



The Development of Creative Advertising Writing Ability of Mathayomsuksa 4 Students at Nongki Pittayakhom School through Creativity-Based Learning with Infographics

Nantanat Dissadam¹ and Wachirarat Nirantechaphat²

¹The Master Degree of Education in Thai Language, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Thailand

²Faculty of Humanities and Social Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Thailand

¹E-mail: 66D0101104@nrru.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-2514-0689>

²E-mail: wachirarat.n@nrru.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7492-5012>

Received 21/04/2025

Revised 28/04/2025

Accepted 28/05/2025

Abstract

Background and Aims: Traditional teaching methods may not fully enhance students' creative advertising writing skills. The purposes of this research were 1) to compare the learning achievement in creative advertisement writing before and after implementing Creative-Based Learning (CBL) with infographics. 2) to develop students' creative advertisement writing ability to meet the 80 percent proficiency criterion, 3) to study students' satisfaction with the implemented learning model.

Methodology: The sample group consisted of 35 Matthayomsuksa 4 students at Nongki Pittayakhom School, selected by simple random sampling during the second semester of the academic year 2024. The research instruments included lesson plans, an achievement test, a creative advertisement writing assessment form, and a satisfaction questionnaire. The data were analyzed using mean ($\bar{x}$), percentage, standard deviation (S.D.), and t-test for dependent samples.

Results: The research findings revealed that 1) the post-test scores were significantly higher than the pre-test scores at the .05 level, with the pre-test mean score $\bar{x}=35.196$, S.D.=2.508 and the post-test mean score $\bar{x} = 27.266$, S.D.=2.856 2) The students' writing ability score was 91.70%, which was significantly higher than the 80% criterion at the .05 level and 3) students expressed the highest level of satisfaction with the learning model, with an average score $\bar{x}=4.61$, S.D.= 0.57 particularly in the teaching methods aspect.

Conclusion: The study found that Creative Writing-Based Learning (CBL) with infographics significantly improved students' academic performance and creative advertising writing skills. Students exceeded the target achievement criterion, and their satisfaction with the learning approach was high, especially with the teaching methods. This suggests that CBL with infographics is an effective way to enhance creativity and learning outcomes.

Keywords: Creative Advertising Writing; Creative-Based Learning (CBL); Infographic



การพัฒนาความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหนองกิ้งพิทยาคม โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก

นันทน ติษคำ¹ และวชิรารัตน์ นรินทร์เตชาภัทร์²

¹ครูศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: วิธีการสอนแบบดั้งเดิมอาจไม่ส่งเสริมทักษะการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ได้เต็มที่ งานวิจัยนี้ใช้ CBL ร่วมกับอินโฟกราฟิกเพื่อพัฒนาผลการเรียนรู้ การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก 2) พัฒนาความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ ร้อยละ 80 และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ดังกล่าว

ระเบียบวิธีการวิจัย: กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหนองกิ้งพิทยาคม ภาคเรียนที่ 2 ปี การศึกษา 2567 จำนวน 35 คน ที่ได้มาด้วยการสุ่มอย่างง่าย โดยวิธีการจับสลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ แบบประเมินความสามารถในการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบที

ผลการวิจัย: 1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย คะแนนก่อนเรียน $\bar{X}=27.266$, S.D.= 2.856 และคะแนนหลังเรียน $\bar{X}=35.196$, S.D.= 2.508 2) ความสามารถในการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์หลังเรียนมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 91.70 ซึ่งสูงกว่าร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 และ 3) นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ในระดับมากที่สุด $\bar{X}=4.61$, S.D.= 0.48 โดยมีความพึงพอใจต่อด้านวิธีการสอนมากที่สุด

สรุปผล: การศึกษาพบว่า การเรียนรู้แบบ CBL ร่วมกับอินโฟกราฟิก ช่วยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะ การเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ นักเรียนทำคะแนนได้สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการเรียนรู้ในระดับสูง โดยเฉพาะวิธีการสอน ซึ่งชี้ให้เห็นว่า CBL กับอินโฟกราฟิกเป็น แนวทางที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และผลการเรียนรู้

คำสำคัญ: การเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์; การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL); อินโฟกราฟิก

บทนำ

การเขียนสามารถสะท้อนกระบวนการคิดในรูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคิดเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถถ่ายทอดผ่านการเขียนเชิงสร้างสรรค์ อรุณี นาคประสงค์ (2561: 15) กล่าวว่า การเขียนไม่ใช่เพียงการ ถ่ายทอดความคิด แต่เป็นการฝึกฝนการคิดวิเคราะห์ คิดอย่างมีวิจารณญาณ และคิดอย่างสร้างสรรค์ การเขียนเชิง สร้างสรรค์ช่วยให้คิดอย่างเป็นระบบ มีตรรกะและมีเหตุผล ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการเขียนประเภทต่าง ๆ รวมถึงการเขียนโฆษณา

การเขียนโฆษณาเป็นรูปแบบหนึ่งของการเขียนเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการค้าขายออนไลน์มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่แพร่หลาย ชวรงค์ ลิมป์ปัทม

ปาณิ (2560: 1) ให้เหตุผลว่าธุรกิจออนไลน์ขยายตัวขึ้นเพราะผู้คนสามารถซื้อขาย สินค้าได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการค้าขายไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้าแค่เพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับการใช้ศิลปะทางภาษาในการเขียนโฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภค จุฑาภา เทพวรรณ (2562: 1) ศึกษาการใช้ภาษาโฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจและพบว่าหากการเขียนโฆษณาขาดความสร้างสรรค์ หรือใช้ภาษา ที่ไม่เหมาะสม ผู้บริโภคจะไม่ให้ความสนใจและไม่สามารถโน้มน้าวใจให้ซื้อสินค้าได้ ดังนั้นการพัฒนาทักษะ การเขียนโฆษณาที่มีประสิทธิภาพจึงควร เริ่มต้นจากกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์

แนวทางการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ถือเป็นยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว รวมถึงบทบาทของผู้สอนและผู้เรียนก็เปลี่ยนไปเช่นกัน จินตวิทย์ คล้ายสังข์ และเขมณัญญ์ มิ่งศิริธรรม (2563: 42-62) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาให้ผู้เรียนมีทักษะมีวิธีการแสวงหาความรู้ ดังนั้น การสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งสำคัญ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดกำแพงเพชร (2564: 5-20) กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้ในปัจจุบันต้องจัดการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ซึ่งถูกนำมาใช้ร่วมกับการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL: Creative-Based Learning) เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างตื่นตัวในกระบวนการเรียนรู้ของตนเอง ที่สามารถพัฒนาทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL: Creative-Based Learning) ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์องค์ความรู้ วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ และกัจฉวัฒน์ จันทร์ดี (2559: 153) อธิบายว่า CBL เป็นการเรียนรู้ ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิดจากการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning: PBL) และแนวคิดความคิดแนวนาน (Parallel Thinking) ของเอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน ซึ่งเป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21

ในยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในกระบวนการเรียนรู้ โดยเฉพาะการใช้สื่อดิจิทัล เช่น อินโฟกราฟิก ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ข้อมูลกระชับ เข้าใจง่าย พชร วาณิชวสิน (2558: 227-240) ได้กล่าวว่า อินโฟกราฟิกสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือจัดการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้ที่น่าสนใจสอดคล้องกับ อรรถพร อุดมสุข (2564: 53-55) ที่ได้ศึกษาผลของการใช้ CBL ร่วมกับอินโฟกราฟิก พบว่า ช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้อินโฟกราฟิกยังสามารถนำมาใช้ ในการเขียนโฆษณาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและช่วยให้เนื้อหาที่น่าสนใจมากขึ้น การใช้ CBL ควบคู่กับอินโฟกราฟิกจึงเป็นแนวทางที่สามารถช่วยพัฒนาทักษะการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

โรงเรียนหนองก่พิทยานุสมีการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2560 โดยมุ่งเน้นการพัฒนานักเรียนให้มีความสามารถตามมาตรฐานสากล อย่างไรก็ตาม จากรายงานผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียน ปีการศึกษา 2566 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 รายวิชาการเขียน ภาคเรียนที่ 2 (โรงเรียนหนองก่พิทยานุส, 2566) พบว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ต่ำกว่าที่กำหนด โดยเฉพาะด้านการเขียนโฆษณา เนื่องจากขาดทักษะการสร้างสรรค์ถ้อยคำที่น่าสนใจและเหมาะสม จากการสำรวจปัญหาของนักเรียนกลุ่มแผนการเรียนสังคม-ภาษา และสังคม-ธุรกิจ พบว่า นักเรียนต้องการพัฒนาทักษะการเขียนโฆษณาเพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ ดังนั้น การจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาทักษะการเขียนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาการจัดการเรียนการสอนแบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับ อินโฟกราฟิก เพื่อจะพัฒนาความสามารถในการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหนองก่พิทยานุส และนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหนองก๊กพิทยาคม โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน
2. เพื่อพัฒนาความสามารถในการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหนองก๊กพิทยาคม โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ ตามเกณฑ์ ร้อยละ 80
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหนองก๊กพิทยาคม ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก

การทบทวนวรรณกรรม

ปัจจุบัน การจัดการศึกษาเน้นการพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ทักษะหนึ่งที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างสูงคือการเขียนโฆษณา ซึ่งเป็นศิลปะของการเลือกสรรคำเพื่อโน้มน้าวใจและสร้างอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นเพื่อพัฒนาความสามารถในการเขียนโฆษณาอย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยนี้ได้นำแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL: Creativity-Based Learning) มาประยุกต์ใช้โดยเน้นให้นักเรียนเกิดกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ฝึกแก้ปัญหา และพัฒนาทักษะการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ดังนี้

มงคล เรืองณรงค์ และลัดดา ศิลาน้อย (2558: 143) อธิบายว่า CBL เป็นการสอนที่พัฒนาผู้เรียน ผ่านการค้นคว้า ฝึกทักษะการคิด การนำเสนอ และการทำงานกลุ่ม วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ และวรรณ นิมิตรพงษ์กุล (2562: 31-33) เสริมว่า CBL กระตุ้นให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้น สนุกสนาน และกล้าแสดงออกผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ และนำเสนอผลงาน อัมพร เลิศณรงค์ (2559: 102) ชี้ว่า CBL ได้รับอิทธิพลจากแนวคิด "ความคิดแนวนาน" (Lateral Thinking) ของ Edward de Bono ที่เน้นการคิดนอกกรอบ

ผู้วิจัยจึงได้นำแนวทางของ CBL มาประยุกต์ใช้โดยให้นักเรียนมีบทบาทในการกำหนดปัญหา ค้นคว้าข้อมูล และสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อเสริมสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม ซึ่งขั้นตอนการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ตามแนวทางของวิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ และวรรณ นิมิตรพงษ์กุล (2562: 83-84), บุษยา ธงนำทรัพย์ (2562: 39) และกิตติมา กิจประเสริฐ (2562: 30) สรุปได้ว่า CBL ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กระตุ้นความสนใจ 2) ตั้งปัญหาและแบ่งกลุ่มตามความสนใจ 3) ค้นคว้าและคิด 4) นำเสนอ และ 5) ประเมินผล

จากการศึกษาดังกล่าว การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การคิดสร้างสรรค์ และการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง ผู้วิจัยได้นำแนวทางนี้มาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาทักษะการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์

นอกจากการเขียนโฆษณาแล้ว การสื่อสารในยุคดิจิทัลยังต้องการความกระชับ เข้าใจง่าย และดึงดูดสายตา การใช้สื่ออินโฟกราฟิกจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญ กองบรรณาธิการ (2563: 2) อธิบายว่า อินโฟกราฟิก เป็นการนำเสนอข้อมูลผ่านภาพและข้อความ เพื่อช่วยให้เรื่องที่เข้าใจยากง่ายขึ้น ธัญธัช นันทชนก (2559: 25) ระบุว่า

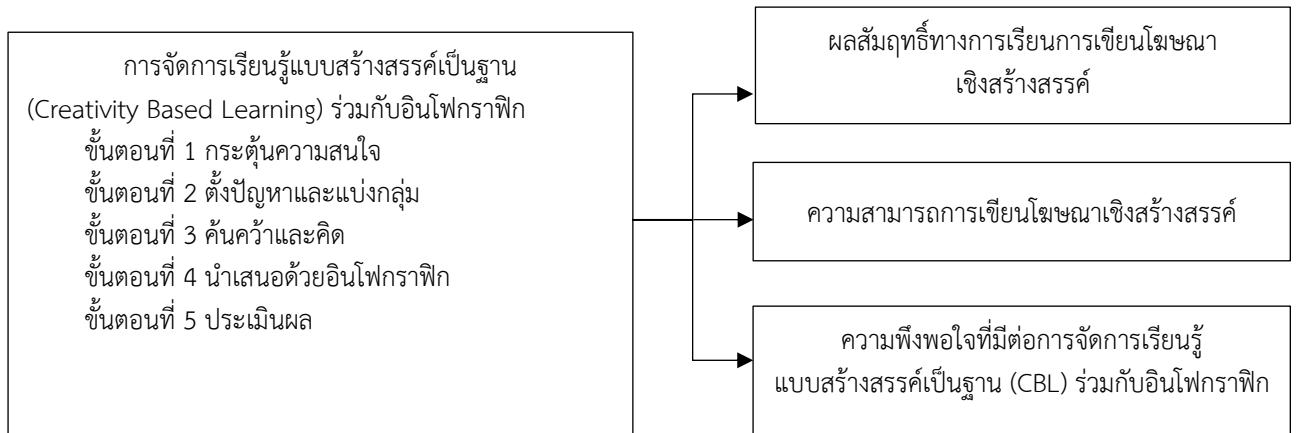
ภาพกราฟิกมักจะต้องประกอบด้วยข้อมูล และภาพกราฟิก อิสรเทศ ภาชนะกาญจน์ (2562: 8) แบ่งอินโฟกราฟิกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ Static, Interactive และ Motion Infographic โดย Smiciklas (2012) และธัญธัช นันทชนก (2559: 25-26) เห็นว่าคุณภาพของอินโฟกราฟิกขึ้นอยู่กับนำเสนอข้อมูลที่กระชับ และการใช้ภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหา อิสรเทศ ภาชนะกาญจน์ (2562: 14-15) เน้นว่า อินโฟกราฟิกที่ดีต้องมีองค์ประกอบ เช่น หัวข้อ ภาพ ข้อมูล ผู้จัดทำ พื้นที่ว่าง และแหล่งอ้างอิงเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ แนวคิดอินโฟกราฟิกเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะการเขียนเชิงสร้างสรรค์ โดยให้นักเรียนออกแบบอินโฟกราฟิกนำเสนอข้อความโฆษณาอย่างมีระบบ เข้าใจง่าย และน่าสนใจ เพื่อเสริม การสื่อสารด้วยภาพ และตัวหนังสืออย่างมีประสิทธิภาพ

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว ดังนั้นการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL: Creative-Based Learning) ร่วมกับอินโฟกราฟิก จึงเป็นแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาความสามารถในการเขียนโฆษณาของนักเรียน โดยส่งเสริมให้นักเรียนคิดอย่างเป็นระบบ ผักผ่นทักษะการสื่อสาร และบูรณาการการใช้สื่อเทคโนโลยีในการออกแบบอินโฟกราฟิกให้เข้ากับงานโฆษณาของตนเอง การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการใช้ CBL ร่วมกับ อินโฟกราฟิกเพื่อพัฒนาความสามารถในการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาเพิ่มเติม รหัส ท30217 วิชาการการเขียน เรื่องการเขียนโฆษณา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหนองก๊กพิทยาคมให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนและมีความสามารถในการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ รวมถึงต้องคำนึงถึงกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ และสามารถเขียนโฆษณา เชิงสร้างสรรค์ด้วยนั้น จึงจำเป็นต้องฝึกฝนกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์ เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก โดยใช้กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ของ วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ และวรวรรณ นิมิตรพงษ์กุล (2562: 83-84) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ตามหลักการของ กองบรรณาธิการ (2563: 26-27) เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ ดังนี้

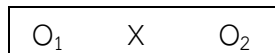
กระบวนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 5 ขั้นตอนร่วมกับอินโฟกราฟิกจึงเป็นเครื่องมือที่จะพัฒนากระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ และสามารถเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยแบบทดลอง (Pre-experimental design) มีกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวทดสอบก่อนและหลังเรียน (The one-group pretest-posttest design) เพื่อวัดความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์



เมื่อกำหนดให้

O₁ หมายถึง การทดสอบก่อนการจัดการเรียนรู้

X หมายถึง การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับอินโฟกราฟิก

O₂ หมายถึง การทดสอบหลังการจัดการเรียนรู้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ของโรงเรียนหนองกิ้งพิทยาคม อำเภอหนองกิ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 8 ห้องเรียน รวมทั้งสิ้น 320 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/8 โรงเรียนหนองกิ้งพิทยาคม ปีการศึกษา 2567 ภาคเรียนที่ 2 จำนวน 35 คน ได้มาด้วยการสุ่มอย่างง่าย โดยวิธีการจับสลาก จำนวน 1 ห้อง

2. เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือการวิจัยเพื่อพัฒนาความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 4 ชนิด ดังนี้

2.1 แผนการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับอินโฟกราฟิก จำนวน 5 แผน แผนละ 2 ชั่วโมง ได้แก่ 1) การเขียนโฆษณาผ่านอินโฟกราฟิก 2) องค์ประกอบของโฆษณา 3) การใช้ภาษาโฆษณา 4) การเขียนองค์ประกอบโฆษณา และ 5) การเขียนโฆษณาสินค้าภายในโรงเรียน

2.2 แบบทดสอบการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ชนิดปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ

2.3 แบบทดสอบการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ชนิดอัตนัย 1 ข้อ

2.4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับสื่ออินโฟกราฟิก แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ทดสอบก่อนเรียน (Per-test) 40 คะแนน ด้วยแบบทดสอบการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ชนิดปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ 20 คะแนน โดยการสอบออนไลน์ผ่าน Google Form ใช้เวลาทดสอบ 20 นาที และชนิดอัตนัย จำนวน 1 ข้อ 20 คะแนน โดยเขียนลงในกระดาษ ใช้เวลาทดสอบ 30 นาที

3.2 ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับ สื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 5 แผน แผนละ 2 ชั่วโมง รวม 10 ชั่วโมง

3.3 ทดสอบหลังเรียน (Post-test) 40 คะแนน ด้วยแบบทดสอบการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ชนิดปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ 20 คะแนน โดยการสอบออนไลน์ผ่าน Google Form ใช้เวลาทดสอบ 20 นาที และชนิดอัตนัย จำนวน 1 ข้อ 20 คะแนน โดยออกแบบอินโฟกราฟิกผ่าน Canva ใช้เวลาทดสอบ 1 ชั่วโมง ซึ่งแบบทดสอบชนิดปรนัยและอัตนัยชุดเดียวกันกับการทดสอบก่อนเรียน

3.4 ประเมินความพึงพอใจหลังการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับอินโฟกราฟิก ใช้เวลาประเมินความพึงพอใจ 10 นาทีสุดท้ายในชั่วโมงของแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5 เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์เปรียบเทียบและใช้ในการอภิปรายผลการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ร้อยละ (%) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (t-test Dependent Samples)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการพัฒนาความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหนองก๊กพิทยาคม โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ระหว่าง ก่อนเรียนและหลังเรียนตามตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน

การทดสอบ	n	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	t	p
หลังเรียน	35	40	35.196	2.508	17.047	.000*
ก่อนเรียน	35	40	27.266	2.856		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 พบว่า นักเรียนมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน มีค่าดังนี้ คะแนนก่อนเรียน $\bar{X}=27.266$ จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน S.D.= 2.856 และคะแนนหลังเรียน $\bar{X}= 35.196$ S.D.= 2.508 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2. ผลการเปรียบเทียบความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 4 โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ ร้อยละ 80 ตามตาราง 2 ดังนี้

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ร้อยละ 80

การทดสอบ	n	เกณฑ์	$\bar{X}$	ร้อยละ	S.D.	t	p
หลังเรียน	35	18 (ร้อยละ 80)	18.34	91.70	0.918	7.538	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่า นักเรียนมีคะแนนความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ หลังเรียน $\bar{X}=18.34$ จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน S.D.= 0.918 คิดเป็นร้อยละ 91.70 ซึ่งคะแนนหลังเรียนสูงกว่าร้อยละ 80 ที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ตามตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก

ข้อที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านวิธีการสอน		4.66	0.080	มากที่สุด
1	นักเรียนชอบวิธีการสอนของครู	4.77	0.426	มากที่สุด
2	นักเรียนชอบกิจกรรมที่ครูจัดขึ้นในห้องเรียน	4.68	0.529	มากที่สุด
3	นักเรียนชอบการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วม ในการปฏิบัติกิจกรรมอย่างเต็มที่	4.68	0.529	มากที่สุด
4	นักเรียนชอบทำงานกลุ่มร่วมกัน	4.57	0.608	มากที่สุด
5	กิจกรรมการสอนทำให้นักเรียนกล้าคิดสิ่งแปลกใหม่	4.57	0.608	มากที่สุด
ด้านสื่อการสอน		4.56	0.083	มากที่สุด
7	นักเรียนชอบที่ได้ออกแบบอินโฟกราฟิก	4.48	0.701	มาก

ข้อที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
8	อินโฟกราฟิกทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่ายขึ้น	4.45	0.657	มาก
9	อินโฟกราฟิกทำให้นักเรียนได้พัฒนาทักษะการเขียนมากขึ้น	4.57	0.608	มากที่สุด
10	อินโฟกราฟิก ทำให้การทำงานที่รับมอบหมายง่ายขึ้น	4.57	0.608	มากที่สุด
11	สื่อการสอนช่วยให้นักเรียนเข้าใจเรื่องที่สอนมากขึ้น	4.65	0.539	มากที่สุด
12	สื่ออินโฟกราฟิกเหมาะสมกับเนื้อหา	4.65	0.481	มากที่สุด
ด้านเนื้อหา		4.62	0.057	มากที่สุด
13	นักเรียนชอบเนื้อหาที่เรียนมากขึ้นกว่าเดิม	4.62	0.546	มากที่สุด
14	นักเรียนชอบที่ได้บูรณาการความรู้ในชั้นเรียน	4.57	0.608	มากที่สุด
15	เนื้อหาที่เรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง	4.68	0.582	มากที่สุด
รวม		4.61	0.570	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่าความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีต่อการจัดการเรียนรู้ แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด $\bar{X}=4.61$ เมื่อพิจารณาและเรียงลำดับในแต่ละด้านพบว่า ด้านวิธีการสอน นักเรียนมีความพึงพอใจ มากที่สุด $\bar{X}=4.66$, S.D.=0.080 ด้านเนื้อหา $\bar{X}=4.62$, S.D.=0.083 และด้านสื่อการสอน $\bar{X}=4.56$, S.D.=0.057 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า 3 ลำดับแรก คือข้อที่ 1 นักเรียนชอบวิธีการสอนของครู $\bar{X}=4.77$ ลำดับต่อมาคือ ข้อที่ 6 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ทำให้นักเรียนเข้าใจเรื่องที่เรียนง่ายยิ่งขึ้น $\bar{X}=4.71$ และลำดับที่ 3 คือ ข้อที่ 2 นักเรียนชอบกิจกรรมที่ครูจัดขึ้นในห้องเรียน ข้อ 3 นักเรียนชอบการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมอย่างเต็มที่ และข้อ 15 เนื้อหาที่เรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง $\bar{X}=4.68$ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง การพัฒนาความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหนองกิ้งพิทยาคม โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ผลการวิจัยสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งคะแนนหลังเรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ คะแนนก่อนเรียน $\bar{X}=27.266$ จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน S.D.= 2.856 และคะแนนหลังเรียน $\bar{X}=35.196$ S.D.= 2.508 กล่าวได้ว่า นักเรียนมีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ทั้งนี้เป็นเพราะการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิกที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ได้ผ่านกระบวนการและขั้นตอนการสร้าง การหาคุณภาพอย่างเป็นระบบ โดยได้รับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา กระบวนการ และเวลาในการจัดกิจกรรม รวมทั้งการวัดและประเมินผล การทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน โดยขั้นตอนการจัดกิจกรรมมีความเหมาะสมกับการจัด การเรียนการสอนใน

จุดประสงค์ที่คาดหวัง จึงส่งผลให้คะแนนหลังเรียนสูงขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ และ วรวรรณ นิมิตรพงษ์กุล (2562: 83-84) เนื่องจาก วิธีการนี้เป็นการเรียนแบบต้นตัว ทำให้ได้คิด ค้นคว้า ทำงาน และนำเสนอเป็นกลุ่มรวมถึง กล้าแสดงความคิดเห็น และได้ค้นคว้าจากสื่อเทคโนโลยี โดยเน้นกระบวนการลงมือทำ ด้วยความกระตือรือร้น ผ่านกระบวนการเรียนรู้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กระตุ้นความสนใจ ผู้สอนกระตุ้นความสนใจของผู้เรียน โดยการใช้สื่ออินโฟกราฟิก ที่เกี่ยวกับเนื้อหาโฆษณา พร้อมทั้งคำถามกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนเพื่อให้เกิดความอยากรู้ อยากเรียน อยากสร้างสรรค์ผลงาน ทำนองเดียวกันกับแนวคิดของ พัชรา วาณิชวสิน (2558: 227-240) ที่กล่าวว่า การใช้อินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือสื่อสาร เพื่อสร้างความน่าสนใจ ความเข้าใจ และการจดจำได้ ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร นะมาณะกะ (2562: 68) พบว่า ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนด้วยสื่อการสอนอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ขั้นตอนที่ 2 ตั้งปัญหาและแบ่งกลุ่มตามความสนใจ ผู้เรียนช่วยกันตั้งปัญหาที่ตนเองสนใจจากสื่อ อินโฟกราฟิกที่ผู้สอนนำเสนอ เมื่อนักเรียนแต่ละคนพบปัญหาที่สนใจแล้วจึงแบ่งกลุ่มตามปัญหาที่สนใจ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาพร้อมกัน ซึ่งนักเรียนบางคน ยังไม่สามารถวิเคราะห์ปัญหา ดังนั้นผู้สอนควรกระตุ้นให้นักเรียนรู้จักตั้งประเด็นปัญหา กล้าคิด และกล้าแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระด้วยการสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองในชั้นเรียน สุวัฒน์ วิวัฒนานนท์ (2550: 62) กล่าวว่า ผู้สอนต้องสนับสนุนให้ผู้เรียนค้นหาคำตอบ ด้วยคำถามหรือปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในบทเรียนจะเป็นจุดเริ่มต้นการคิดให้ผู้เรียนพยายามให้ได้คำตอบ หรือแก้ปัญหาได้

ขั้นตอนที่ 3 ค้นคว้าและคิด ผู้เรียนแต่ละกลุ่มช่วยกันศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยผู้สอนจะเดินตามกลุ่มเพื่อให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาหรือข้อสงสัยและในระหว่างทำกิจกรรมการเรียนรู้ผู้เรียนจำเป็นต้องมีการค้นคว้าข้อมูล โดยการใช้เทคโนโลยีเพื่อความรวดเร็วและเข้าถึงง่าย แต่ทั้งนี้ครูผู้สอนคอยแนะนำแนวทางในการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อให้ผู้เรียนรู้จักเลือกใช้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือในการแก้ปัญหาที่ต้องการศึกษา ทำนองเดียวกันกับแนวคิดของ ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์ (2559: 8) อธิบายว่า การสอนที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดี ต้องมีกระบวนการที่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการศึกษา คิดค้นคว้า พิสูจน์ ทดลอง และสร้างผลงาน ของตนเองออกมาอย่างมีคุณภาพ ซึ่งนักเรียนได้วิเคราะห์ปัญหา กำหนดจุดประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และแนวทาง การนำเสนอ โดยสร้างผลงานการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบอินโฟกราฟิก

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอ ผู้เรียนแต่ละกลุ่มสร้างผลงานเพื่อเตรียมนำเสนอและ นำเสนอผลงานในรูปแบบอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง ตามองค์ประกอบของการเขียนโฆษณาและออกแบบอินโฟกราฟิกตามความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละกลุ่ม สอดคล้องกับแนวคิดของ ฌอนมพร เลหาจรัสแสง (2561: 56) กล่าวว่า การใช้ อินโฟกราฟิก จึงไม่ใช่เพียงเครื่องมือในการนำเสนอข้อมูล แต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการออกแบบการเรียนรู้ ที่เชื่อมโยงกับทฤษฎีการเรียนรู้สมัยใหม่ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมและสร้างความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้อง การศึกษาของ Ansa Hameed (2022) ที่มุ่งศึกษาการส่งเสริมการรับรู้เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในบริบทของ การเรียนการสอนภาษาอังกฤษ (EFL) โดยเน้นการใช้อินโฟกราฟิก ในการเขียนเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า การใช้อินโฟกราฟิกช่วยส่งเสริมทักษะการเขียนเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งนักเรียนยังมองว่าอินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือที่ช่วยดึงดูดความสนใจ

ขั้นตอนที่ 5 ประเมินผล นักเรียนมีโอกาสประเมินผลงานของตนเองและของเพื่อนร่วมชั้นเรียน เพื่อสะท้อนจุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุง เพื่อที่จะพัฒนาตนเองในชั่วโมงถัดไป ซึ่งในชั่วโมงถัดมาพบว่าชิ้นงานของผู้เรียนให้มีความน่าสนใจ และสร้างสรรค์ขึ้นเรื่อย ๆ ตามคำแนะนำของครูและเพื่อนร่วมชั้นเรียน ซึ่งในขั้นนี้ผู้เรียนจะมีส่วนร่วมในการประเมินผลงาน เพื่อพัฒนาผลงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ศศิธร บัวทอง (2560: 1864) ที่ระบุว่า การประเมินตามสภาพจริง (Authentic Assessment) จะเกิดประโยชน์กับผู้เรียนมาก เพราะจะทำให้ทราบความสามารถที่แท้จริงของผู้เรียนว่ามีจุดเด่นและข้อบกพร่องในเรื่องใด อันจะนำไปสู่การแก้ไขที่ตรงประเด็น

กระบวนการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวส่งเสริมกระบวนการคิด และพัฒนาสามารถเขียนโฆษณา ได้อย่างสร้างสรรค์ โดยกระบวนการดังกล่าวข้างต้นทำให้เห็นว่าการสอนแบบ CBL ช่วยให้ผู้เรียนตื่นตัว และสนุกกับการเรียน จึงทำให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน สอดคล้องกับการวิจัยของ อรรพรรณ อุดมสุข (2564: 53) ที่ได้ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับ สื่ออินโฟกราฟิกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวรรณคดีไทย เรื่อง กาพย์พระไชยสุริยา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลปรากฏว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่เรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับสื่ออินโฟกราฟิก มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน $\bar{X}=18.85$ ซึ่งสูงกว่าก่อนเรียน $\bar{X}=9.24$ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ ชลธิชา นานา (2560: 83) หัวข้อ การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวรรณคดีไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสร้างสรรค์เป็นฐาน ผลปรากฏว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวรรณคดีไทยของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสร้างสรรค์เป็นฐานหลังเรียน ($\bar{X}=19.22$, S.D. = 4.28) สูงกว่าก่อนเรียน ($\bar{X}=11.91$, S.D. = 4.48) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก จึงเป็นการฝึกให้นักเรียนได้คิดลงมือปฏิบัติสร้างสรรค์ผลงานด้วยกระบวนการกลุ่มซึ่งเป็นแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ในการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน เรื่องการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ให้สูงขึ้น

2. ความสามารถในการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก หลังเรียนสูงกว่าร้อยละ 80 ที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก มีกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งผลให้สามารถคิดได้อย่างสร้างสรรค์ และสามารถถ่ายทอด ความสร้างสรรค์ผ่านการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ด้วยสื่ออินโฟกราฟิกที่สามารถสื่อสารได้เข้าใจง่าย รูปแบบทันสมัย และสามารถออกแบบได้อย่างหลากหลาย รวมถึงสามารถออกแบบได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการทางด้านความคิดเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้ความสามารถ การเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนสามารถพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพเกินเกณฑ์ที่กำหนดไว้

การพัฒนาความสามารถเขียนเชิงสร้างสรรค์ โดยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษมณี ลาปะ (2560: 216) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับผังกราฟิก ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 รายวิชา ส21103 สังคมศึกษา ผลการวิจัยพบว่าความคิดสร้างสรรค์ ของนักเรียน ร้อยละ 79.17 มีคะแนนเฉลี่ยผ่านเกณฑ์คิดเป็นร้อยละ 79.17 ขึ้นไป ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียน ร้อยละ 83.33 มีคะแนนเฉลี่ยผ่านเกณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 73.75 ขึ้นไป

จึงสรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สามารถพัฒนาความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์หลังเรียนสูงกว่าร้อยละ 80 ที่ตั้งไว้

3. ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก นักเรียนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X}=4.61$ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรพรรณ อุดมสุข (2564: 53) ที่ได้ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับสื่ออินโฟกราฟิกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวรรณคดีไทย เรื่อง กาพย์พระไชยสุริยา ของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลปรากฏว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในการเรียนวรรณคดีไทยของนักเรียนหลังได้รับการจัดเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับสื่ออินโฟกราฟิกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.21)

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านวิธีการสอน นักเรียนมีความพึงพอใจมากที่สุด $\bar{X}=4.66$ ด้านเนื้อหา $\bar{X}=4.62$ และด้านสื่อการสอน $\bar{X}=4.56$ ตามลำดับ

ด้านวิธีการสอน นักเรียนมีความพึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่ง ทั้งนี้เป็นเพราะการจัดการจัดกิจกรรม การเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก ช่วยให้นักเรียนได้เรียนรู้กระบวนการทำงาน เป็นกลุ่ม และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นอิสระ เพื่อให้นักเรียนมีอิสระในการคิด ค้นคว้า และเรียนรู้ ด้วยตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ อัมพร เลิศณรงค์ (2559: 102-103) ได้กล่าวว่า รูปแบบการเรียนการสอน แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL: Creative-Based Learning) เป็นส่วนหนึ่งในการจัดการเรียนการสอน โดยเน้นนักเรียนเป็นศูนย์กลาง ซึ่งเป็นการเรียนรู้แบบ Active Learning ทำให้นักเรียนมีความสุขในการเรียน มีทักษะในการคิด วิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร และการทำงานเป็นทีมของนักเรียนเพิ่มมากขึ้น

ด้านเนื้อหา นักเรียนมีความพึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่สอง เนื่องจากเนื้อหาการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากเนื้อหาการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์มีความน่าสนใจและท้าทาย การเรียนรู้ในเนื้อหา ดังกล่าวเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และจินตนาการในการสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์ (2566: 8-9) ที่ว่าการเขียนเชิงสร้างสรรค์เป็นการแสดงออกถึง ความคิดริเริ่มและจินตนาการใหม่ ๆ ของผู้เขียน นอกจากนี้การเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ยังช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะการสื่อสาร การวิเคราะห์ผู้บริโภค และการนำเสนอข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญในยุคปัจจุบัน ดังนั้นเนื้อหาจึงได้รับความสนใจและความพึงพอใจจากนักเรียนเป็นอย่างมาก

ด้านสื่อการสอน นักเรียนมีความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะสื่ออินโฟกราฟิกช่วยเพิ่ม ความน่าสนใจ และสร้างความเข้าใจ รวมถึงการจดจำเนื้อหาได้ง่ายมากขึ้น ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ ได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ พัชรา วาณิชชิน (2558: 227-240) ที่กล่าวว่า อินโฟกราฟิกสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือจัดการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร นมะมะกะ (2562: 68) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาสื่อการสอนอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อ สื่อการสอนอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง พบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}= 4.61$)

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในรายชื่อของรายการประเมินความพึงพอใจ พบว่า ด้านสื่อการสอน ข้อที่ 7 นักเรียนชอบที่ได้ออกแบบอินโฟกราฟิก และข้อที่ 8 อินโฟกราฟิก ทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่ายขึ้น นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ระดับมาก ซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าข้ออื่น ๆ เมื่อพิจารณาพบว่านักเรียนบางคนยังขาดทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อออกแบบอินโฟกราฟิก นอกจากนี้ ปัจจัยด้านระยะเวลาและความคุ้นเคยกับเครื่องมือออกแบบก็สามารถส่งผลต่อระดับความพึงพอใจที่ลดลง นักเรียนบางคนอาจต้องใช้เวลามากขึ้นในการเรียนรู้ และฝึกฝนทักษะการสร้างอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรทบทวนความรู้เดิมของนักเรียนก่อนขึ้นบทเรียนใหม่แต่ละครั้ง เพื่อจะประเมินความรู้เดิมของนักเรียนและนำไปสู่การวางแผนการเรียนรู้ขั้นตอนต่อไป

1.2 ในระหว่างจัดกิจกรรมการเรียนรู้ครูเปิดโอกาสให้นักเรียนได้คิดอย่างอิสระแต่ควรอยู่ในขอบเขตที่เหมาะสม

1.3 ควรนำความรู้ที่เกิดจากการศึกษาค้นคว้าในช่วงเวลาเรียนไปปรับเนื้อหาการจัดการเรียนรู้ ในช่วงเวลาถัดไป เพื่อให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการค้นคว้าอย่างต่อเนื่อง

1.4 ควรมีกิจกรรมอบรมหรือสอนเทคนิคเพิ่มเติมเกี่ยวกับการออกแบบอินโฟกราฟิกให้เหมาะสม กับระดับทักษะของนักเรียนแต่ละระดับ เนื่องจากนักเรียนบางกลุ่มยังขาดทักษะและความพร้อมด้านการใช้เทคโนโลยี

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ โดยการจัดการเรียนรู้ แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิกในระดับชั้นอื่น ๆ

2.2 ควรนำการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิกเปรียบเทียบกับรูปแบบการสอนอื่น ๆ เช่น รูปแบบซิเนคติกส์ และกลุ่มร่วมมือแบบ LT หรือเทคนิคการจัดการเรียนรู้อื่น ๆ

2.3 ควรมีการศึกษาตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อนักเรียนหลังการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิก เช่น ความเครียด ความวิตกกังวลจากการร่วมกิจกรรมกลุ่ม

2.4 ควรนำการพัฒนาความสามารถการเขียนโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ โดยการจัดการเรียนรู้ แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับอินโฟกราฟิกไปทดลองใช้กับนักเรียนหลาย ๆ โรงเรียน เพื่อขยายผลการวิจัยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กองบรรณาธิการ. (2563). นำเสนอข้อมูลด้วยภาพ Infographic จะโปรโมทหรือขายอะไรก็ปัง! (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพฯ: รีไวว้า.

กิตติมา กิจประเสริฐ. (2562). การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL). ใน เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการจัดการเรียนรู้. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

เกษมณี ลาปะ. (2560). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้รูปแบบการสอนแบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับผังกราฟิกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 รายวิชา ส23104 สังคมศึกษา (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

จินตวิรี คล้ายสังข์ & เขมณัญญ์ มิ่งศิริธรรม. (2563). การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสารวิชาการ, 10(1), 42-62.

จุฑาภา เทพวรรณ. (2562). การใช้ภาษาโฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจในการขายสินค้าออนไลน์ทางเฟซบุ๊ก (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.

ชลธิชา นานา. (2560). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวรรณคดีไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี. (2560). สื่อมวลชนยังจำเป็นหรือไม่ในยุค Social Media ครองโลก? ไทยรัฐออนไลน์.

สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/939422>

ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2559). การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ถนอมพร เลหาจรัสแสง. (2561). การใช้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 41(1), 53-60.



- ธัญธัช นันทชนก. (2559). อินโฟกราฟิก: รูปแบบใหม่ของการสื่อสารข้อมูล. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 10(1), 25–26.
- บุษยา ธงนำทรัพย์. (2562). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน เรื่อง พลังงานความร้อนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พัชรา วาณิชวสิน. (2558). ศักยภาพของอินโฟกราฟิก (Infographic) ในการเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 7(พิเศษ), 227–240.
- มงคล เรียงณรงค์ & ลัดดา ศิลาน้อย. (2558). การเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน. *วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์*, 10(2), 143–150.
- โรงเรียนหนองก๊กพิทยาคม. (2566). รายงานผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปีการศึกษา 2566. บุรีรัมย์: โรงเรียนหนองก๊กพิทยาคม.
- วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ & กิจวัฒน์ จันทร์ดี. (2559). คู่มือออกแบบการสอนในศตวรรษที่ 21. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ & วรพรรณ นิमितพงษ์กุล. (2562). สอนสร้างสรรค์ เรียนสนุกยุค 4.0. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศศิธร บัวทอง. (2560). การวัดและประเมินทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(2), 1856–1867.
- ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์. (2566). การเขียนเชิงสร้างสรรค์บนสื่อออนไลน์. อุดรธานี: สำนักวิชาศึกษาทั่วไป.
- สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดกำแพงเพชร. (2564). แนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เพื่อพัฒนาทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 จังหวัดกำแพงเพชร. สืบค้นจาก https://www.thaischool.in.th/_files_school/62100490/data/62100490_1_20210807-131704.pdf
- สุภาพร นมะมะกะ. (2562). การพัฒนาสื่อการสอนอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่งเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- สุวัฒน์ วิวัฒนานนท์. (2550). การพัฒนาทักษะการคิดและการแก้ปัญหา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรณพ อุดมสุข. (2564). ผลการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน (CBL) ร่วมกับสื่ออินโฟกราฟิกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวรรณคดี เรื่อง กาพย์พระไชยสุริยา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อรุณี นาคประสงค์. (2561). เขียนอย่างไรให้คิด คิดอย่างไรให้เขียน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัมพร เลิศณรงค์. (2559). การพัฒนารูปแบบการเรียนภาษาไทยโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นฐาน. *วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 17(1), 100–109.
- อิศเรศ ภาชนะกาญจน์. (2562). การออกแบบอินโฟกราฟิกในยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 38(2), 8–15.
- Ansa Hameed. (2022). *Prompting cognition for creativity in EFL context: An experimental study on the use of infographics for teaching writing skills*. Prince Sattam Bin Abdulaziz University.
- Smicklas, M. (2012). *The power of infographics: Using pictures to communicate and connect with your audiences*. Que Publishing.

