของ Home Bakery มหาวิทยาลัยสวนดุสิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 8(1), 105-124.
- วิระชาติ อุดรนคร และสายพิน ปั่นทอง. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพในร้านเบเกอรี่เพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 37(1), 78-92.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). *ตลาดเบเกอรี่และกาแฟ ปี 2566: ปัจจัยหนุนและช่องทางการตลาดใหม่*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FoodDelivery-FB-05-01-2023.aspx>
- Marketeer. (2560). *เกาะติดเทรนด์การบริโภคเบเกอรี่ 2017*. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/35744>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson Education.

Advancing Pedagogical Competence Curriculum Development for University Teachers in the Digital Transformation Age

**Nongnapas Thiengkamol^{1*} Velu Sinvayupak² Tanarat Khoowaranyoo Thiengkamol²
and Pataree Hansanontha²**

Received 3 October 2025.; Revised 16 December 2025; Accepted 19 December 2025

Abstract

The rapid digital transformation in higher education requires university teachers to develop advanced pedagogical competence that integrates authenticity, collaboration, data-informed decision-making, digital innovation, and reflective praxis. This research aimed to: 1) examine pedagogical competence requirements of university teachers in the digital transformation age; 2) develop a curriculum framework to advance pedagogical competence; and 3) evaluate its quality and effectiveness. The study employed research and development (R&D) design in four phases: foundational pedagogical anchors, curriculum design, curriculum quality dimensions, and effectiveness and impact. Research participants included 10 experts for in-depth interviews, 7 experts for a focus group, and 120 university teachers to assess effectiveness. Instruments included interview forms, focus group protocols, and a curriculum evaluation framework, with validity examined by experts. Data was analyzed using content analysis, mean, standard deviation, and t-test dependent. The results revealed that the developed curriculum framework consisted of objectives, guiding pedagogical principles, competence development strands, five integrated activities (Explorer, Collaborator, Integrator, Reflector, Innovator), strategic enablers for each phase, and evaluation dimensions. The quality of the curriculum was rated at the highest level across accuracy, relevance, feasibility, and benefits. Effectiveness testing indicated that university teachers who participated in the activities demonstrated significant improvement ($p < .01$) in pedagogical competence growth, curriculum quality outcomes, professional engagement, institutional and student impact, and sustainability and scalability. The findings confirm that the developed curriculum framework effectively advances pedagogical competence for university teachers in the digital transformation age.

Keywords: Pedagogical Competence; Curriculum Development; University Teachers; Digital Transformation; Higher Education

¹Sustainable Environmental Management Program, Faculty of Environment and Natural Studies, Mahasarakham University

²Independent Scholar

*Corresponding Author: mahidol@gmail.com

Introduction

The accelerated pace of digital transformation has reshaped higher education worldwide, creating complex demands for teaching and learning in universities. The integration of advanced technologies, diverse digital platforms, and new instructional modalities has transformed not only how knowledge is delivered but also the core competencies required of university teachers. UNESCO (2021) emphasized the necessity of equipping educators with digital and pedagogical skills that ensure accessibility, inclusivity, and innovation in higher education. Similarly, the International Society for Technology in Education (ISTE, 2021) identified educator standards to strengthen professional practice through digital integration, collaboration, and lifelong learning. Despite these global imperatives, numerous studies continue to report that many educators exhibit limited competence in leveraging digital tools, designing adaptive learning environments, and fostering reflective teaching practices in rapidly changing contexts (Basilotta-Gómez-Pablos et al., 2022; Kapasheva et al., 2024).

In this transformation age, university teachers must possess not only digital literacy but also advanced pedagogical competence - a holistic capacity that integrates authentic teaching, collaborative inquiry, data-informed decision-making, digital innovation, and reflective praxis. Previous studies in pre-service teacher education demonstrated the value of phenomenon-based learning, work-integrated learning, and technology-mediated pedagogy for strengthening learning management competencies (Silander, 2015; Kramer & Usher, 2011; Sentriyo et al., 2023). However, research on curriculum development for university-level educators remains limited, despite their pivotal role in shaping institutional transformation and student success in higher education.

Therefore, it is necessary to create a curriculum framework that systematically advances pedagogical competence for university teachers. This research was designed as a research and development (R&D) study, structured into four phases: curriculum design for university teachers, curriculum quality dimensions, and effectiveness and impact. In-depth interviews with experts, focus group discussions, and empirical testing with university teachers provided comprehensive data to inform the development process.

Research Objectives

The objectives of this research were fourfold: (1) to examine the pedagogical competence requirements of university teachers in the digital transformation age; (2) to develop a curriculum framework to advance pedagogical competence; (3) to identify and evaluate four curriculum quality dimensions, namely relevance, rigor, impact, and feasibility, in order to assess the overall quality and effectiveness of the developed curriculum.

Conceptual Framework

The research studied the concepts used for developing the curriculum, i.e., (1) Data-Informed Pedagogy (Ifenthaler et al., 2019); (2) Phenomenon-Based Pedagogy (Adipat, 2024); (3) Work-Integrated Pedagogy (Frison, 2023); (4) Technology-Mediated Pedagogy (Cao et al., 2025); and (5) Pedagogical Competence for Digital Resilience (Kapasheva et al., 2024). These concepts were synthesized to construct a curriculum framework aimed at advancing pedagogical competence for university teachers in the digital transformation age. The framework consists of four phases: Foundational Pedagogical Anchors, Curriculum Design for University Teachers, Curriculum Quality Dimensions, and Effectiveness & Impact. The structure of these interrelated phases is presented in Figure 1.

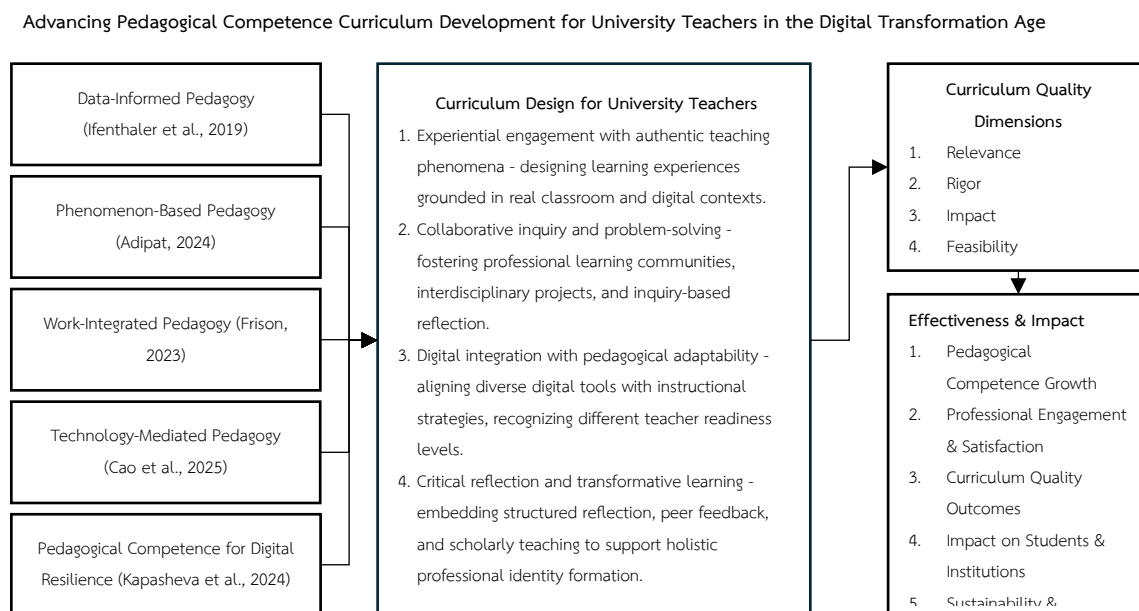


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

This study employed a research design, aiming to develop and evaluate a curriculum framework to advance pedagogical competence for university teachers in the digital transformation age. The methodology was structured into four phases: (1) Foundational Pedagogical Anchors, (2) Curriculum Design for University Teachers, (3) Curriculum Quality Dimensions, and (4) Effectiveness and Impact.

Phase I: Foundational Pedagogical Anchors

This phase investigated the theoretical and practical bases for pedagogical competence in the digital transformation age.

- Participants: 10 experts selected by purposive sampling, consisting of curriculum and instruction specialists, digital education experts, and higher education administrators.
- Instruments: A structured interview protocol validated by 7 experts, with an Index of Item-Objective Congruence (IOC) between 0.80 - 1.00.
- Data Analysis: Content analysis was applied to synthesize expert perspectives on essential pedagogical anchors.

Phase II: Curriculum Design for University Teachers

Based on findings from Phase I, a draft curriculum framework was developed.

- Core Components: Objectives, guiding pedagogical principles, competence development strands, integrated activities (Explorer, Collaborator, Integrator, Reflector, Innovator), strategic enablers, and evaluation dimensions.
- Process: The draft curriculum was reviewed and refined through a focus group of 7 experts, including senior university educators, curriculum designers, and specialists in instructional technology.
- Instruments: Focus group issues and draft framework documents, validated with IOC between 0.80 - 1.00.
- Outcome: A revised curriculum framework ready for pilot implementation.

Phase III: Curriculum Quality Dimensions

The developed framework was evaluated for quality and appropriateness.

- Participants: A panel of experts (different from Phase II) assessed the curriculum against four quality dimensions: relevance, rigor, impact, and feasibility.
- Instruments: A 3-point trichotomous scale assessment form validated by specialists, with IOC between 0.80 - 1.00.
- Data Analysis: Mean and standard deviation were used to determine overall quality levels.

Phase IV: Effectiveness and Impact

The curriculum framework was applied with a sample of 120 university teachers selected through stratified random sampling from population of Mahasarakham University. The curriculum was implemented over a total duration of 12 weeks.

- Procedure: Participants engaged in the designed activities (Explorer, Collaborator, Integrator, Reflector, Innovator) through structured workshops and implementation tasks.

- Evaluation Dimensions: (1) Pedagogical competence growth, (2) curriculum quality outcomes, (3) professional engagement and satisfaction*, (4) impact on students and institutions, and (5) sustainability and scalability.

- Instruments: Competence tests and evaluation forms, validated by experts (IOC = 0.80 - 1.00; reliability = 0.76 - 0.85 was obtained from 30 university teachers who are not sample group).

- Data Analysis: Dependent t-test and one-sample t-test were used to compare pre- and post-participation results against the 95% criterion. Significance was set at $p < .01$.

Ethical Considerations

The study was reviewed and approved by the institutional ethics committee. Participation was voluntary, with informed consent obtained from all experts and university teachers. Data confidentiality and anonymity were strictly maintained.

Data Analysis

Data analysis in this research was conducted using both qualitative and quantitative approaches, aligned with the research design.

Qualitative Data Analysis

- Data obtained from in-depth interviews with 10 experts and a focus group of 7 experts were analyzed using content analysis.

- The analysis process included transcription, coding, categorization, and synthesis to identify key themes related to foundational pedagogical anchors, curriculum design elements, and strategic enablers.

- Findings from this stage guided the development and refinement of the curriculum framework.

Quantitative Data Analysis

Quantitative data were derived from curriculum quality assessments and curriculum implementation with 120 university teachers.

- Curriculum Quality Evaluation

- Mean and standard deviation (SD) were calculated to assess overall quality levels in terms of relevance, rigor, impact, and feasibility.

- Effectiveness Testing

- University teachers' pedagogical competence was measured before and after participation in the curriculum activities.

- A dependent t-test was used to compare pre- and post-participation scores.

- Statistical significance was set at $p < .01$.

Validation of Instruments

- All research instruments (interview protocols, focus group guidelines, quality assessment forms, and competence tests) were validated by experts, yielding an Index of Item-Objective Congruence (IOC) between 0.80 - 1.00.

- Reliability of the quantitative instruments was established, with Cronbach's alpha values ranging from 0.76 - 0.85, indicating acceptable internal consistency.

Research Results

The results of this research are presented in accordance with the research objectives and the four phases of the curriculum development process.

Pedagogical Competence Anchors

The findings from in-depth interviews with 10 experts revealed that pedagogical competence for university teachers in the digital transformation age must integrate five key anchors:

1. Data-Informed Pedagogy - application of learning analytics and evidence-based insights for instructional improvement.

2. Phenomenon-Based Pedagogy - engagement with authentic, ill-structured problems across disciplines.

3. Work-Integrated Pedagogy - connection between academic knowledge and professional practice.

4. Technology-Mediated Pedagogy - flexible use of diverse digital tools and platforms.

5. Pedagogical Competence for Digital Resilience - adaptability, ethical practice, and sustainability in teaching innovation.

These anchors provided the theoretical foundation for the developed curriculum framework.

Curriculum Design for University Teachers

Based on the findings from focus group discussions with 7 experts, the developed curriculum framework consisted of the following components:

- Objective: To advance university teachers' pedagogical competence in the digital transformation age.

- Guiding Pedagogical Principles: authenticity, collaborative inquiry, digital integration, reflective praxis, and data-informed decision-making.

- Competence Development Strands: authentic teaching challenges, digital pedagogy integration, collaborative inquiry projects, reflective practice, and digital resilience.

- Activities: Explorer, Collaborator, Integrator, Reflector, and Innovator.

- Strategic Enablers: expert workshops, design studios, digital pedagogy labs, peer review, coaching, and institutional support.

The structure of these components and their interconnections are presented in Figure 2, which illustrates how objectives, principles, competence strands, activities, and strategic enablers are systematically integrated into the curriculum design. This figure highlights the process of linking theoretical anchors with practice-oriented activities to foster pedagogical competence development.

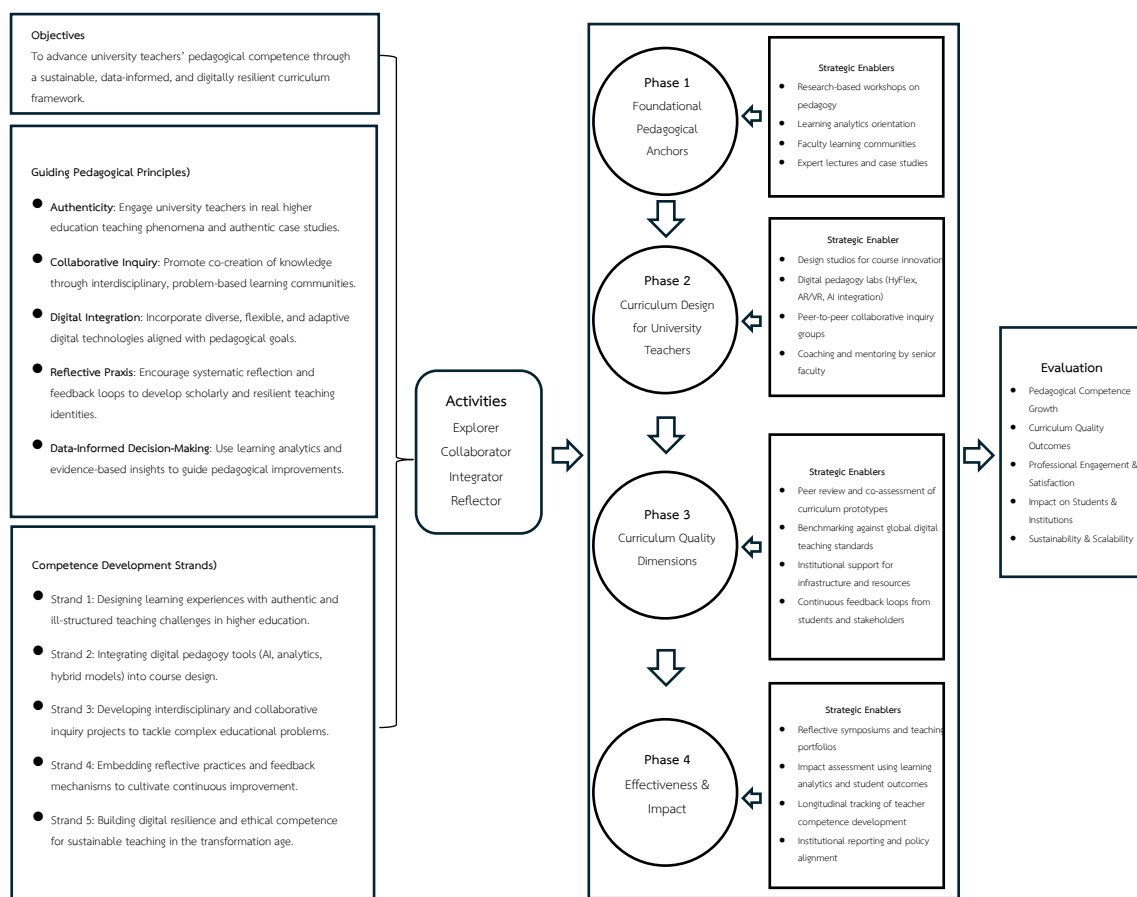


Figure 2 Curriculum Framework for Advancing Pedagogical Competence in the Digital Transformation Age

Curriculum Quality Dimensions

The assessment by a panel of experts indicated that the curriculum was rated at the highest level across all dimensions:

- Relevance - alignment with higher education needs in the digital transformation age.
- Rigor - evidence-based, theoretically robust, and pedagogically grounded.

- Impact - significant potential benefits for teachers, students, and institutions.
- Feasibility - adaptable and scalable for diverse higher education contexts.

Overall, mean scores for curriculum quality ranged in the highest category ($\bar{X}$ = 4.59 - 4.84, SD = 0.37 - 0.64), confirming the curriculum's validity and applicability. Importantly, the Item-Objective Congruence (IOC) scores for the evaluation instruments ranged between 0.86 - 1.00, demonstrating strong content validity. These details are presented in Table 1.

Effectiveness and Impact

Data from 120 university teachers demonstrated significant improvement after participation in the curriculum activities (Explorer, Collaborator, Integrator, Reflector, Innovator).

- Pedagogical Competence Growth: Post-participation scores were significantly higher than pre-participation scores ($p < .01$).
- Curriculum Quality Outcomes: Participants improved in their ability to design, implement, and evaluate digitally enhanced teaching.
- Professional Engagement: University teachers reported increased confidence, reflective practice, and deeper engagement in teaching roles.
- Impact on Students and Institutions: Implementation of the curriculum fostered student-centered, technology-integrated environments and institutional innovation.
- Sustainability and Scalability: Evidence indicated potential for long-term adoption, cross-departmental use, and policy alignment in higher education.

Furthermore, all Evaluation Dimensions Scores, when comparing pre- and post-participation results, showed statistically significant differences at $p < .01$ across all evaluation criteria, as presented in Table 2.

The results confirmed that the developed curriculum framework was effective in advancing pedagogical competence for university teachers in the digital transformation age.

Table 1 The results of Item-Objective Congruence (IOC) scores from experts.

Questions	Expert							Total Score	IOC	Result
	1	2	3	4	5	6	7			
Pedagogical Competence Growth										
Confidence in integrating digital tools into teaching practice has increased.	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	1.00	Conguent
Ability to design student-centered and active learning activities has improved.	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Use of data-informed strategies for evaluating and improving teaching has developed.	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	6	0.86	Conguent
Capacity to integrate authentic, real-world problems into curriculum has strengthened.	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	1.00	Conguent
Reflective teaching practices have become more systematic and effective.	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Curriculum Quality Outcomes										
Curriculum content is relevant to the teaching needs of university educators in the digital age.	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	1.00	Conguent
Curriculum design is rigorous, evidence-based, and theoretically grounded.	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Curriculum components are coherent and logically structured.	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Curriculum is feasible for implementation in diverse higher education contexts.	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	6	0.86	Conguent
Curriculum demonstrates potential to enhance teaching quality and student learning outcomes.	+1	+1	+1	+1	+1	+1	0	6	0.86	Conguent
Professional Engagement & Satisfaction										
Engagement with professional teaching responsibilities has been enhanced.	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	1.00	Conguent
Motivation to innovate in teaching practices has increased.	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	6	0.86	Conguent
Satisfaction with curriculum activities and learning experiences is high.	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Collaboration and knowledge exchange with peers have been supported.	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Professional identity as a university teacher has been strengthened.	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	1.00	Conguent

Questions	Expert							Total Score	IOC	Result
	1	2	3	4	5	6	7			
Impact on Students & Institutions										
Capacity to create student-centered learning environments has improved.	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Support for students' learning outcomes has been enhanced.	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	1.00	Conguent
Institutional capacity for teaching and learning innovation has been strengthened.	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Curriculum aligns with institutional policies and strategic goals.	+1	+1	+1	+1	0	+1	+1	6	0.86	Conguent
Quality of education at the institutional level has been positively influenced.	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	1.00	Conguent
Sustainability & Scalability										
Curriculum framework can be sustained long-term within higher education practice.	0	+1	+1	+1	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Curriculum is adaptable to changing technologies and learning environments.	+1	+1	+1	0	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Framework can be applied across disciplines and departments.	+1	+1	0	+1	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Institutional support mechanisms exist to sustain curriculum implementation.	+1	0	+1	+1	+1	+1	+1	6	0.86	Conguent
Curriculum framework has potential for national or international scalability.	+1	+1	+1	+1	+1	+1	+1	7	1.00	Conguent

Table 2 Statistical Comparison of Evaluation Dimension Scores Before and After Participation

Evaluation	Evaluation Dimensions Scores	<i>n</i>	$\bar{x}$	<i>SD</i>	<i>MD</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Pedagogical Competence Growth	Pre-Participation Score	120	49.23	4.39	28.53	11.96**	.000
	Post-Participation Score	120	77.77	6.92			
Curriculum Quality Outcomes	Pre-Participation Score	120	47.78	4.76	30.20	14.17**	.000
	Post-Participation Score	120	77.98	6.94			

Evaluation	Evaluation Dimensions Scores	<i>n</i>	$\bar{x}$	<i>SD</i>	<i>MD</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Professional	Pre-Participation Score	120	49.03	4.44	30.68	14.73**	.000
Engagement & Satisfaction	Post-Participation Score	120	79.71	6.66			
Impact on Students & Institutions	Pre-Participation Score	120	51.90	5.06	27.49	11.27**	.000
	Post-Participation Score	120	79.39	7.01			
Sustainability & Scalability	Pre-Participation Score	120	49.49	4.80	31.81	13.81**	.000
	Post-Participation Score	120	81.30	6.55			

From Table 2, all dimensions showed statistically significant growth at the .01 level, confirming the curriculum's effectiveness in fostering both immediate skill acquisition and long-term professional engagement.

Discussion of Research Findings

The findings of this study confirm that the developed curriculum framework is both valid and effective in advancing the pedagogical competence of university teachers in the digital transformation age. The statistically significant improvements across all evaluation dimensions ($p < .01$), as shown in Table 2, underscore the robustness of the design and its alignment with the needs of higher education.

Pedagogical Competence Growth

The increase in pedagogical competence scores (from 49.23 to 77.77, $t = 11.96$) indicates that the curriculum effectively enhanced university teachers' ability to design, implement, and reflect on innovative teaching practices. This aligns with Ifenthaler et al. (2019), who emphasized the value of data-informed pedagogy for improving instructional quality, and resonates with the old research on pre-service teachers, which also demonstrated significant gains in competence through structured, activity-based learning.

However, this study extends the findings by showing that similar approaches can be successfully adapted to university-level educators, who face more complex demands in digital ecosystems.

Curriculum Quality Outcomes

The improvement in curriculum quality outcomes (from 47.78 to 77.98, $t = 14.17$) reflects the success of embedding rigor, relevance, impact, and feasibility as core quality dimensions. The high ratings by experts (IOC = 0.86–1.00) reinforce the credibility of the framework. This finding supports the curriculum development principles of Posner (2004) and Glatthorn et al. (2019), while extending

the old research by demonstrating that systematic curriculum design principles, when paired with digital integration, can generate transformative results for higher education

Professional Engagement and Satisfaction

The significant growth in professional engagement and satisfaction (from 49.03 to 79.71, $t = 14.73$) highlights the curriculum's role in strengthening teacher motivation, reflective practice, and identity formation. This result resonates with Basilotta-Gómez-Pablos et al. (2022), who reported that digital competencies foster greater professional confidence. Compared with the old study, where satisfaction was measured primarily in relation to activities, the current research advances the discussion by situating professional engagement within a broader ecosystem of institutional transformation.

Impact on Students and Institutions

Sustainability and Scalability

The strongest improvement was found in sustainability and scalability (from 49.49 to 81.30, $t = 13.81$), showing that the curriculum design is adaptable, resilient, and positioned for long-term impact. This finding is consistent with Kapasheva et al. (2024), who emphasized the importance of digital resilience in sustaining educational innovation. It also represents a clear advancement from the previous findings, where sustainability was not addressed explicitly, thus adding a vital dimension to the discourse on curriculum development in the digital era.

Overall Contribution

In sum, the results provide strong evidence that the developed curriculum framework is theoretically grounded, empirically validated, and practically effective. By integrating data-informed, phenomenon-based, work-integrated, technology-mediated, and resilience-oriented pedagogies, the framework addresses the multi-dimensional challenges of digital transformation in higher education. Compared to the old research, which demonstrated effectiveness for pre-service teachers, the present study extends the scope to university educators, confirming that curriculum development grounded in authentic practice and digital innovation can foster competence, quality, engagement, impact, and sustainability simultaneously.

Thus, the study contributes not only to advancing curriculum theory but also to offering a scalable and sustainable model for universities seeking to strengthen pedagogical competence in the digital transformation age.

Conclusion and Recommendations

Conclusion

This study developed and validated a curriculum framework designed to advance the pedagogical competence of university teachers in the digital transformation age. Grounded in five pedagogical anchors “data-informed pedagogy, phenomenon-based pedagogy, work-integrated pedagogy, technology-mediated pedagogy, and digital resilience” the framework was constructed and evaluated through a systematic R&D process involving expert interviews, focus group refinement, and empirical testing with 120 university teachers.

The results demonstrated statistically significant improvements ($p < .01$) across all five evaluation dimensions: pedagogical competence growth, curriculum quality outcomes, professional engagement and satisfaction, impact on students and institutions, and sustainability and scalability. Expert validation further confirmed the curriculum’s high quality, with IOC scores ranging from 0.86–1.00. These findings underscore the robustness, relevance, and adaptability of the framework for higher education contexts.

Compared with prior research on pre-service teacher education, this study extends discourse by focusing on university educators, who face greater complexity in navigating digital ecosystems and institutional transformation. Importantly, the inclusion of sustainability and scalability as explicit evaluation dimensions highlights a forward-looking contribution, ensuring that the framework not only addresses immediate pedagogical needs but also fosters long-term resilience and institutional innovation.

In sum, the developed framework represents a sustainable, evidence-based, and transformative model that strengthens pedagogical competence while aligning with global imperatives for higher education in the digital transformation age.

Recommendations

1. For Practice

- Integration into Faculty Development: Universities should adopt the curriculum as part of structured faculty development programs to systematically enhance teaching competence in digital and hybrid environments.

- Continuous Reflection and Data Use: Teachers should be encouraged to engage in reflective practice and use learning analytics to continuously refine pedagogy.

- Peer Collaboration: The framework should be implemented within professional learning communities to foster collaborative inquiry and interdisciplinary innovation.

2. For Policy

- Institutional Policy Alignment: Higher education institutions should integrate this curriculum framework into strategic teaching and learning policies, ensuring alignment with digital transformation agendas. Moreover, the executives should launch policy to support university teachers to have opportunity of academic competency development.

- Resource Allocation: Policies should support investment in digital pedagogy labs, infrastructure, and mentoring systems that act as enablers of curriculum effectiveness.

- Scalability Across Institutions: Ministries and accreditation bodies should recognize the framework as a scalable model for improving teaching quality across universities nationally and internationally.

3. For Future Research

- Longitudinal Studies: Future research should investigate the long-term effects of the curriculum on sustained pedagogical competence and student learning outcomes.

- Cross-Context Application: Comparative studies across disciplines, institutional types, and cultural contexts can test the adaptability and universality of the framework.

- Advanced Digital Integration: Further studies should explore the integration of AI, adaptive learning systems, and immersive technologies (e.g., AR/VR) within the curriculum to expand its impact.

Final Reflection

This research contributes a significant step forward in curriculum development for higher education, moving beyond isolated digital skill training to a holistic model of pedagogical competence. By uniting authentic practice, collaborative inquiry, technological adaptability, and resilience, the framework equips university teachers to thrive in an era of continuous change. It is recommended that stakeholders in higher education adopt, adapt, and expand this model to ensure that teaching and learning remain relevant, rigorous, impactful, and sustainable in the digital transformation age.

References

- Adipat, S. (2024). Transcending traditional paradigms: The multifaceted realm of phenomenon-based learning. *Frontiers in Education*, 9, 1346403. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1346403>
- Basilotta Gómez-Pablos, V., Badia Garganté, A., & Pérez Garcías, A. (2022). Teachers' digital competencies in higher education: A systematic literature review. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 19(1), 1–16. <https://doi.org/10.1186/s41239-021-00312-8>

- Cao, Y., Yan, Z., Yang, L., Panadero, E., & Chen, C. (2025). Technology-mediated self-assessment in higher education: A critical review. *Contemporary Educational Technology*, 17(3), ep588. <https://doi.org/10.30935/cedtech/16739>
- Frison, D. (2023). *Higher education in post-Covid19: The digital transformation of work-integrated learning programmes*. Florence: Florence University Press. <https://doi.org/10.36253/979-12-215-0151-3.22>
- Glatthorn, A. A., Boschee, F., & Whitehead, B. M. (2019). *Curriculum leadership: Strategies for development and implementation*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Ifenthaler, D., Mah, D.-K., & Yau, J. Y.-K. (2019). Utilising learning analytics for study success: Reflections on current empirical findings. In D. Ifenthaler, D.-K. Mah, & J. Y.-K. Yau (Eds.), *Utilizing Learning Analytics to Support Study Success* (pp. 27–36). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64792-0_2
- International Society for Technology in Education. (2021). *ISTE Standards for Educators*. ISTE.
- Kapasheva, Z., Mirza, N., Shastsitka, I., Gelmanova, Z., Makouchyk, A., & Umbetova, A. (2024). Modeling the development of pedagogical competence in higher education educators amid the digitization of the contemporary world. *Frontiers in Education*, 9, 1360712. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1360712>
- Kramer, M., & Usher, A. (2011). *Work-integrated learning and higher education: A critical perspective* (Higher Education Strategy Associates Insight Brief 5). Retrieved from <https://higheredstrategy.com/wp-content/uploads/2011/11/InsightBrief5-FINAL-1.pdf>
- Posner, G. J. (2004). *Analyzing the curriculum* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Sentriyo, I., Sumarna, N., Rabani, L., & Arisanti, W. O. L. (2023). Integration of digital technology in the learning process through problem-based learning models. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 15(2), 2266–2274. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v15i2.3241>
- Silander, P. (2015). Phenomenon-based learning in Finland. In P. Silander & J. Koli (Eds.), *New learning in Finland: Towards 21st century pedagogy* (pp. 5–17). Helsinki: Finnish National Board of Education.
- UNESCO. (2021). *Reimagining our futures together: A new social contract for education*. Paris: UNESCO.

โครงสร้างทางความรู้สึกและความรุนแรงทางการเมือง: การวิเคราะห์เชิงทฤษฎี และเชิงประจักษ์ในบริบทโลก

ณธกร สุทธิรัตน์^{1*} วิทยากร ท่อแก้ว² และ กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์²

รับบทความ 14 พฤษภาคม 2568 แก้ไขบทความ 7 ตุลาคม 2568 ตอรับบทความ 20 ตุลาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์หลักสามประการ ได้แก่ 1) เพื่อวิเคราะห์แนวคิดเรื่องโครงสร้างของความรู้สึก (Structure of Feeling) และอารมณ์ทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับอำนาจ ความยุติธรรม และความรุนแรง, 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์กับความรุนแรงทางการเมืองในบริบทโลกและบริบทประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการลดความรุนแรงทางการเมืองผ่านการจัดการเชิงสื่อสารกับโครงสร้างของความรู้สึก บทความนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยอ้างอิงกรอบแนวคิดโครงสร้างของความรู้สึกของ Raymond Williams เพื่ออธิบายอารมณ์ทางการเมืองในฐานะโครงสร้างทางวัฒนธรรมที่ยังไม่ถูกจัดระบบ นอกจากนี้ ยังใช้แนวคิดการเมืองของอารมณ์ของ Sara Ahmed ที่มองว่าอารมณ์เป็นกลไกเชิงอำนาจที่เคลื่อนไหวผ่านวาทกรรม และกรอบกลไกทางอารมณ์ในขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมของ James Jasper ที่ชี้ว่าอารมณ์เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการระดมพล และการต่อต้านเชิงการเมือง ผลการศึกษาเบื้องต้นชี้ให้เห็นว่าอารมณ์ต่าง ๆ เช่น ความโกรธ ความหวาดกลัว และความหวัง ไม่ได้เป็นเพียงปฏิกิริยาของแต่ละบุคคล แต่ถูกสร้างและส่งผ่านเป็นโครงสร้างทางความรู้สึกที่ชี้นำการปฏิบัติการทางการเมืองที่นำไปสู่ความรุนแรงหรือการต่อต้านอย่างสันติ บทความนี้จึงเน้นย้ำความสำคัญของการจัดการทางสื่อสารเพื่อเปลี่ยนโครงสร้างทางความรู้สึกที่เป็นต้นตอของความรุนแรงทางการเมือง

คำสำคัญ: โครงสร้างทางความรู้สึก ความรุนแรงทางการเมือง อารมณ์ทางการเมือง การเมืองของอารมณ์

¹สาขานิเทศศาสตร์ แขนงนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

²สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

*ผู้ประสานงานหลัก: titipong.s@rmutp.ac.th

Structure of Feeling and Political Violence: A Theoretical and Empirical Analysis in the Global Context

Nadhakorn Sutirat^{1*} Wittayatorn Torkaew² and Kawit Srisamrit²

Received 14 May 2025.; Revised 7 October 2025; Accepted 20 October 2025

Abstract

This academic article has three main objectives: 1) to analyze the concept of "Structure of Feeling" and political emotions that influence the perception of power, justice, and violence, 2) to analyze the relationship between emotion and political violence in the global context and the Thai context, and 3) to propose guidelines for reducing political violence through communicative management of the structure of feeling. The article employs a qualitative analysis, utilizing Raymond Williams' framework of the Structure of Feeling to explain political emotion as an uncoded cultural structure. It also draws on Sara Ahmed's "Politics of Emotion," which views emotion as a mechanism of power mobilized through discourse, and James Jasper's framework on emotional mechanisms in social movements, which identifies emotion as a key driver for mobilization and political resistance. Preliminary findings indicate that emotions such as anger, fear, and hope are not merely individual reactions but are constructed and transmitted as a structure of feeling that guides political action, leading to violence or peaceful resistance. Therefore, this article emphasizes the importance of communicative management to shift the structure of feeling that underlies political violence.

Keywords: Structure of Feeling; Political Violence; Political Emotion; Politics of Emotion

¹Program in Innovative Communication in Political and Local Administration, Sukhothai Thammathirat OpenUniversity

²Program in Communication Arts, Sukhothai Thammathirat OpenUniversity

*Corresponding Author: titipong.s@rmutp.ac.th

บทนำ

ความรุนแรงทางการเมืองเป็นปรากฏการณ์ที่ฝังรากลึกอยู่ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติตั้งแต่สงคราม การปฏิวัติความขัดแย้งภายในรัฐไปจนถึงการเคลื่อนไหวทางสังคมที่นำไปสู่การปะทะกับอำนาจรัฐ (Tilly, 2003; Gurr, 1970) แม้ว่าปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น สถาบันทางการเมือง ระบบเศรษฐกิจ และเงื่อนไขทางสังคม จะเป็นองค์ประกอบสำคัญในการอธิบายความรุนแรงทางการเมืองแต่นักวิชาการเริ่มให้ความสนใจเพิ่มขึ้นกับบทบาทของโครงสร้างทางความรู้สึก (Structure of Feeling) ซึ่งเป็นกรอบที่อธิบายว่าความรู้สึกและอารมณ์ของผู้คนสามารถกำหนดหรือกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมทางการเมืองที่รุนแรงได้ (Ahmed, 2004; Jasper, 2011) แนวคิดเรื่องโครงสร้างทางความรู้สึกมีรากฐานมาจากการศึกษาอารมณ์ในเชิงสังคมและการเมือง ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความรู้สึกไม่ได้เป็นเพียงปฏิกิริยาทางจิตวิทยาส่วนบุคคลแต่เป็นโครงสร้างที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ทางสังคมและอำนาจที่แฝงอยู่ในบริบททางการเมือง (Massumi, 2015) อารมณ์เช่นความกลัว ความโกรธ ความหวัง และความเกลียดชัง สามารถถูกผลิตและควบคุมโดยอำนาจรัฐ หรือกลุ่มขบวนการทางการเมืองเพื่อสร้างอุดมการณ์และความชอบธรรมให้กับการใช้ความรุนแรง (Goodwin, Jasper, & Polletta, 2001)

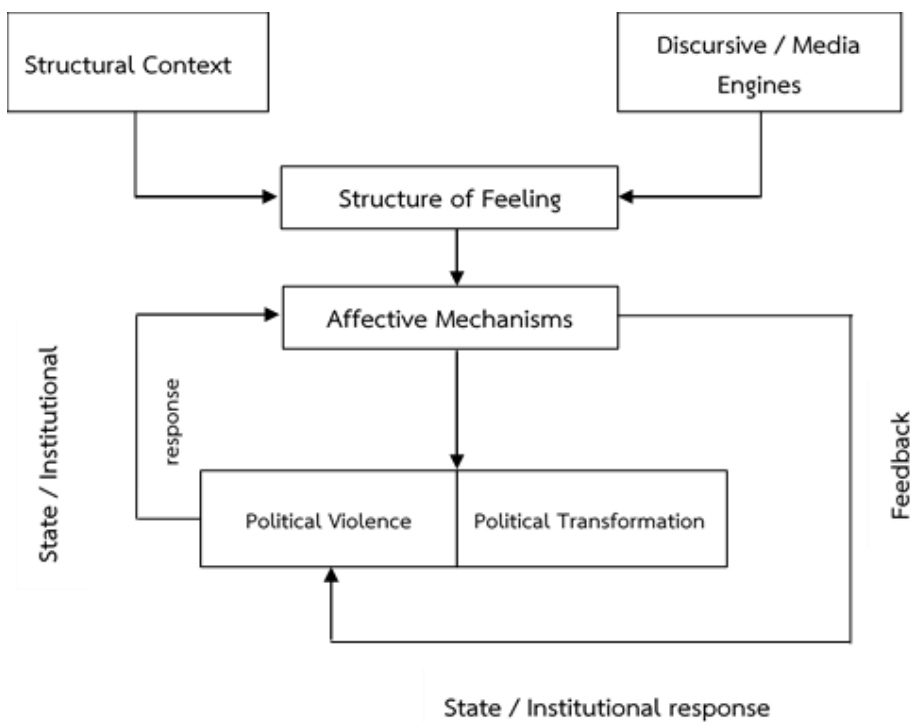
งานศึกษาหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าอารมณ์มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการระดมพลทางการเมืองและความรุนแรง การศึกษาของ Petersen (2002) พบว่าความแค้นและความกลัวเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความรุนแรงในสงครามชาติพันธุ์ ในขณะที่ Collins (2008) ชี้ให้เห็นว่าความรุนแรงมักเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่มีการกระตุ้นอารมณ์หมู่ และการกดทับความรู้สึกของฝ่ายตรงข้าม ตัวอย่างจากขบวนการปฏิวัติและการประท้วงในโลกสมัยใหม่ เช่น อาหรับสปริงหรือขบวนการประท้วง Black Lives Matter สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของอารมณ์ เช่นความโกรธ ความหวัง และความรู้สึกเป็นธรรมในการขับเคลื่อนพฤติกรรมของมวลชน (Gould, 2009; Flam & King, 2005) ด้วยเหตุนี้บทความนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางความรู้สึกกับความรุนแรงทางการเมือง โดยตั้งคำถามว่าอารมณ์ทางการเมืองสามารถเป็นตัวเร่งให้เกิดความรุนแรงได้อย่างไร และกลไกใดที่ทำให้อารมณ์เหล่านี้สามารถถูกควบคุมหรือใช้งานในกระบวนการทางการเมือง โดยอาศัยการวิเคราะห์เชิงทฤษฎีและการศึกษาเชิงประจักษ์จากกรณีศึกษาต่างๆ ทั่วโลก ผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงบทบาทของอารมณ์ในกระบวนการเปลี่ยนผ่านทางการเมืองและชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการจัดการกับอารมณ์ที่นำไปสู่ความรุนแรงในสังคม

ความรุนแรงทางการเมืองเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในสังคมโลกไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งภายในรัฐ การก่อการร้าย การลุกฮือของประชาชน หรือการใช้กำลังปราบปรามโดยรัฐ ทั้งนี้การทำความเข้าใจปัจจัยที่นำไปสู่ความรุนแรงทางการเมืองมักถูกวิเคราะห์ผ่านมุมมองเชิงโครงสร้างเช่นความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ การกระจายอำนาจ หรือการปะทะกันของอุดมการณ์ทางการเมือง อย่างไรก็ตามงานวิจัยในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมาได้ให้ความสนใจมากขึ้นกับบทบาทของอารมณ์และความรู้สึก (Affect) ในการขับเคลื่อนและกำกับพฤติกรรมทางการเมืองซึ่งนำไปสู่แนวคิดเรื่องโครงสร้างทางความรู้สึก (Structure of Feeling) ที่มีอิทธิพลต่อการเกิดและขยายตัวของความรุนแรงทางการเมือง

บทความนี้ต่อยอดจากงานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารความรุนแรงทางการเมืองบนโซเชียลมีเดีย: ความท้าทายกรอบทฤษฎี และแนวทางการกำกับดูแล” (ณกร สุทธิรัตน์ และคณะ, 2568) มุ่งศึกษาบทบาทของโซเชียลมีเดียในการส่งเสริมและขยายความรุนแรงทางการเมืองโดยในบทความนี้ได้ขยายการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบสากลผ่านกรณีศึกษาจากต่างประเทศ พร้อมทั้งเสนอกรอบนโยบายเชิงระบบ (systemic algorithmic policy) ที่ตอบโต้เชิงโครงสร้าง

มากกว่าระดับปัจเจกโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์แนวคิดเรื่องโครงสร้างของความรู้สึกและอารมณ์ทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับอำนาจ ความยุติธรรม และความรุนแรง โดยอิงกรอบแนวคิดของ Raymond Williams และนักทฤษฎีร่วมสมัยในศาสตร์การเมืองและวัฒนธรรม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างของความรู้สึกกับความรุนแรงทางการเมืองในบริบทโลกและประเทศไทย โดยเน้นการวิเคราะห์บทบาทของอารมณ์ในฐานะเครื่องมือในการกระตุ้นหรือควบคุมการเผชิญหน้า การระดมมวลชน และการกำกับพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชน และเพื่อเสนอแนวทางการลดความรุนแรงทางการเมืองผ่านการจัดการเชิงสื่อสารกับโครงสร้างของความรู้สึก โดยพิจารณาศักยภาพของอารมณ์ในฐานะกลไกสร้างความปรองดอง ลดความขัดแย้ง และส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางประชาธิปไตยอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมแห่งอารมณ์และความรุนแรง: การเปลี่ยนผ่านจากโครงสร้างความรู้สึกสู่กลไกเชิงนโยบายเพื่อสันติภาพทางการเมือง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

โครงสร้างของความรู้สึกและอารมณ์ทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับอำนาจ ความยุติธรรม และความรุนแรง

โครงสร้างทางความรู้สึก (Structure of Feeling) ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างไร้แบบแผนแต่ถูกกำหนดและหล่อหลอมจากหลายปัจจัยเชิงโครงสร้าง ทั้งทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อการก่อตัวของอารมณ์ทางการเมืองในระดับมหภาค ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่สะสมและปะทุออกมาในรูปแบบของความโกรธ ความกลัว หรือความหวัง ซึ่งสามารถนำไปสู่การเคลื่อนไหวทางสังคม หรือกลายเป็นเครื่องมือในการควบคุมโดยรัฐ ทั้งนี้ การทำความเข้าใจปัจจัยเหล่านี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์การเมืองแห่งอารมณ์ (Affective Politics) และการจัดกรอบอารมณ์ (Framing of Emotion) ในแต่ละบริบท

1. ปัจจัยทางสังคม: ขนชั้น อัตลักษณ์ และความเหลื่อมล้ำเชิงอำนาจ อารมณ์ทางการเมืองมักมีรากฐานจากโครงสร้างทางชนชั้นและอัตลักษณ์ทางการเมืองที่สั่งสมในประวัติศาสตร์ ความรู้สึกคับข้องใจ (frustration) และความไม่ไว้วางใจ (distrust) มักจะถูกกระตุ้นในกลุ่มที่รู้สึกว่าตนเองถูกกีดกันจากระบบเศรษฐกิจหรือสังคม (Tilly, 2003; McAdam, 2017) กรณีของประเทศไทย เช่น ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนเสื้อแดงกับคนเสื้อเหลือง มิใช่ความขัดแย้งเชิงอุดมการณ์อย่างเดียว แต่สะท้อนถึงชนชั้นทางเศรษฐกิจและอำนาจที่แตกต่างกัน (อภิชาติ สถิตนิรามัย และอนุสรณ์ อุณโณ, 2560) การเปลี่ยนผ่านจากแรงงานชนบทสู่สังคมทุนนิยม และการตื่นตัวทางการเมืองของชนชั้นล่างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สร้างรูปแบบอัตลักษณ์ใหม่ที่มีความสำนึกในความไม่เท่าเทียม และความปรารถนาในการมีตัวตนทางการเมือง (ณัฐพล ใจจริง, 2558) อารมณ์เหล่านี้กลายเป็นฐานพลังสำหรับการเคลื่อนไหวซึ่งท้าทายอำนาจนาในระยะยาว

2. ปัจจัยทางวัฒนธรรม: วาทกรรม การผลิตอารมณ์ และการจัดกรอบเชิงสัญลักษณ์ วาทกรรมทางการเมืองและสื่อสารมวลชนมีบทบาทสำคัญในการผลิตและควบคุมอารมณ์ของสาธารณชน ผ่านการกำหนดความหมายของ “ภัยคุกคาม” หรือ “ความชอบธรรม” ในสังคมการเมือง (Fairclough, 2003; Wodak, 2015) ตัวอย่างในประเทศไทย เช่น รายการ “คืนวันศุกร์ให้ประชาชน” หรือคำว่า “คนดี” ถูกใช้เพื่อสร้างกรอบความรู้สึกของความกลัว ความรักดี และความสงบเรียบร้อย กรณีระดับนานาชาติ เช่น สโลแกน “Make America Great Again” หรือวาทกรรม Brexit ชี้ให้เห็นว่า อารมณ์ทางการเมือง เช่น ความภาคภูมิใจ ความโกรธ และความกลัว สามารถถูกผลิตขึ้นโดยกลไกทางภาษาและสื่อ เพื่อส่งเสริมโครงการทางการเมืองที่เน้นความเป็นกลุ่ม และกระตุ้นการแบ่งขั้วทางอารมณ์ในสังคม (Hochschild, 2016; Gusterson, 2017)

3. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ: ความคับข้องใจจากความเหลื่อมล้ำเชิงโครงสร้าง ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ ทรัพยากร และโอกาสทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิด “อารมณ์แห่งความไม่เป็นธรรม” ซึ่งสามารถระเบิดเป็นความโกรธ ความคับข้องใจ หรือความสิ้นหวังในการเมือง (Gurr, 1970; Gause, 2011) กรณีของประเทศไทยแสดงให้เห็นว่าความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงบริการพื้นฐานและปัญหาหนี้สินครัวเรือนเป็นต้นทางของความรู้สึกอยุติธรรมที่ฝังรากในหมู่ประชาชน (สำนักงานสภาพัฒน์, 2566; PIER, 2564)

ความรู้สึกนี้สามารถนำไปสู่การเคลื่อนไหวในลักษณะ “การระดมความคับข้องใจ” (mobilized grievance) ซึ่งพบได้ทั้งในกรณีของ Arab Spring และการเคลื่อนไหวของเยาวชนไทยในปี 2563 (McCargo & Naruemon, 2020) ขณะที่แนวทางเชิงนโยบาย เช่น การกระจายทรัพยากร การลงทุนในทุนมนุษย์และการลดช่องว่างทางเศรษฐกิจ อาจช่วยลดระดับความรุนแรงของโครงสร้างความรู้สึกเชิงลบในระยะยาว (EEF, 2024)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบบริบทของโครงสร้างทางความรู้สึกในกรณีศึกษา

ปัจจัย	Black Lives Matter (BLM) สหรัฐอเมริกา	Arab Spring ตะวันออกกลาง	การเคลื่อนไหวเยาวชนไทย ปี 2563
บริบททางการเมือง	ความไม่เท่าเทียมทางเชื้อชาติ และความรุนแรงของตำรวจ	รัฐเผด็จการ, การกดขี่ทางการเมือง, ปัญหาเศรษฐกิจ	ข้อเรียกร้องเพื่อประชาธิปไตย, การต่อต้านอำนาจรัฐ
อารมณ์หลัก	ความโกรธ (Anger), ความเศร้า (Grief), ความหวัง (Hope)	ความกลัว (Fear), ความหวัง (Hope), ความคับข้องใจ (Frustration)	ความโกรธ (Anger), ความหวัง (Hope), ความไม่พอใจ (Dissatisfaction)
รูปแบบการเคลื่อนไหว	การประท้วงในเมืองใหญ่, แคมเปญ 'Defund the Police'	การลุกฮือของประชาชน, การชุมนุมในที่สาธารณะ	การชุมนุมของเยาวชน, การใช้สื่อดิจิทัล, meme, pop culture
บทบาทของสื่อ	โซเชียลมีเดีย (Twitter, Instagram), สื่อกระแสหลัก	Facebook, Twitter มีบทบาท สำคัญ	Twitter, Facebook, มีมและวัฒนธรรมร่วมสมัย
การตอบสนองของรัฐ	การใช้กำลังปราบปราม, การต่อต้านผ่านระบบการเมือง	การตอบโต้รุนแรง, การเปลี่ยนแปลงรัฐบาลบาง ประเทศ	การใช้กฎหมายควบคุม, จับกุมและดำเนินคดีกับผู้ชุมนุม
ผลกระทบระยะสั้น	การตื่นตัวทางสังคม, แรงกดดันต่อระบบตำรวจ	การล้มรัฐบาล, บางประเทศเข้าสู่ สงครามกลางเมือง	การตื่นตัวทางการเมืองของ เยาวชน, การขยายพื้นที่ สาธารณะ
ผลกระทบระยะยาว	การเปลี่ยนแปลงวาทกรรม เรื่องเชื้อชาติ, นโยบายด้าน ความปลอดภัย	ความไม่แน่นอนทางการเมือง ต่อเนื่อง	เพิ่มแรงกดดันให้เกิดการปฏิรูป สถาบันทางการเมือง

ตารางนี้แสดงการเปรียบเทียบโครงสร้างทางความรู้สึกในบริบทของการเคลื่อนไหวทางการเมืองสามกรณี ได้แก่ ขบวนการ Black Lives Matter (BLM) ในสหรัฐอเมริกา ขบวนการ Arab Spring ในตะวันออกกลาง และการเคลื่อนไหวของเยาวชนไทยในปี พ.ศ. 2563 โดยวิเคราะห์ในมิติเชิงโครงสร้าง ได้แก่ บริบททางการเมือง อารมณ์หลักที่เป็นแรงขับเคลื่อน รูปแบบการเคลื่อนไหว บทบาทของสื่อ การตอบสนองของรัฐ และผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

การเปรียบเทียบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าแม้อารมณ์หลักที่ปรากฏในแต่ละกรณี เช่น ความโกรธ ความกลัว หรือความหวัง จะมีรูปแบบและระดับความเข้มข้นที่แตกต่างกัน แต่ทั้งหมดล้วนเป็นผลลัพธ์จากโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการก่อตัวของ “โครงสร้างทางความรู้สึกร่วม” (Structure of Feeling) ในแต่ละบริบท ขณะเดียวกัน บทบาทของสื่อ โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการขยายอารมณ์เหล่านั้นออกสู่สาธารณะ กลายเป็นเครือข่ายอารมณ์ร่วม (affective publics) ที่สามารถสร้างพลังทางการเมืองหรือกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง

อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์ของการเคลื่อนไหวทางการเมืองยังขึ้นอยู่กับลักษณะของรัฐและวิธีการตอบสนองต่ออารมณ์ของประชาชน หากรัฐเลือกใช้กลไกแห่งความกลัวหรือการปราบปรามเพื่อควบคุมอารมณ์สาธารณะ ย่อมส่งผล

ต่อการยึดถือของความขัดแย้ง ในทางกลับกัน หากรัฐสามารถแปลงอารมณ์เหล่านี้ให้เป็นพื้นที่ของการมีส่วนร่วมอย่างสันติ ก็อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงประชาธิปไตยอย่างยั่งยืน

การเปรียบเทียบทั้งสามกรณีชี้ให้เห็นว่า “อารมณ์ทางการเมือง” มิใช่ปรากฏการณ์เฉพาะหน้า แต่เป็นผลสะสมของโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่แฝงอยู่ในประวัติศาสตร์การเมืองของแต่ละประเทศ โครงสร้างทางความรู้สึกจึงทำหน้าที่ทั้งในเชิงสะท้อน (reflective) และเชิงผลิต (productive) ต่อพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชน ความแตกต่างของบริบทโครงสร้างและการตอบสนองของรัฐเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ของขบวนการทางสังคม หากรัฐสามารถบริหารจัดการอารมณ์ของสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพผ่านกลไกเชิงนโยบายที่เท่าเทียม ย่อมมีโอกาสลดทอนความรุนแรงและสร้างเสถียรภาพในระยะยาว

โครงสร้างของความรู้สึกกับความรุนแรงทางการเมืองในบริบทโลกและประเทศไทย

ผลการศึกษายืนยันว่าอารมณ์ทางการเมืองมิได้เป็นเพียงปัจจัยรองในการก่อให้เกิดพฤติกรรมทางการเมืองแต่เป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อการก่อตัว ขยายตัวหรือควบคุมความรุนแรงทางการเมืองในบริบทต่าง ๆ อารมณ์ เช่น ความโกรธ (anger), ความกลัว (fear), และความหวัง (hope) สามารถถูกใช้เป็นเครื่องมือของรัฐเพื่อสร้างความชอบธรรมทางอำนาจ หรือในทางกลับกัน กลายเป็นพลังของขบวนการต่อต้านอำนาจรัฐอารมณ์เหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นโดยลำพังแต่ถูกผลิต ขยาย และควบคุมผ่านโครงสร้างทางวาทกรรม สื่อสารมวลชน และอำนาจรัฐโดยการจัดวางอารมณ์ภายใต้ “โครงสร้างทางความรู้สึก” ที่ Raymond Williams (1977) อธิบายว่าเป็นบรรยากาศทางอารมณ์ร่วมในช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์หนึ่ง ๆ

1. กรณีศึกษา: ขบวนการ Black Lives Matter (BLM) – สหรัฐอเมริกา

ขบวนการ Black Lives Matter (BLM) เป็นตัวอย่างสำคัญของการปลุกเร้า “ความโกรธเชิงโครงสร้าง” (structural anger) ที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ถึงความอยุติธรรมเชิงสถาบัน โดยเฉพาะระบบตำรวจและการเลือกปฏิบัติทางเชื้อชาติ เหตุการณ์การเสียชีวิตของ George Floyd ในปี 2020 ซึ่งถูกตำรวจใช้กำลังเกินกว่าเหตุ ได้จุดชนวนความรู้สึกไม่พอใจในหมู่ประชาชนทั่วประเทศผ่านภาพวิดีโอที่ถูกเผยแพร่บนโซเชียลมีเดีย ความโกรธนี้ไม่ใช่เพียงอารมณ์ปัจเจก แต่ได้แปรเปลี่ยนเป็น “โครงสร้างของความรู้สึกแบบเกิดใหม่” (emergent structure of feeling) ที่เชื่อมโยงประชาชนหลากหลายกลุ่มเข้าด้วยกันภายใต้กรอบของความไม่พอใจร่วม (Jasper, 2018; Williams, 1977) ผ่านการจัดกรอบ (framing) ด้วยแฮชแท็ก #BlackLivesMatter และการรณรงค์ภาพสัญลักษณ์ต่าง ๆ บนสื่อดิจิทัล ความรู้สึกโกรธถูกทำให้กลายเป็นสาธารณะ (affective publics) ตามแนวคิดของ Papacharissi (2015) ซึ่งส่งผลให้เกิดการประท้วงในหลายร้อยเมืองทั่วสหรัฐฯ และขยายไปยังบริบทนานาชาติ ความโกรธนี้เมื่อถูกตอบโต้ด้วยการใช้กำลังของรัฐ กลับยิ่งเพิ่มระดับของความปะทุ และสร้างวัฏจักรของอารมณ์ที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น (Tarrow, 2021)

2. กรณีศึกษา: Arab Spring – ตะวันออกกลาง

Arab Spring เป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อน “ความหวังเชิงโครงสร้าง” (residual structure of hope) ซึ่งถูกหล่อเลี้ยงมายาวนานในสังคมอาหรับและปะทุขึ้นเป็นพลังเคลื่อนไหวเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ความอยุติธรรมทางเศรษฐกิจ การกดขี่ของรัฐ และการขาดเสรีภาพ ขบวนการนี้เริ่มต้นในตูนิเซียและลุกลามไปยังหลายประเทศ เช่น อียิปต์ ซีเรีย และลิเบีย โดยมีอารมณ์ของ “ความคับข้องใจเชิงสะสม” ทำหน้าที่เป็นฐานพลังของการระดมมวลชน (Gerges, 2014) ในบริบทนี้สื่อดิจิทัล เช่น Facebook และ Twitter ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะแห่งอารมณ์ (affective space) ที่ผู้ใช้สามารถแบ่งปันความรู้สึก ความเจ็บปวด และความฝันในอนาคตร่วมกันทำให้ความหวัง

กลายเป็นโครงสร้างทางความรู้สึกที่มีพลังทางการเมือง การประสานกันของอารมณ์ ความรู้ และการจัดวางเชิงสื่อสาร ทำให้ Arab Spring ไม่ใช่เพียงการประท้วงเชิงโครงสร้างแต่เป็นการปลุกชีวิตทางอารมณ์ของประชาชนภายใต้สภาวะการปิดกั้นของรัฐ

3. กรณีศึกษา: การเคลื่อนไหวของเยาวชนไทยเพื่อประชาธิปไตย – พ.ศ. 2563

ในประเทศไทยขบวนการเคลื่อนไหวของเยาวชนในปี 2563 แสดงให้เห็นถึงบทบาทของ “ความหวัง” และ “ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน” ในฐานะอารมณ์เชิงบวกที่ถูกผลิตผ่านพื้นที่ดิจิทัล ความโกรธต่อความอยุติธรรมและการผูกขาดอำนาจของรัฐบาลเข้ากับความผันแปรนิยมประชาธิปไตยที่ได้รับอิทธิพลจากการเคลื่อนไหวระดับโลก เช่น BLM และ Hong Kong Umbrella Movement ความรู้สึกของความหวังและการมีส่วนร่วมถูกรวมศูนย์ผ่านแฮชแท็ก เช่น #ให้มันจบที่รุ่นเรา และการใช้ศิลปะ ดนตรี และมีมในการปลุกเร้าอารมณ์ ทำให้เกิดโครงสร้างของความรู้สึกแบบ “emergent and hybrid” ที่มีพลังสร้างความเปลี่ยนแปลง แม้จะต้องเผชิญกับการคุกคามจากรัฐอย่างต่อเนื่อง (McCargo, 2021) อารมณ์ในกรณีนี้ไม่เพียงแต่ลดความรุนแรง แต่ยังช่วยสร้างแนวรบใหม่ของการต่อต้านเชิงสันติบนพื้นที่ออนไลน์ และเปิดพื้นที่การเมืองใหม่ที่หลุดจากการครอบงำของอำนาจดั้งเดิม

การควบคุมอารมณ์ผ่านวาทกรรมและความรุนแรงของรัฐ

ในขณะที่ขบวนการเคลื่อนไหวใช้ความโกรธและความหวังเพื่อสร้างพลังทางการเมือง รัฐกลับใช้อารมณ์ในทิศทางตรงกันข้ามโดยเฉพาะ “ความกลัว” ที่ถูกผลิตผ่านวาทกรรม เช่น “ภัยต่อความมั่นคง” หรือ “ศัตรูของชาติ” ตัวอย่างเช่น การสลายการชุมนุมในประเทศไทยช่วงปี 2553 ได้แสดงให้เห็นว่าความกลัวถูกจัดกรอบ (framed) ให้ประชาชนยอมรับการใช้กำลังของรัฐ ซึ่งสื่อกระแสหลักมีบทบาทในการสร้างความชอบธรรมให้กับรัฐผ่านการตีความเหตุการณ์ในลักษณะที่ลดทอนความเป็นมนุษย์ของผู้ชุมนุม (Wodak, 2015; McCargo, 2014) กลไกนี้สะท้อนการใช้อารมณ์เป็นเครื่องมือควบคุมประชาชน และผลิตโครงสร้างความรู้สึกร่วมในลักษณะ “dominant structure of fear” ที่ปิดกั้นการมีส่วนร่วมทางการเมือง และลดศักยภาพของขบวนการเคลื่อนไหว

อารมณ์ทางการเมืองในแต่ละกรณีศึกษามีได้เป็นผลเฉพาะจากเหตุการณ์ แต่เป็นผลจากการจัดวางทางวาทกรรม อิทธิพลของสื่อและสื่อดิจิทัล และพลวัตของอำนาจในบริบทเฉพาะ อารมณ์อย่าง “ความโกรธ” “ความกลัว” และ “ความหวัง” ทำหน้าที่เป็นทั้งเครื่องมือของรัฐและของขบวนการเคลื่อนไหวเพื่อการขับเคลื่อนหรือควบคุมความรุนแรงทางการเมือง กรอบแนวคิด Structure of Feeling ทำให้เข้าใจว่าอารมณ์เหล่านี้คือ “โครงสร้างที่ยังไม่ถูกรับรู้โดยระบบอำนาจหลัก” (Williams, 1977) ซึ่งสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือถูกแปรสภาพเพื่อรักษาสถานะเดิมของรัฐได้

แนวทางจัดการอารมณ์ทางการเมืองเพื่อการลดความรุนแรง: จากโครงสร้างของความรู้สึกสู่กลไกเชิงนโยบาย

อารมณ์ทางการเมืองมิใช่ปฏิกริยาเฉียบพลันที่แยกขาดจากโครงสร้างทางสังคมและอำนาจ หากแต่เป็นผลลัพธ์ของ “โครงสร้างทางความรู้สึก” (Structure of Feeling) ที่ Raymond Williams (1977) เสนอว่าเป็นรูปแบบของอารมณ์ร่วมที่ยังไม่ถูกจัดระเบียบอย่างเป็นทางการแต่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และการปฏิบัติของผู้คนในบริบทประวัติศาสตร์ต่างๆ อารมณ์เชิงลบ เช่น ความโกรธ ความคับข้องใจ และความหวาดกลัว ล้วนสามารถถูกกระตุ้นให้กลายเป็นพลังทางการเมืองที่นำไปสู่ความรุนแรง หากไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม

การเรียนรู้จากกรณีศึกษา: แนวทางจัดการอารมณ์ทางการเมืองในบริบทเปรียบเทียบ การเปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้งสาม ได้แก่ ขบวนการ Black Lives Matter (BLM) ในสหรัฐอเมริกา, การลุกฮือของประชาชนใน Arab

Spring และการเคลื่อนไหวของเยาวชนไทยในปี พ.ศ. 2563 ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าโครงสร้างของความรู้สึกร่วม (Structure of Feeling) มีบทบาทเชิงกลไกต่อความเป็นไปของความรุนแรงทางการเมือง โดยเฉพาะในด้านการสะสม การระเบิด และการแปรรูปของอารมณ์ทางการเมือง อาทิ ความโกรธ ความกลัว และความหวัง ความแตกต่างของ ผลลัพธ์ในแต่ละกรณีมิได้เกิดจากความเข้มข้นของอารมณ์เพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับการจัดการเชิงโครงสร้าง ของรัฐและสังคมในการจัดวางอารมณ์เหล่านั้นอย่างเป็นระบบ

ในกรณีของ BLM แม้จะเกิดจากความโกรธอย่างลึกซึ้งต่อความอยุติธรรมเชิงโครงสร้างด้านเชื้อชาติและความรุนแรงของตำรวจ แต่สหรัฐอเมริกายังมีลักษณะบางประการของ *political safe space* ที่เปิดให้มีการอภิปรายสาธารณะ การวิพากษ์นโยบาย และการเคลื่อนไหวในระบบได้บ้าง เช่น การเสนอแนวนโยบาย "Defund the Police" และการ ปฏิรูประบบตำรวจในหลายเมือง ทำให้อารมณ์เชิงลบบางส่วนถูกแปรรูปเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายผ่านกลไกทาง ประชาธิปไตย ผลลัพธ์ของ BLM จึงมิได้จบลงด้วยความรุนแรงระยะยาวเท่านั้น หากแต่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิง โครงสร้างบางประการในสังคมอเมริกัน

ตรงกันข้ามกับ Arab Spring เริ่มต้นจากความหวังและความคับข้องใจที่แพร่กระจายผ่านโครงสร้างความรู้สึก ร่วมของผู้ถูกกดขี่ในสังคมเผด็จการแต่การที่รัฐในหลายประเทศตอบโต้ด้วยการปิดพื้นที่ทางอารมณ์ (emotional repression) และการใช้กำลังอย่างรุนแรง ทำให้อารมณ์เหล่านั้นไม่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นข้อเสนอเชิงสถาบันได้ ส่งผลให้ความหวังและความโกรธถูกรวบรวมศูนย์เป็นพลังทำลาย (destructive affective force) และนำไปสู่สงคราม กลางเมืองในหลายประเทศ กรณีนี้แสดงให้เห็นว่าการจัดการอารมณ์ที่ผิดพลาดหรือไม่มีกลไกรองรับย่อมส่งผลเสีย รุนแรงต่อเสถียรภาพทางการเมืองระยะยาว

ส่วนกรณีของประเทศไทยในปี 2563 เป็นตัวอย่างของการเคลื่อนไหวที่ขับเคลื่อนด้วยอารมณ์เชิงบวก เช่น ความหวัง ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และอุดมการณ์ประชาธิปไตยของคนรุ่นใหม่ อย่างไรก็ตาม รัฐไทยกลับ ตอบสนองด้วยการใช้กฎหมายจำกัดเสรีภาพ การดำเนินคดี และการปิดพื้นที่ดิจิทัลบางส่วน ส่งผลให้โครงสร้างของ ความรู้สึกร่วมไม่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นพื้นที่เชิงสถาบัน (institutional affective space) ได้อย่างแท้จริง ความไม่ พอใจและความโกรธจึงยังคงสั่งสมอยู่ในสังคม แม้การเคลื่อนไหวจะมีลักษณะสร้างสรรค์และไม่ใช้ความรุนแรง การขาด กลไกเยียวยาและการมีส่วนร่วมทางนโยบายทำให้การจัดการอารมณ์ในกรณีนี้ยังไม่สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิง ระบบได้

จากการเปรียบเทียบทั้งสามกรณีงานวิจัยนี้เสนอว่าการจัดการอารมณ์ทางการเมืองไม่ควรเน้นเพียงการระงับ หรือควบคุมความรู้สึกของประชาชน แต่ควรสร้างกลไกที่เปิดพื้นที่สำหรับการแสดงออกทางอารมณ์อย่างมีโครงสร้าง อาทิ การจัดเวทีเสวนาสาธารณะ การส่งเสริมวาทกรรมทางเลือกผ่านสื่อสร้างสรรค์ การสนับสนุนการศึกษาทางอารมณ์ ในระดับเยาวชน และการเปิดเผยข้อมูลของรัฐอย่างโปร่งใสเพื่อสร้างความไว้วางใจเชิงโครงสร้าง

ในภาพรวมการศึกษาเปรียบเทียบนี้ตอกย้ำว่าการลดความรุนแรงทางการเมืองต้องดำเนินการผ่านการเข้าใจและ จัดการกับโครงสร้างของความรู้สึกในระดับนโยบาย โดยมุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านจากอารมณ์เชิงลบไปสู่พลังสร้างสรรค์ ของการเปลี่ยนแปลงทางประชาธิปไตย แนวคิด Structure of Feeling จึงมิใช่เพียงเครื่องมือในการวิเคราะห์วาทกรรม หรืออารมณ์ร่วมในสังคม แต่ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงนโยบายเพื่อการออกแบบโครงสร้างสื่อสาร สถาบัน และ พื้นที่ทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยที่ยั่งยืน

การศึกษาในครั้งนี้เสนอว่าแนวทางการบริหารจัดการอารมณ์ทางการเมืองจำเป็นต้องก้าวข้ามการมองอารมณ์เป็นเพียงปรากฏการณ์จิตวิทยา หากแต่ควรเข้าใจในฐานะ “กลไกเชิงอำนาจ” (affective mechanism) ที่เกี่ยวข้องกับรัฐ สื่อ วัฒนธรรม และนโยบาย ดังนั้น การลดความรุนแรงจึงต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคประชาสังคม และสื่อมวลชน เพื่อออกแบบระบบที่สามารถจัดการอารมณ์ทางการเมืองในทิศทางที่สร้างสรรค์

1. การสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางการเมือง (Political Safe Spaces) การมี “พื้นที่ปลอดภัยทางอารมณ์” สำหรับการแสดงออกเชิงการเมืองอย่างเสรี เป็นหัวใจสำคัญของประชาธิปไตยที่ยั่งยืน Mouffe (2018) เสนอว่าประชาธิปไตยที่แท้จริงต้องสามารถรองรับ “ความขัดแย้งทางอารมณ์” (agonistic emotion) โดยไม่ปิดกั้นแต่จัดการให้อยู่ภายใต้ขอบเขตของการถกเถียงที่สร้างสรรค์ ขณะที่ในบริบทไทย เกษียร เตชะพีระ (2564) ชี้ให้เห็นว่า การจำกัดพื้นที่การแสดงออกและการควบคุมอารมณ์ของประชาชนผ่านกลไกทางกฎหมายและสื่อ ได้สะสมแรงกดดันทางอารมณ์ซึ่งอาจแปรเปลี่ยนเป็นความรุนแรงในภายหลัง การสร้างเวทีเสวนา พื้นที่สาธารณะเพื่อการแสดงออกอย่างสันติ และช่องทางให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ เป็นอีกหนึ่งในแนวทางสำคัญที่สามารถ “แปรรูปความโกรธให้เป็นพลังประชาธิปไตย” (transforming anger into democratic agency)

2. การสื่อสารสาธารณะเชิงสร้างสรรค์ (Constructive Public Communication) อารมณ์ทางการเมืองมักถูกขยายผ่านกลไกของสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อกระแสหลักหรือสื่อสังคมออนไลน์ งานวิจัยของ Nai & Maier (2020) และ Iyengar et al. (2019) ชี้ว่า การสื่อสารที่เน้นการแบ่งขั้วและการกระตุ้นอารมณ์ลบ เช่น ความกลัว ความเกลียดชัง หรือการตีตรากลุ่มตรงข้าม (out-group derogation) จะเพิ่มความเป็นขั้วทางการเมืองและนำไปสู่โอกาสของความรุนแรง แนวทาง “สื่อสารเพื่อการเยียวยา” (healing communication) เช่น การใช้ข่าวเชิงสร้างสรรค์ (constructive journalism) การใช้ภาษาที่ลดความเป็นศัตรู และการจัดการรอบความรู้สึกในเชิงบวก เป็นวิธีการจัดการอารมณ์ที่ได้ผลในระยะยาว โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตหรือการเผชิญหน้าทางการเมือง

3. กระบวนการสมานฉันท์และการเยียวยาทางอารมณ์ (Restorative Emotional Process) ในหลายประเทศ กระบวนการสมานฉันท์ที่เน้นการฟัง การยอมรับ และการเยียวยาทางอารมณ์มีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูความสัมพันธ์ทางสังคม โดยการเปิดพื้นที่ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึกผิด ความสูญเสีย และความหวังอย่างจริงใจ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างความไว้วางใจและความปรองดองในสังคมหลังความขัดแย้ง ในบริบทไทย ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ (2556) ได้เสนอแนวทาง “การสื่อสารอย่างไม่ใช่ความรุนแรง” (nonviolent communication) และเวทีสาธารณะเพื่อการเยียวยาระหว่างกลุ่มความคิดทางการเมือง ซึ่งยังคงเป็นพื้นที่ที่สังคมไทยขาดแคลนอย่างยิ่ง

4. แนวทางเชิงนโยบาย: การบริหารอารมณ์ในระดับโครงสร้างรัฐ การจัดการอารมณ์ไม่สามารถจำกัดอยู่ที่ระดับปัจเจก หากแต่ต้องมีแนวนโยบายระดับโครงสร้างที่ส่งเสริมความไว้วางใจต่อรัฐ และสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองที่เปิดกว้าง

- **ข้อมูลและความโปร่งใส (Open Government):** ตัวอย่างจากฟินแลนด์และประเทศนอร์ดิคชี้ว่าการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสช่วยลดความกลัวและความหวาดระแวงต่อรัฐ (Transparency International, 2023)
- **การมีส่วนร่วมแบบมีความหมาย (Meaningful Participation):** การกระจายอำนาจ การทำประชาคม หรือการให้ท้องถิ่นมีอิสระในการตัดสินใจเป็นวิธีการลดอารมณ์แห่งการกีดกัน (el-Wakil, Alice, 2017)

- การศึกษาเพื่อพัฒนาสติปัญญาทางอารมณ์ (Emotional Intelligence Education): เดนมาร์กและประเทศใน OECD กำลังลงทุนในหลักสูตร EI เพื่อสร้างวัฒนธรรมของความเข้าใจและการจัดการอารมณ์ (OECD, 2023)

- การดูแลสุขภาพจิตในช่วงวิกฤต: เช่นโครงการ *Wellbeing Budget* ของนิวซีแลนด์ หรือข้อเสนอในการฟื้นฟูจากวิกฤตการณ์ 2553 ในไทยที่เน้นการดูแลด้านจิตใจ (New Zealand Government, 2022)

- การบริหารที่ยึดจริยธรรมและธรรมาภิบาล: เช่นระบบตรวจสอบของสิงคโปร์ (World Bank, 2023) หรือแนวคิด New Public Management ในไทยที่เน้นความรับผิดชอบและความโปร่งใส

บทบาทของสื่อและองค์กรระหว่างประเทศในการจัดการโครงสร้างทางความรู้สึก

1. สื่อมวลชนกับการจัดวางอารมณ์ของสาธารณะ: เครื่องมือแห่งการกำกับหรือปลดปล่อยสื่อมวลชนไม่เพียงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในระบบประชาธิปไตย หากยังมีบทบาทสำคัญในการจัดวางอารมณ์ (emotion placement) ผ่านกระบวนการจัดกรอบข่าว (Framing) และการกำหนดวาระ (Agenda-Setting) ซึ่งส่งผลต่อการก่อตัวของ “โครงสร้างทางความรู้สึกร่วม” (Structure of Feeling) ในระดับสังคม (McCombs & Shaw, 1972; Entman, 1993) ในบริบทของวิกฤตหรือความขัดแย้ง สื่อสามารถกลายเป็นกลไกขยายอารมณ์เชิงลบ เช่น ความกลัว ความเกลียดชัง หรือความหวาดระแวง หากถูกควบคุมโดยรัฐหรือกลุ่มอำนาจ ตัวอย่างชัดเจนคือกรณีของรัสเซียที่ใช้สื่อกระแสหลักควบคุมวาทกรรมเพื่อกระตุ้นอารมณ์ชาตินิยมและสร้างการสนับสนุนสงคราม (Orttung & Nelson, 2019) เช่นเดียวกับในประเทศไทย ที่สื่อกระแสหลักก็มีบทบาทในการสร้าง “วาทกรรมแห่งความกลัว” โดยตีกรอบผู้ประท้วงเป็นภัยต่อความมั่นคง ซึ่งส่งผลต่อการลดความชอบธรรมของการเคลื่อนไหวและสร้างความชอบธรรมให้กับการใช้กำลังของรัฐ

ในทางกลับกันสื่อทางเลือกและสื่อสังคมออนไลน์กลับทำหน้าที่เป็นพื้นที่ท้าทายวาทกรรมอำนาจ โดยทำหน้าที่ผลิตและขยาย “โครงสร้างของความรู้สึกแบบเกิดใหม่” (emergent structure of feeling) ซึ่งสะท้อนในกรณีของขบวนการ Black Lives Matter (BLM) ที่ใช้ Twitter, Facebook และ Instagram เป็นแพลตฟอร์มขยายความรู้สึกของความโกรธ ความเศร้า และความไม่ยอมรับต่อความอยุติธรรมเชิงโครงสร้าง (Freelon, McIlwain, & Clark, 2016) ความรู้สึกเหล่านี้เมื่อถูกร้อยเรียงผ่านแฮชแท็ก เช่น #BlackLivesMatter จึงไม่ได้เป็นเพียงการระบายอารมณ์ปัจเจก แต่กลายเป็นการสื่อสารเชิงวาทกรรมที่มีพลังทางการเมือง

กรณีของ Arab Spring ก็สะท้อนบทบาทของสื่อดิจิทัลในฐานะ “affective amplifier” ที่ปลุกความหวัง ความกลัว และความคับข้องใจของผู้คนผ่าน Facebook และ Twitter ทำให้เกิดการรวมตัวของอารมณ์ในระดับภูมิภาค ขณะที่ในประเทศไทยการเคลื่อนไหวของเยาวชนในปี 2563 ได้ใช้สื่อออนไลน์ในการสร้าง “พื้นที่ปลอดภัยทางอารมณ์” (affective safe zone) ผ่าน meme เพลง วิดีโอ และการสื่อสารแบบไม่ใช้การเผชิญหน้าโดยตรง (non-confrontational affective strategies) ซึ่งช่วยลดการเผชิญหน้าระหว่างรัฐกับประชาชนในระยะแรก

อย่างไรก็ตาม อลกอริทึมของแพลตฟอร์มดิจิทัลเองก็อาจกลายเป็นแรงเร่งอารมณ์แบบสุดโต่ง (affective polarization) ได้ หากไม่มีมาตรการกำกับจากภายนอก ซึ่งเชื่อมโยงกับบทบาทขององค์กรระหว่างประเทศ

2. องค์กรระหว่างประเทศกับการออกแบบนโยบายเพื่อจัดการอารมณ์สาธารณะ องค์กรระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการสร้างมาตรฐานและกลไกเชิงนโยบายที่ช่วยจัดการอารมณ์ของประชาชนในบริบทวิกฤต โดยเฉพาะในช่วงสงคราม โรคระบาด หรือวิกฤตการณ์ทางการเมือง ตัวอย่างเช่น

- องค์การสหประชาชาติ (UN) ได้ดำเนินโครงการสันติภาพในหลายภูมิภาค เช่น กระบวนการเจรจาในโคลอมเบีย ซึ่งช่วยฟื้นฟู “โครงสร้างของความหวัง” ผ่านกระบวนการไกล่เกลี่ยและยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ (United Nations, 2020)

- องค์การอนามัยโลก (WHO) สนับสนุนแนวทาง MHPSS (Mental Health and Psychosocial Support) ในช่วง COVID-19 ที่ช่วยลดความวิตกกังวลของประชาชนและควบคุมความตื่นตระหนกผ่านแนวทางด้านสุขภาพจิตที่ครอบคลุม (WHO, 2021)

- สหภาพยุโรป (EU) ดำเนินการควบคุมข่าวปลอมและความเกลียดชังบนโลกออนไลน์ผ่านแผน EU Action Plan Against Disinformation และกฎหมาย Digital Services Act ซึ่งเป็นการสร้างโครงสร้างทางนโยบายที่คุ้มครองความรู้สึกของสาธารณะจากอิทธิพลของข้อมูลที่เป็นพิษ (European Commission, 2018; European Parliament, 2022)

ในระดับเปรียบเทียบการที่ BLM สามารถได้รับการสนับสนุนในระดับโลกและถูกหยิบยกในเวทีระหว่างประเทศเป็นผลจากการที่องค์กรสิทธิมนุษยชนและ UN ใช้อำนาจ soft power ในการผลักดันวาระสิทธิพลเมือง ในขณะที่ใน Arab Spring องค์กรระหว่างประเทศมีบทบาทเชิงเผด็จการตั้งแต่ขาดกลไกเข้าถึงภาคประชาชนโดยตรง ส่งผลให้การฟื้นฟูหลังวิกฤตไม่มีพื้นที่ของ “emotional repair” อย่างแท้จริง

กรณีของประเทศไทยพบว่าองค์กรระหว่างประเทศ เช่น Human Rights Watch หรือ UN OHCHR มีบทบาทในการออกแถลงการณ์และเรียกร้องให้รัฐไทยคุ้มครองสิทธิในการแสดงออกของเยาวชน แต่ข้อจำกัดด้านอธิปไตยรัฐและโครงสร้างกฎหมายภายในทำให้บทบาทขององค์กรระหว่างประเทศยังไม่สามารถมีอิทธิพลเชิงโครงสร้างต่อโครงสร้างความรู้สึกร่วมของประชาชนไทยได้อย่างชัดเจน

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการจัดการอารมณ์ของประชาชนในบริบทความขัดแย้งทางการเมืองไม่สามารถจำกัดอยู่เพียงในระดับรัฐชาติ หากแต่ต้องมองเห็นอิทธิพลเชิงโครงสร้างของสื่อและองค์กรข้ามชาติในการกำกับหรือปลดปล่อยอารมณ์ทางการเมือง หากรัฐสามารถปรับเปลี่ยนบทบาทของสื่อจากเครื่องมือแห่งการควบคุมไปสู่กลไกแห่งการฟังและการเยียวยาและหากองค์กรระหว่างประเทศสามารถเข้ามามีบทบาทเชิงเสริมพลังให้กับภาคประชาชนในระดับโครงสร้างโอกาสในการลดความรุนแรงและสร้างประชาธิปไตยที่ยั่งยืนในความรู้สึกร่วมกันจะมีความเป็นไปได้อย่างแท้จริง

โครงสร้างทางความรู้สึกและความรุนแรงทางการเมือง: การวิเคราะห์เชิงทฤษฎี และเชิงประจักษ์ในบริบทโลก

การศึกษานี้มุ่งอธิบายและตีความผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้งสามข้อเพื่อทำความเข้าใจพลวัตของ “โครงสร้างของความรู้สึก” (Structure of Feeling) และอารมณ์ทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้อำนาจ ความยุติธรรม และความรุนแรงในบริบทโลกและไทย ตลอดจนเสนอแนวทางการจัดการเชิงสื่อสารเพื่อเสริมสร้างประชาธิปไตยที่ยั่งยืน โดยอ้างอิงกรอบแนวคิดหลักจาก Williams (1977), Ahmed (2004), Jasper (2011), Tilly (2003) และ Papacharissi (2015)

โครงสร้างของความรู้สึกกับการรับรู้อำนาจ ความยุติธรรม และความรุนแรง

ผลการศึกษาชี้ว่า “อารมณ์ทางการเมือง” ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เรื่องอำนาจและความยุติธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Williams (1977) ที่มองว่า “โครงสร้างของความรู้สึก” เป็นพลัง

ทางสังคมที่ยังไม่ถูกจัดระบบทางสถาบัน แต่แฝงอยู่ในประสบการณ์ร่วมของผู้คนและสามารถแสดงออกเป็นพลังทางการเมืองในช่วงเวลาที่เหมาะสม

กรณีศึกษาของ Black Lives Matter (BLM), Arab Spring และการเคลื่อนไหวของเยาวชนไทยในปี 2563 แสดงให้เห็นว่าอารมณ์ เช่น ความโกรธ ความกลัว และความหวัง เป็นพลังร่วมที่สะท้อนการรับรู้ถึงความไม่เป็นธรรม และกระตุ้นให้เกิดการรวมตัวทางการเมือง อารมณ์เหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Ahmed (2004) ที่อธิบายว่าอารมณ์ไม่เพียงเป็นปฏิกิริยาส่วนบุคคล แต่เป็นกลไกเชิงอำนาจที่เคลื่อนไหวผ่านวาทกรรม สื่อ และสถาบันทางสังคม การรับรู้อำนาจและความยุติธรรมจึงเป็นผลลัพธ์ของโครงสร้างทางอารมณ์ที่หล่อหลอมโดยสื่อและประสบการณ์ร่วมในแต่ละบริบท

ความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์กับความรุนแรงทางการเมืองในบริบทโลกและไทย

ผลการศึกษาพบว่าอารมณ์ทางการเมือง เช่น ความโกรธ ความกลัว และความคับข้องใจ มีความสัมพันธ์โดยตรงกับพลวัตของความรุนแรงทางการเมือง ทั้งในฐานะปัจจัยเร่ง (accelerator) และปัจจัยควบคุม (regulator) ของพฤติกรรมทางการเมือง การใช้กรอบแนวคิดของ Jasper (2011) และ Tilly (2003) ช่วยอธิบายได้ว่า อารมณ์เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการระดมพลและสร้างความร่วมมือระหว่างผู้คนในสถานการณ์ความขัดแย้ง

ในกรณีของ BLM อารมณ์โกรธต่อความอยุติธรรมเชิงโครงสร้างสามารถแปรเปลี่ยนเป็นพลังเรียกร้องเชิงนโยบาย เช่น การปฏิรูปกระบวนการยุติธรรม ส่วนใน Arab Spring ความหวังในการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้กลายเป็นพลังสำคัญที่ขับเคลื่อนการลุกฮือของประชาชนแต่ภายหลังความหวังดังกล่าวกลับถูกกดขี่ด้วยความรุนแรงของรัฐ ขณะที่ในกรณีของไทย อารมณ์แบบผสมระหว่างความหวังและความไม่พอใจสะท้อนโครงสร้างของความรู้สึกที่ยังไม่ถูกทำให้เป็นระบบ แต่มีศักยภาพในการผลักดันให้เกิดการปฏิรูปเชิงสังคม

จากมุมมองของ Ahmed (2004) และ Wodak (2015) รัฐสามารถใช้ “ความกลัวเชิงโครงสร้าง” (dominant structure of fear) เพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับการใช้ความรุนแรง ขณะเดียวกันอารมณ์ของประชาชนก็สามารถกลายเป็นพลังของการต่อต้านได้เช่นกัน ผลลัพธ์จึงขึ้นอยู่กับการจัดการเชิงอารมณ์ของทั้งสองฝ่าย กล่าวได้ว่า ความรุนแรงทางการเมืองไม่ได้เกิดจากเหตุการณ์เฉพาะหน้า แต่เป็นผลของ “การบริหารอารมณ์” (affective governance) ที่ผิดสมดุลในระยะยาว

แนวทางการลดความรุนแรงทางการเมืองผ่านการจัดการเชิงสื่อสารกับโครงสร้างของความรู้สึก

ผลการศึกษาเสนอว่าการลดความรุนแรงทางการเมืองจำเป็นต้องอาศัยการจัดการอารมณ์ในระดับโครงสร้าง ทั้งในเชิงนโยบาย สื่อสารมวลชน และวัฒนธรรมทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Affective Politics (Massumi, 2015; Papacharissi, 2015) และ Framing Theory (McCombs & Shaw, 1972; Entman, 1993)

ในมิติทางนโยบายการสร้าง “พื้นที่ปลอดภัยทางการเมือง” (Political Safe Spaces) และการส่งเสริมการสื่อสารอย่างเปิดเผยเป็นปัจจัยสำคัญในการลดความตึงเครียดทางอารมณ์ของสาธารณะการสร้างความปลอดภัยของรัฐ และการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงออกเชิงอารมณ์เชิงสร้างสรรค์จะช่วยลดความรู้สึกไม่ไว้วางใจในระบบการเมือง

ในมิติทางสื่อ การจัดการรอบข่าวเชิงสร้างสรรค์ (Constructive Framing) และการลดภาษาที่สร้างความเป็นศัตรูในกระบวนการสื่อสาร ช่วยลดความเป็นขั้วและความเกลียดชังในสังคม สอดคล้องกับแนวคิดของ Nai & Maier (2020) และ Iyengar et al. (2019) ที่เสนอให้ใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการเยียวยาและสร้างความเข้าใจ ขณะที่ในมิติทาง

วัฒนธรรม การส่งเสริม “สื่อสารอย่างไม่ใช่ความรุนแรง” (Nonviolent Communication) และการเรียนรู้เรื่องสติปัญญาทางอารมณ์ (Emotional Intelligence Education) ตามแนวทางของ OECD (2023) จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการจัดการอารมณ์ร่วมของสังคม การจัดการเชิงสื่อสารที่ตอบสนองต่อโครงสร้างของความรู้สึกเป็นแนวทางสำคัญในการลดความรุนแรงทางการเมืองและสร้างประชาธิปไตยที่ยั่งยืน

นัยเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ

นัยเชิงทฤษฎี – การวิจัยครั้งนี้ได้ขยายขอบเขตของแนวคิด Structure of Feeling จากวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) มาสู่การวิเคราะห์เชิงรัฐศาสตร์และนิเทศศาสตร์ โดยชี้ว่าอารมณ์ทางการเมืองเป็นปัจจัยเชิงโครงสร้างที่สามารถกำหนดพฤติกรรมทางสังคมและการเมืองได้อย่างเป็นระบบ

นัยเชิงปฏิบัติ – การบริหารจัดการอารมณ์ในระดับนโยบาย สื่อ และวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดความรุนแรงทางการเมืองและเสริมสร้างประชาธิปไตยที่ยั่งยืน

นัยเชิงสังคม – การส่งเสริมวัฒนธรรมการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงออกอย่างสร้างสรรค์และเคารพความแตกต่างทางความคิดเห็น จะช่วยเปลี่ยน “โครงสร้างของความกลัว” ให้เป็น “โครงสร้างของความหวัง” ในระยะยาว

โดยสรุปอารมณ์ทางการเมืองเป็นทั้ง “สัญญาณเตือน” และ “กลไกขับเคลื่อน” ของความรุนแรงทางการเมือง การทำความเข้าใจอารมณ์ในระดับโครงสร้างทำให้เห็นว่า การลดความรุนแรงจำเป็นต้องจัดการกับ “ความรู้สึกร่วมทางสังคม” มากกว่าการควบคุมพฤติกรรมเฉพาะบุคคล การเปลี่ยนผ่านจากอารมณ์เชิงลบ เช่น ความโกรธและความกลัว ไปสู่ความหวังและความเข้าใจ ผ่านการสื่อสาร วาทกรรม และนโยบายที่ตอบสนองต่อโครงสร้างของความรู้สึก เป็นกลไกสำคัญของการสร้างประชาธิปไตยที่มั่นคงและยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการสนับสนุนทางวิชาการในการจัดทำบทความชิ้นนี้ และสาขานิเทศศาสตร์ แผนกนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่นมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เอกสารอ้างอิง

- กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (EEF). (2567). รายงานประจำปี 2567. สืบค้นจาก <https://www.eef.or.th/>
- เกษียร เตชะพีระ. (2564). โครงสร้างของความรุนแรงเชิงอำนาจ [บทความคอลัมน์]. มติชนสุดสัปดาห์. สืบค้นจาก <https://www.matichonweekly.com/>
- ชัยวัฒน์ สถาอานันท์. (2556). การสื่อสารอย่างไม่ใช่ความรุนแรง. วารสารสันติวิธีและการจัดการความขัดแย้ง, 1(1), 1–15.
- ณธกร สุทธิรัตน์, วิทยธร ท่อแก้ว, และกวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์. (2568). การสื่อสารความรุนแรงทางการเมืองบนโซเชียลมีเดีย: ความท้าทาย กรอบทฤษฎี และแนวทางการกำกับดูแล. วารสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 15(1), 17–37. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JOCASTOU/article/view/278982>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). รายงานสภาวะเศรษฐกิจและสังคมไทย ประจำปี 2566. สืบค้นจาก <https://www.nesdc.go.th/>

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. Doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- European Commission. (2018). *Action plan against disinformation* [Policy report]. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52018DC0795>
- European Parliament. (2022). *Digital Services Act* [Legislative document]. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022R2065>
- Freelon, D., McIlwain, C. D., & Clark, M. D. (2016). *Beyond the hashtags: Ferguson, #BlackLivesMatter, and the online struggle for offline justice* [Research report]. Center for Media & Social Impact. Retrieved from <https://cmsimpact.org/report/beyond-the-hashtags>
- Gerges, F. (2014). *The new Middle East: Protest and revolution in the Arab world*. Cambridge University Press.
- Goodwin, J., Jasper, J. M., & Polletta, F. (2001). *Passionate politics: Emotions and social movements*. University of Chicago Press.
- Gould, D. B. (2009). *Moving politics: Emotion and ACT UP's fight against AIDS*. University of Chicago Press.
- Gurr, T. R. (1970). *Why men rebel*. Princeton University Press.
- Hochschild, A. R. (2016). *Strangers in their own land: Anger and mourning on the American right*. New Press.
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2019). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Annual Review of Political Science*, 22, 129–146. Doi: 10.1146/annurev-polisci-051117-073034
- Jasper, J. M. (2011). Emotions and social movements: Twenty years of theory and research. *Annual Review of Sociology*, 37, 285–303. Doi: 10.1146/annurev-soc-081309-150015
- Massumi, B. (2015). *The politics of affect*. Polity Press.
- McAdam, D. (2017). Social movements and social change: The changing nature of the field. *Social Movement Studies*, 16(4), 427–443. Doi: 10.1080/14742837.2017.1331121
- McCargo, D. (2021). Thailand's protest movements in comparative perspective. *Critical Asian Studies*, 53(4), 523–545. Doi: 10.1080/14672715.2021.1932732
- Petersen, R. D. (2002). *Understanding ethnic violence: Fear, hatred, and resentment in twentieth-century Eastern Europe*. Cambridge University Press.
- Tarrow, S. (2011). *Power in movement: Social movements and contentious politics* (3rd ed.). Cambridge University Press. Doi: 10.1017/CBO9781139176136
- Tilly, C. (2003). *The politics of collective violence*. Cambridge University Press.
- United Nations. (2020). *UN peacebuilding report: Building hope and reconciliation*. Retrieved from <https://www.un.org/>

Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. Oxford University Press.

Wodak, R. (2015). *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*. Sage.

World Bank. (2023). *World development report 2023: Governance and accountability*. Doi: 10.1596/978-1-4648-1984-1

PMUTP

RESEARCH JOURNAL

HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

