

การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์
ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี*

THE CURRICULUM DEVELOPMENT TO ENHANCE DIGITAL MARKETING CAPABILITIES
FOR ONLINE BUSINESS AMONG A GROUP OF SELF-EMPLOYED PEANUT FARMERS
IN NIKHOM SANG TON ENG, MUEANG DISTRICT, LOP BURI PROVINCE

มนสิช ลิทธิสมบุรณ์

Monasit Sittisomboon

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก ประเทศไทย

Faculty of Education, Naresuan University, Phitsanulok, Thailand

*Corresponding author E-mail: monasits@nu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็น 2) การสร้างและตรวจสอบคุณภาพ 3) การทดลองใช้ และ 4) การประเมินหลักสูตร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา 4 ขั้นตอนคือ ขั้นตอน 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน โดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ และการสอบถามความต้องการจำเป็น ขั้นตอน 2 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร โดยการยกร่างสร้างหลักสูตร การตรวจสอบคุณภาพ การศึกษานำร่อง และการปรับปรุงหลักสูตรก่อนนำไปใช้จริง ขั้นตอน 3 ทดลองใช้หลักสูตรกับกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 30 คน จากกลุ่มอาสาสมัคร และขั้นตอน 4 การประเมินหลักสูตร โดยการประยุกต์ใช้รูปแบบการประเมินของเคิร์กแพททริก ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาหลักสูตรคือ ควรมีความรู้พื้นฐานจำเป็น 6 เรื่องคือ 1.1) การขายสินค้าออนไลน์ 1.2) การสร้างบัญชีผู้ใช้งานบน face book 1.3) การสร้างร้านออนไลน์บนเพจ 1.4) การบริหารจัดการร้านค้า 1.5) การขายของบนเพจ และ 1.6) การแต่งภาพก่อนโพสต์ 2) ผลการสร้างหลักสูตรมี 8 องค์ประกอบคือ 2.1) หลักการและเหตุผล 2.2) จุดมุ่งหมายหลักสูตร 2.3) ความสำคัญ 2.4) โครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร 2.5) กระบวนการพัฒนาหลักสูตร 2.6) ระยะเวลา 2.7) สื่อการเรียนรู้ และ 2.8) การวัดและประเมินผล 3) หลังการทดลองใช้หลักสูตร กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงมีความสามารถด้านการใช้ดิจิทัลในการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์สูงกว่าก่อนการใช้หลักสูตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) การประเมินหลักสูตร ด้านปฏิกิริยาอยู่ในระดับมาก และด้านผลลัพธ์อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านการเรียนรู้และด้านพฤติกรรมหลังการใช้หลักสูตรสูงกว่าก่อนการใช้หลักสูตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การพัฒนาหลักสูตร, ความสามารถการใช้ดิจิทัล, การทำตลาดเชิงรุกออนไลน์, กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง

Abstract

This research article aims to 1) study necessary foundational data, 2) create and assess the quality, 3) experiment with usage, and 4) evaluate the curriculum. The research follows four steps: Step 1 involves studying foundational data through document analysis, relevant research,

interviews, and necessary inquiries. Step 2 focuses on creating and verifying the quality of the curriculum, outlining it, quality checks, pilot studies, and improvements before implementation. Step 3 involves applying the curriculum to a group of 30 self-sustaining peanut farmers in Nikhom Sang Ton Nam, Mueang District, Lopburi Province. Step 4 evaluates the curriculum by utilizing Kirkpatrick's evaluation model. The research findings indicate: 1) Essential foundational knowledge for curriculum development includes six necessary topics: 1.1) Online product selling, 1.2) Creating user accounts on Facebook, 1.3) Establishing online stores on pages, 1.4) Store management, 1.5) Selling on pages, and 1.6) Image editing before posting. 2) The curriculum creation results in eight components: 2.1) Principles and reasoning, 2.2) Curriculum objectives, 2.3) Key competencies, 2.4) Curriculum structure and content, 2.5) Curriculum development processes, 2.6) Duration, 2.7) Learning media, and 2.8) Measurement and evaluation. 3) Post-curriculum implementation, the peanut farmers exhibit significantly higher abilities in using digital platforms for aggressive online marketing compared to their pre-curriculum abilities, with statistical significance at the .05 level. And 4) Curriculum evaluation shows a significantly high level of reaction and the highest level of results. Post-curriculum learning and behavioral changes significantly surpass pre-curriculum levels, statistically significant at the .05 level.

Keywords: Curriculum Development, Enhance Digital Marketing, Capabilities for Online Business, Group of Self-employed Peanut Farmers

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้จัดทำนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561–2580 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561) มีเป้าหมายภาพรวมคือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล สร้างโอกาสทางสังคมอย่างเท่าเทียมด้วยข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในการเตรียมความพร้อมให้บุคลากรทุกกลุ่มมีความรู้และทักษะที่เหมาะสมต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในยุคดิจิทัล จึงจำเป็นต้องสร้างความเข้าใจดิจิทัล (Digital Literacy) เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้ประโยชน์จากดิจิทัลได้อย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบ ตลอดจนรองรับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ และสามารถใช้ประโยชน์จากการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้อย่างเท่าเทียม

กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง หมู่ที่ 5 ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เป็นกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจชุมชนด้านการผลิต และจัดทำผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากถั่วลิสงที่ปลูกในพื้นที่ ประกอบด้วย ถั่วสมุนไพโร ถั่วกรอบแก้ว คุกกี้ถั่ว และมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์เหลือใช้จากเปลือกถั่วลิสงให้เป็นก้อนเชื้อเห็ด การทำปุ๋ยจากเปลือกถั่ว เป็นต้น ซึ่งการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มดังกล่าวยังไม่แพร่หลายมากนัก เนื่องจากช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายเป็นการขายตรงในพื้นที่ชุมชนของตนเอง กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงยังมีจุดอ่อน (Weakness) ในเรื่องของการตลาด และช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร จำเป็นที่จะต้องพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด การขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อแบรนด์ว่าของตนเอง มีการวางแผนในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดลพบุรี, 2562)

การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลให้กับกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง เป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันอย่างเป็นระบบของกลุ่ม โดยผู้วิจัยช่วยกันสร้างองค์ความรู้ในพื้นที่วิจัย เป็นการออกแบบการเรียนรู้ร่วมกัน ผสมผสานความรู้ทฤษฎีและการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมและยั่งยืน โดยมีขั้นตอนหลักเป็นวงจรต่อเนื่อง 4 ขั้นตอน (ศุภชัย อาชีวะระงับโรค, 2559) ได้แก่ 1) การวางแผน(Plan) 2) การปฏิบัติ(Action) 3) การสังเกต(Observe) และ 4) การสะท้อนผล(Reflection) เพื่อนำผลที่ได้นำไปปรับแผนเข้าสู่วงจรใหม่ จนกว่าจะได้ข้อสรุปที่แก้ไขปัญหาได้จริงหรือพัฒนาสภาพการณ์ของสิ่งที่ศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เพื่อให้กลุ่มผู้ปลูก ถั่วลิสงมีความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ได้ สามารถใช้ประโยชน์จากดิจิทัลสำหรับการทำการตลาดเชิงรุกออนไลน์ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายช่องทางด้านการตลาดในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของกลุ่มต่อไปได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์
2. เพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์
3. เพื่อทดลองใช้หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์
4. เพื่อประเมินหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ใช้วิธีดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนนี้

ขั้นที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาสาระเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์

ขั้นที่ 2 การสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับความสามารถที่จำเป็นต่อการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 14 คน

ขั้นที่ 3 การสอบถามที่เกี่ยวกับความต้องการจำเป็นในการพัฒนาความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 30 จากกลุ่มอาสาสมัคร

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในขั้นตอนนี้เป็นการสร้างหลักสูตรให้สอดคล้องกับผลการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 โดยผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 4 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างหลักสูตร

ขั้นที่ 2 การตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร

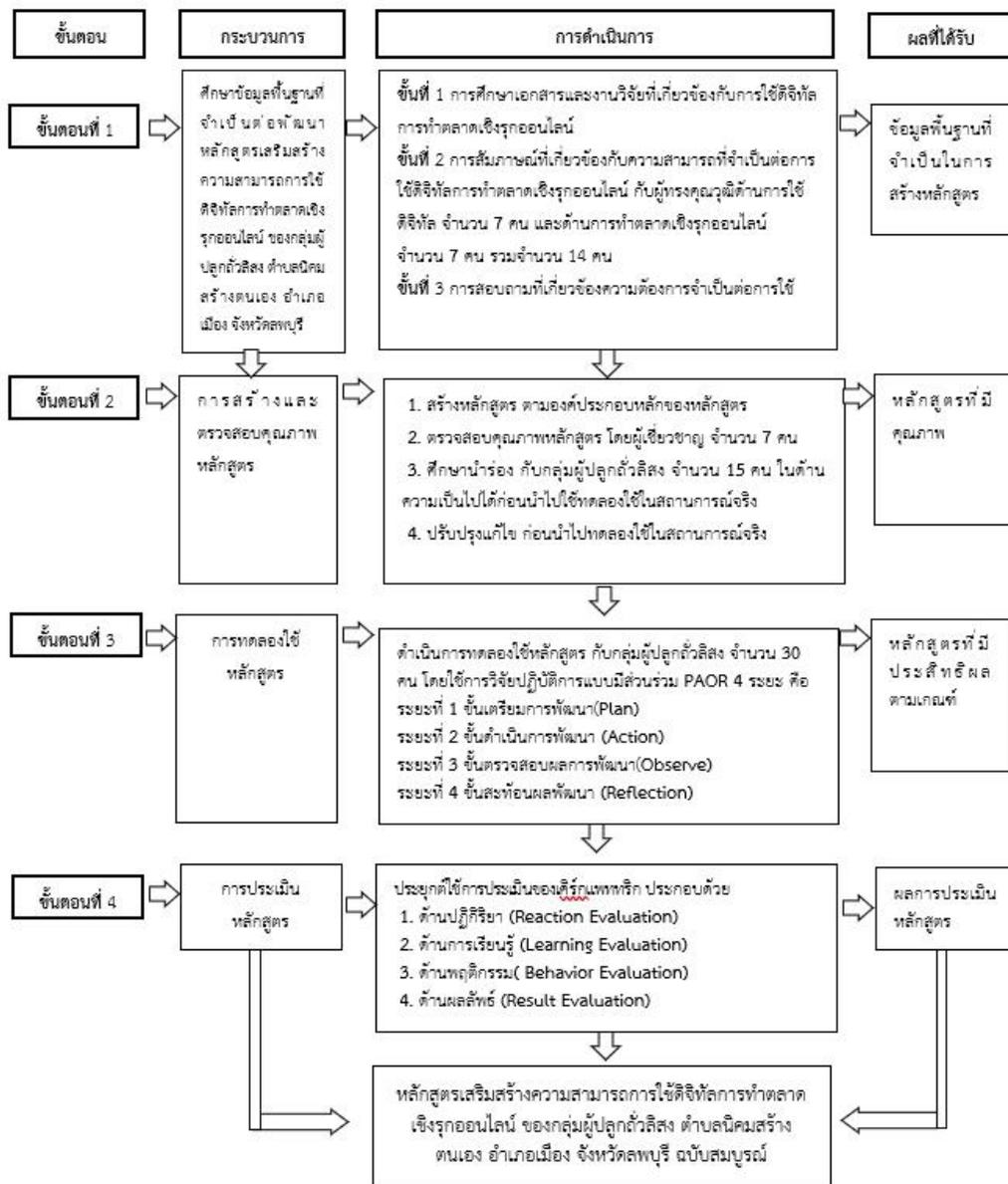
ขั้นที่ 3 การศึกษานำร่อง เป็นการศึกษาคำความเป็นไปได้ของหลักสูตรก่อนนำไปทดลองใช้จริง

ขั้นที่ 4 การปรับปรุงหลักสูตรก่อนการนำไปทดลองใช้จริง

ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ เป็นการนำหลักสูตรที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มอาสาสมัคร จำนวน 30 คน โดยใช้รูปแบบการทดลองแบบกลุ่มเดียว ทดสอบก่อน-หลัง การทดลอง (One Group Pretest – Posttest Design)

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จากกลุ่มอาสาสมัคร จำนวน 30 คน เป็นการประเมินหลักสูตรโดยการประยุกต์ใช้รูปแบบการประเมินของเคิร์กแพททริก ประกอบด้วยด้านปฏิกิริยา (Reflection Evaluation) ด้านการเรียนรู้ (Learning Evaluation) ด้านพฤติกรรม (Behavior Evaluation) และด้านผลลัพธ์ (Result Evaluation)

โดยสรุปขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ผลการวิจัย

1. การศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาหลักสูตร ควรมีความรู้พื้นฐานจำเป็น 6 เรื่องคือ 1.1) การขายสินค้าออนไลน์ 1.2) การสร้างบัญชีผู้ใช้งานบน facebook 1.3) การสร้างร้านออนไลน์บนเพจ 1.4) การบริหารจัดการร้านค้า 1.5) การขายของบนเพจ และ 1.6) การแต่งภาพก่อนโพสต์

2. หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์มี 8 องค์ประกอบคือ 2.1) หลักการและเหตุผล 2.2) จุดมุ่งหมายหลักสูตร 2.3) ความสำคัญ 2.4) โครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร 2.5) กระบวนการพัฒนาหลักสูตร 2.6) ระยะเวลา 2.7) สื่อการเรียนรู้ และ 2.8) การวัดและประเมินผล รวมทั้งผลการสร้างคู่มือการใช้หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 แนวทางการจัดกิจกรรม ส่วนที่ 2 แผนการพัฒนาสมรรถนะใน 4 ระยะคือ ระยะที่ 1 ขั้นเตรียมการพัฒนา (Plan) ระยะที่ 2 ขั้นดำเนินการพัฒนา (Action) ระยะที่ 3 ขั้นตรวจสอบผลการพัฒนา (Observe) ระยะที่ 4 ขั้นสะท้อนผลการพัฒนา (Reflection) และส่วนที่ 3 แผนประกอบหลักสูตร 6 หน่วยการเรียนรู้ สำหรับผลตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรและคู่มือการใช้หลักสูตร โดยเฉลี่ยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี

3. ผลการทดลองใช้หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ โดยสรุปคือ กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงตามหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ มีความรู้ความเข้าใจ ทักษะความสามารถ และเจตคติต่อการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ หลังการพัฒนาสูงกว่าก่อนการพัฒนาอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบการทดลองใช้หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ในด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านทักษะความสามารถ และด้านเจตคติก่อนและหลังการพัฒนา โดยการทดสอบค่าที (t - test)

| ตัวแปร | Mean | Mean Difference | t | df | p-value |
|------------------------------------------------|------|-----------------|--------|----|---------|
| ความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ | 4.36 | 0.86 | 10.662 | 29 | 0.000 |
| ด้านความรู้ ความเข้าใจ | 4.33 | 0.83 | 9.332 | 29 | 0.000 |
| ด้านทักษะความสามารถ | 4.38 | 0.88 | 9.398 | 29 | 0.000 |
| ด้านเจตคติ | 4.38 | 0.88 | 10.633 | 29 | 0.000 |

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงตามหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ มีความรู้ความเข้าใจ ทักษะความสามารถ และเจตคติต่อการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ หลังการพัฒนาสูงกว่าก่อนการพัฒนาอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลการประเมินหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ปรากฏผล ดังนี้ 1) ด้านปฏิริยา ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงที่มีต่อหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ด้านการเรียนรู้ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงที่มีต่อโครงการเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีความรู้ความเข้าใจ ทักษะการเรียนรู้ และด้านเจตคติ พบว่าหลังการพัฒนาสูงกว่าก่อนการพัฒนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ด้านพฤติกรรม ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงมีพฤติกรรมการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์หลังการพัฒนาสูงกว่าก่อนการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ด้านผลลัพธ์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงตามหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถในการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ได้นำความรู้ ทักษะ และเจตคติไปใช้จัดการเรียนรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานจำเป็นต่อการพัฒนาหลักสูตรของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงควมมีความรู้พื้นฐานจำเป็น 6 เรื่องคือ 1.1) การขายสินค้าออนไลน์ 1.2) การสร้างบัญชีผู้ใช้งานบน facebook 1.3) การสร้างร้านออนไลน์บนเพจ 1.4) การบริหารจัดการร้านค้า 1.5) การขายของบนเพจ และ 1.6) การแต่งภาพก่อนโพสต์ อาจเป็นผลจากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นต่อการออกแบบและพัฒนาหลักสูตร เพื่อช่วยทราบถึงความต้องการจำเป็น เพื่อสร้างหรือเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ และเจตคติของเกษตรกรได้อย่างแท้จริงได้ สอดคล้องกับหลักการของการพัฒนาหลักสูตรที่จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากหลากหลายเทคนิควิธี สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนสิข สิทธิสมบูรณ์, เด่นศักดิ์ หอมหวาน, วัลภา สรรเสริญ และเพชรปานิ อินทรพานิชย์ ที่ใช้ 3 เทคนิควิธีสำคัญ ๆ คือ การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้องกับการใช้ดิจิทัลการตลาดเชิงรุกออนไลน์ การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวกับความสามารถที่จำเป็นต่อการใช้ดิจิทัลการตลาดเชิงรุกออนไลน์ รวมทั้งการสอบถามที่เกี่ยวกับความต้องการจำเป็นในการพัฒนาความสามารถการใช้ดิจิทัลการตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี (มนสิข สิทธิสมบูรณ์, 2562); (เด่นศักดิ์ หอมหวาน, 2557); (วัลภา สรรเสริญ, 2559); (เพชรปานิ อินทรพานิชย์, 2560)

2. จากผลการสร้างหลักสูตรและตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมี 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 2.1) หลักการและเหตุผล 2.2) จุดมุ่งหมายหลักสูตร 2.3) ความสำคัญ 2.4) โครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร 2.5) กระบวนการพัฒนาหลักสูตร 2.6) ระยะเวลา 2.7) สื่อการเรียนรู้ 2.8) การวัดและประเมินผล และผลตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรและคู่มือการใช้หลักสูตร โดยเฉลี่ยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ จำรัส อินทลาภาพร, ฉวีวรรณ ตาลสุก และทิพวรรณ สุวรรณข ที่ได้องค์ประกอบของหลักสูตรไว้ใกล้เคียงกัน ประกอบด้วย หลักการและเหตุผล จุดมุ่งหมายของหลักสูตร ความสำคัญ โครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร กระบวนการพัฒนา ระยะเวลาการพัฒนา สื่อการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล อีกทั้งผลการตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรและคู่มือการใช้หลักสูตร พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากด้วยกระบวนการสร้างและการออกแบบหลักสูตรได้ดำเนินการในหลักการที่ถูกต้อง โดยการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นในหลายเทคนิควิธีทั้งการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้เป็นอย่างดี รวมถึงการสอบถามข้อมูลโดยตรงจากกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ที่เป็นเกษตรกรโดยตรง (จำรัส อินทลาภาพร, 2558); (ฉวีวรรณ ตาลสุก, 2556); (ทิพวรรณ สุวรรณ, 2557)

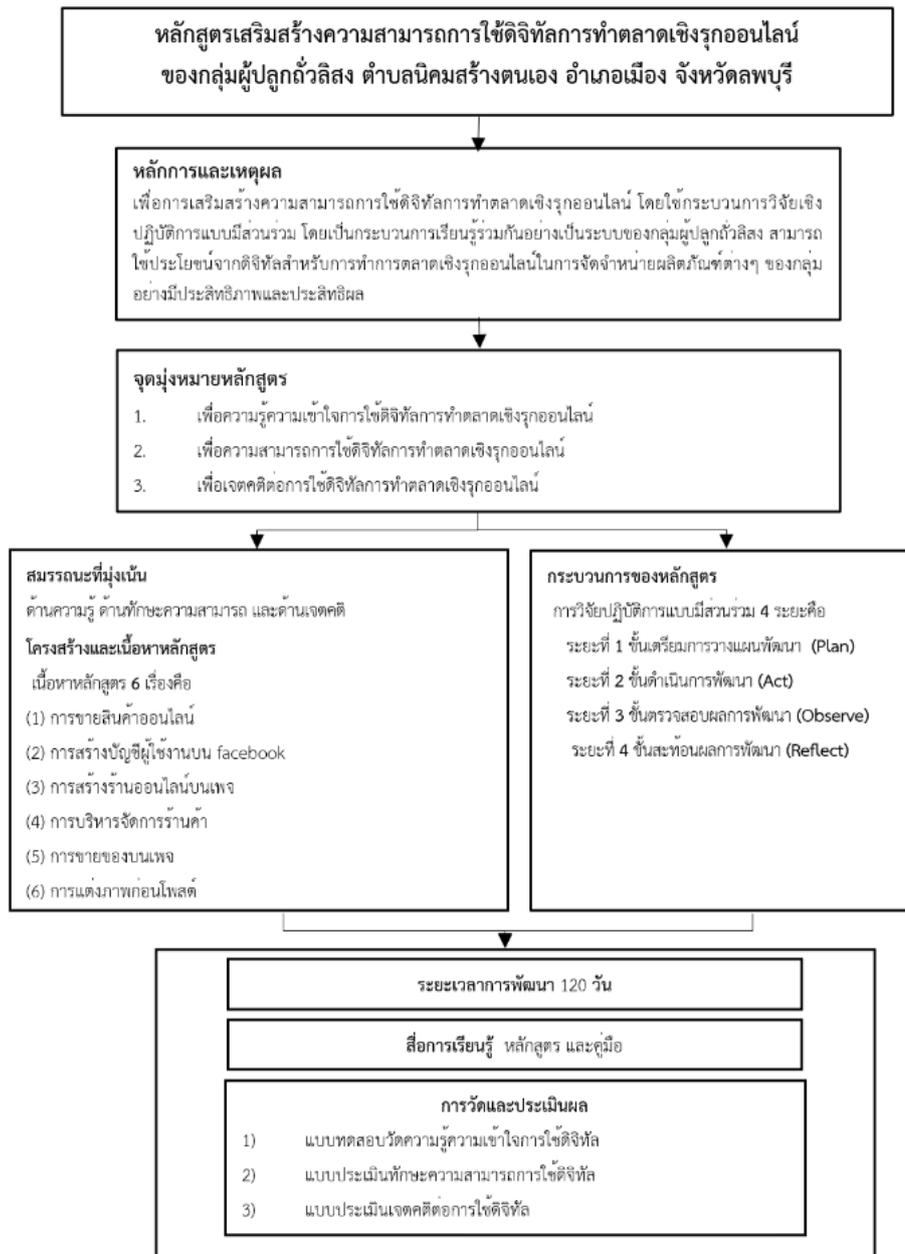
3. จากผลการทดลองใช้หลักสูตร พบว่า 1) กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงมีความรู้ความเข้าใจการใช้ดิจิทัลการตลาดเชิงรุกออนไลน์หลังการพัฒนาสูงกว่าก่อนการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงปฏิบัติการใช้ดิจิทัลการตลาดเชิงรุกออนไลน์ หลังพัฒนามีคะแนนสูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ยร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ผลการประเมินเจตคติที่มีต่อการใช้ดิจิทัลการตลาดเชิงรุกออนไลน์จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง มีเจตคติหลังการพัฒนาสูงกว่าก่อนการพัฒนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวโดยสรุปคือหลังการพัฒนาหลักสูตรนี้ กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงมีทั้งความรู้ความเข้าใจ ความสามารถ และมีเจตคติสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหลักสูตรที่ พัฒนาขึ้นได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดกิจกรรมการพัฒนาที่เอื้อให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม โดยมีกระบวนการพัฒนาหลักการบริหารจัดการคุณภาพ PDCA เป็นกลไกขับเคลื่อน ตั้งแต่ระยะเตรียมการพัฒนา (P) เนื่องจากหลักสูตรได้มีการประชาสัมพันธ์ผู้มีความสมัครใจและผ่านเกณฑ์การคัดเลือก และยินดีให้ความร่วมมือตลอดระยะเวลาการทดลองใช้หลักสูตร ระยะดำเนินการพัฒนา (D) การมีส่วนร่วมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตลอดหลักสูตร เป็นการสร้างหลักสูตรเพื่อตอบสนองความต้องการผู้เข้าอบรมอย่างแท้จริง ทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรทำให้เกิดความกระตือรือร้น เพิ่มความมุ่งมั่น ให้ผู้เข้ารับการอบรมร่วมกันทำกิจกรรมมากขึ้น ระยะตรวจสอบผลการพัฒนา (C) กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงได้นำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติการจริง ซึ่งเป็นการพัฒนาในขณะที่ปฏิบัติงาน (On the job training) โดยมีสัมมนา

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้คำแนะนำอย่างเป็นกันเอง และระยะสะท้อนผลการพัฒนา (A) ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงเองที่ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการปฏิบัติงานในพื้นที่เกษตรกร นอกจากนี้ กิจกรรมการพัฒนามีความหลากหลาย เช่น การระดมสมอง การอภิปราย การนำเสนอ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เหล่านี้ล้วนสร้างเจตคติที่ดีต่อการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ อีกทั้งการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ มีบรรยากาศที่เป็นกันเอง มีการหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในแต่ละขั้น เพื่อช่วยสร้างเจตคติที่ดีต่อสิ่งที่เรียนรู้ ส่งผลให้กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

4. จากผลการประเมินหลักสูตร ด้านปฏิกริยาอยู่ในระดับมาก และด้านผลลัพธ์อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านการเรียนรู้และด้านพฤติกรรมหลังการใช้หลักสูตรสูงกว่าก่อนการใช้หลักสูตรอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวโดยสรุปคือ ผลการประเมินหลังการใช้หลักสูตร พบว่าทั้งในด้านปฏิกริยา ด้านการเรียนรู้ ด้านพฤติกรรม และ ด้านผลลัพธ์ สูงขึ้นและดีขึ้นในทุก ๆ ด้าน ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีการเตรียมการไว้เป็นอย่างดี ตั้งแต่หลักสูตร คู่มือ การออกแบบกิจกรรม สถานที่ โสตทัศนูปกรณ์ ระยะเวลา และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นกันเอง ระหว่างวิทยากรกับกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงประสบการณ์ สร้างการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ การลงมือปฏิบัติเป็นระยะ สถานที่ โสตทัศนูปกรณ์ และระยะเวลาที่เหมาะสม กิจกรรมการฝึกอบรมเน้นการปฏิบัติแบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และแสวงหาแนวทางแก้ปัญหา และหาข้อสรุปร่วมกัน อีกทั้งผู้เข้าอบรมเป็นผู้ใหญ่ มีประสบการณ์เดิมอยู่ก่อนแล้ว จะเรียนรู้ได้ดีเมื่อลงมือปฏิบัติ มีแรงจูงใจที่ดี และสามารถนำไปใช้ได้จริง อีกทั้งการบริหารหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นโดยใช้กระบวนการ PDCA สามารถทำให้กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปพัฒนาตนเอง ประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานที่รับผิดชอบได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้รูปแบบการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการลงมือปฏิบัติ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และมีแรงจูงใจจากการปฏิบัติงานในพื้นที่ การฝึกอบรมที่สามารถเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ ความสามารถและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ของการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยสรุปคือ มี 8 องค์ประกอบคือ 1) หลักการและเหตุผล 2) จุดมุ่งหมายหลักสูตร 3) ความสำคัญ 4) โครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร 5) กระบวนการพัฒนาหลักสูตร 6) ระยะเวลา 7) สื่อการเรียนรู้ และ 8) การวัดและประเมินผล สรุปตามแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2 การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลพื้นฐานจำเป็นต่อการพัฒนาหลักสูตรของกลุ่มผู้ปลูก ถั่วลิสงควรมีความรู้พื้นฐานจำเป็น 6 เรื่องคือ 1.1) การขายสินค้าออนไลน์ 1.2) การสร้างบัญชีผู้ใช้งานบน face book 1.3) การสร้างร้านออนไลน์บนเพจ 1.4) การบริหารจัดการร้านค้า 1.5) การขายของบนเพจ และ 1.6) การแต่งภาพก่อนโพสต์ 2) ผลการสร้างหลักสูตรมี 8 องค์ประกอบคือ 2.1) หลักการและเหตุผล 2.2) จุดมุ่งหมายหลักสูตร 2.3) ความสำคัญหลักสูตร 2.4) โครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร 2.5) กระบวนการพัฒนาหลักสูตร 2.6) ระยะเวลา 2.7) สื่อการเรียนรู้ และ 2.8) การวัดและประเมินผล 3) หลังการทดลองใช้หลักสูตร กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงมีความรู้ความเข้าใจ ความสามารถ และเจตคติต่อการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์สูงกว่าก่อนการใช้หลักสูตร และ 4) การประเมินหลักสูตร ด้านปฏิกิริยาอยู่ในระดับมาก และด้านผลลัพธ์อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านการ

เรียนรู้และด้านพฤติกรรมหลังการใช้หลักสูตรสูงกว่าก่อนการใช้หลักสูตรอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับข้อเสนอแนะในการนำหลักสูตรไปใช้คือ 1) หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์นี้ สามารถนำไปสร้างเป็นหลักสูตรรายวิชา หรือหลักสูตรฝึกอบรมพัฒนากลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงและผู้สนใจทั่วไปได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์กับกลุ่มเกษตรกรอื่น ๆ ได้ 2) ในการฝึกอบรมภาคปฏิบัติการ ควรใช้ทั้งเอกสารประกอบหลักสูตรและคู่มือการใช้หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ และใช้กระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมควบคู่ไปด้วย เพื่อการเสริมสมรรถนะให้เกิดทั้งความรู้ความเข้าใจ ทักษะความสามารถ และเจตคติด้านการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ให้เกิดขึ้นไปพร้อม ๆ กัน 3) ลักษณะการฝึกอบรมหลักสูตรควรกระทำในลักษณะเชิงปฏิบัติการมากกว่าเชิงทฤษฎี ควรเน้นการฝึกปฏิบัติตามแบบฝึกปฏิบัติที่กำหนด ควรมีเวลาให้กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงฝึกปฏิบัติอย่างพอเพียง มีการแนะนำปรึกษาอย่างใกล้ชิด และควรมีการติดตามผลการฝึกอบรมอย่างใกล้ชิด และต่อเนื่องจนกระทั่งได้ผลงานการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ และ 4) การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ควรใช้ตามคู่มือการใช้หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ ด้วยการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 4 ระยะคือระยะที่ 1 ขั้นเตรียมการพัฒนา (Plan) ระยะที่ 2 ขั้นดำเนินการพัฒนา (Action) ระยะที่ 3 ขั้นตรวจสอบผลการพัฒนา (Observe) และระยะที่ 4 ขั้นสะท้อนผลการพัฒนา (Reflection) เพื่อการเสริมสร้างสมรรถนะทั้งด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านทักษะ และด้านเจตคติด้านการใช้ดิจิทัลการทำตลาดเชิงรุกออนไลน์ได้ และ 5) ควรใช้แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ในการเข้าฝึกอบรมมากกว่าใช้แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) กล่าวคือต้องมาจากความต้องการ และความสมัครใจในการเข้าร่วมของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงเอง ซึ่งมีใช่มาจากการบังคับของหน่วยงาน อีกทั้งการดำเนินการควรเป็นลักษณะเชิงปฏิบัติการมากกว่าเชิงทฤษฎี ควรเน้นการฝึกปฏิบัติตามแบบฝึกปฏิบัติที่กำหนด ควรมีเวลาให้กลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสงฝึกปฏิบัติอย่างพอเพียง มีการแนะนำปรึกษาอย่างใกล้ชิด การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ ชวนคิดให้ติดตาม จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำหลักสูตรเสริมสร้างนี้ไปใช้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. เรียกใช้เมื่อ 24 พฤศจิกายน 2566 จาก <http://library.nhrc.or.th/ulib/dublin.php?ID=10558>
- จำรัส อินทลาภาพร. (2558). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการจัดการเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษา สำหรับครูระดับประถมศึกษา. ใน ดุษฎีนิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉวีวรรณ ตาลสุก. (2556). การพัฒนาหลักสูตรนาฏศิลป์สร้างสรรค์ตามแนวทางการจัดการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา. ใน ดุษฎีนิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เด่นศักดิ์ หอมหวาน. (2557). การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ สำหรับผู้สอนระดับอนุปริญญาในวิทยาลัยชุมชน. ใน ดุษฎีนิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ทิพวรรณ สุวรรณ. (2557). การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างความสามารถการจัดการเรียนรู้โครงการวิทยาศาสตร์ สำหรับครูวิทยาศาสตร์ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น. ใน ดุษฎีนิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- เพชรปानी อินทรพาณิชย์. (2560). การพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อเสริมสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอนุบาลสกจนคร. ใน วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิจัยหลักสูตรและการสอน . มหาวิทยาลัยราชภัฏสกจนคร.
- มนสิช สิทธิสมบุญ. (2562). การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะการวิจัยในชั้นเรียน ด้วยการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม สำหรับครูระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน. พิษณุโลก: ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร .
- วัลภา สรรเสริญ. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เวชสำอาง. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศุภชัย อาชีวะระงับโรค. (2559). Practical PDCA : แก้ปัญหาและปรับปรุงงานเพื่อความสำเร็จ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ซีโน ดีไซน์.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดลพบุรี. (2562). แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดลพบุรี (พ.ศ. 2561 – 2565). ลพบุรี: พัฒนาการเกษตรและสหกรณ์.