

# การสร้างสรรคฺคฺลปิวิดิโอสั้นเพื่อการประกอบการเพื่อสังคม

ภายใต้แนวคิด 1 Minute to Make Impact :

สื่อสารตนเอง สร้างภาพลักษณ์ และสะท้อนพลังของมหาวิทยาลัย

ประเภทผลงาน

( / ) สายวิชาการ ( ) สายสนับสนุน ประเภทการนำไปใช้ประโยชน์

( / ) นวัตกรรม ( ) R2R ( ) การพัฒนางาน/การลดขั้นตอน

ชื่อเจ้าของผลงาน

นายอนิรุทธิ์ ผงคลี ตำแหน่ง อาจารย์ หน่วยงาน สาขาการจัดการธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

## 1. บทคัดย่อ

ในบริบทของการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาในยุคดิจิทัล การพัฒนาผู้เรียนให้เป็นผู้มีความสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้กับชีวิตจริง การสื่อสารคุณค่า และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ เป็นภารกิจสำคัญของทุกหลักสูตร โดยเฉพาะในสาขาบริหารธุรกิจที่เน้นการคิดเชิงระบบ การสื่อสารสาธารณะ และความตระหนักในบทบาทของตนต่อสังคม

แนวปฏิบัติที่ดีจากกิจกรรม การสร้างสรรคฺคฺลปิวิดิโอสั้นเพื่อการประกอบการเพื่อสังคม ภายใต้แนวคิด 1 Minute to Make Impact เป็นกรณีศึกษาที่แสดงการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active and Authentic Learning สามารถส่งเสริมผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ได้อย่างครบถ้วน ได้แก่ ด้านความรู้ ทักษะทางปัญญา และทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาผลิตคฺลปิวิดิโอสั้นความยาวไม่เกิน 1 นาที สะท้อนความเข้าใจในแนวคิดผู้ประกอบการเพื่อสังคม (SE) ผ่านมุมมองและประสบการณ์ของตนเอง แล้วเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลยอดนิยม ได้แก่ TikTok, Facebook Reels และ YouTube Shorts ภายใต้หัวข้อที่เชื่อมโยงกับชีวิตนักศึกษา และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

กิจกรรมนี้มีผลกระทบอย่างชัดเจนใน 3 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับผู้เรียน พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และความมั่นใจในการแสดงออกเชิงวิชาชีพ 2) ระดับหลักสูตร สร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สามารถตรวจสอบได้ พร้อมส่งเสริมบทบาทของอาจารย์ในฐานะผู้อำนวยการเรียนรู้ และ 3) ระดับสถาบัน สร้างการรับรู้ และภาพลักษณ์ของคณะบริหารศาสตร์ และมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีสู่สาธารณะ ด้วยสื่อที่ผลิตจากผู้เรียนจริง สะท้อนพลังของมหาวิทยาลัยในฐานะแหล่งบ่มเพาะปัญญา

ภายในระยะเวลาไม่ถึงสองเดือน คฺลปิวิดิโองานักศึกษาได้รับการเข้าถึง (Organic reach) รวมมากกว่า 1,000,000 ครั้ง และมีปฏิสัมพันธ์ (Engagement) มากกว่า 10,000 ครั้ง ซึ่งให้เห็นว่าแนวปฏิบัติดังกล่าวสามารถเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ที่ทรงพลัง โดยไม่ต้องพึ่งพาโฆษณาแบบทางการ และยังสร้างเสียงของสถาบันผ่านภาษาของเยาวชนได้อย่างน่าเชื่อถือ ด้วยเหตุนี้แนวปฏิบัตินี้จึงควรได้รับการส่งเสริม ขยายผล และบูรณาการเข้าสู่แนวทางการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาอื่น ๆ เพื่อยกระดับคุณภาพบัณฑิตและสร้างความแตกต่างทางภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในยุคที่การแข่งขันด้านการศึกษามีความเข้มข้น และความเชื่อมโยงกับสังคมอย่างจับต้องได้ คือ ปัจจัยสำคัญต่อการอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืนของสถาบันอุดมศึกษา

## 2. บทนำ

ในบริบทของการศึกษายุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การจัดการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษามีอาจจำกัดอยู่เพียงการถ่ายทอดเนื้อหาทางทฤษฎีเท่านั้น หากแต่จำเป็นต้องตอบโจทย์การพัฒนาผู้เรียนให้สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ ถ่ายทอดคุณค่า และสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในโลกจริง โดยเฉพาะในสาขาบริหารธุรกิจ ที่ผู้เรียนต้องมีทักษะการสื่อสารทางธุรกิจอย่างมืออาชีพ ทว่าในความเป็นจริง นักศึกษาจำนวนมากไม่มั่นใจในการนำเสนอเนื้อหาต่อสาธารณะ และไม่สามารถสื่อสารประเด็นเชิงธุรกิจหรือภาพลักษณ์ตนเองได้อย่างมีจุดยืน ส่งผลให้เกิดช่องว่างระหว่างความรู้ในห้องเรียนกับการประยุกต์ใช้ในโลกรการทำงาน กิจกรรม “การสร้างสรรคฺคฺลปิวิดิโอสั้นเพื่อการประกอบการ

เพื่อสังคม” ภายใต้แนวคิด 1 Minute to Make Impact ถูกออกแบบเพื่อเสริมสร้างความสามารถด้านการคิดวิเคราะห์ การใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ และการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยให้นักศึกษาได้สร้างสรรค์เนื้อหาและสื่อสารตนเองผ่านช่องทางดิจิทัลยอดนิยม เช่น TikTok, Facebook Reels และ YouTube Shorts

กิจกรรมนี้ไม่เพียงส่งเสริมผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้งในด้านความรู้ ทักษะทางปัญญา และเทคโนโลยีสารสนเทศเท่านั้น แต่ยังช่วยพัฒนาความกล้าแสดงออก และเสริมสร้างความมั่นใจในการนำเสนอสาระสำคัญทางธุรกิจอย่างมืออาชีพ นักศึกษาได้ฝึกวางแผนเรื่อง ถ่ายทอดมุมมองผ่านบริบทชีวิตจริง และสร้างสรรค์เนื้อหาที่สื่อถึงแนวคิดผู้ประกอบการเพื่อสังคม (SE) โดยมีอาจารย์ทำหน้าที่เป็น Learning Facilitator ในการสนับสนุน กระตุ้น และให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไม่เพียงสะท้อนถึงการเติบโตของนักศึกษาในฐานะผู้เรียนรู้ที่มีศักยภาพ แต่ยังส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในฐานะแหล่งบ่มเพาะปัญญาที่ใช้พลังของผู้เรียนเป็นแรงขับเคลื่อนสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริงทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม

### 3. วัตถุประสงค์

แนวทางการเรียนรู้แบบใหม่โดยใช้กิจกรรม การสร้างสรรค์คลิปวิดีโอสั้นเพื่อการประกอบการเพื่อสังคม ภายใต้แนวคิด 1 Minute to Make Impact : สื่อสารตนเอง สร้างภาพลักษณ์ และสะท้อนพลังของมหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์สำคัญ 5 ประการดังนี้

3.1 เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถประมวลและประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ผ่านการผลิตสื่อสาระในรูปแบบวิดีโอสั้นที่สร้างสรรค์และมีคุณค่า

3.2 เพื่อพัฒนาทักษะทางปัญญาในการคิดอย่างเป็นระบบ คิดเชิงสร้างสรรค์ และสื่อสารความรู้ได้อย่างมีจุดยืนทางวิชาชีพ โดยเชื่อมโยงกับบริบทสังคมและชีวิตการเรียนรู้จริงของผู้เรียน

3.3 เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรู้เท่าทันในการสื่อสารสาธารณะ โดยให้นักศึกษาได้ฝึกการออกแบบเนื้อหา การใช้เครื่องมือผลิตสื่อ และการประเมินผลการสื่อสารในแพลตฟอร์มออนไลน์ยอดนิยม

3.4 เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้สื่อสารตนเอง สร้างภาพลักษณ์ และสะท้อนพลังของมหาวิทยาลัย ผ่านเนื้อหาที่ถ่ายทอดจากมุมมองของผู้เรียนจริง ซึ่งเป็นการเผยแพร่คุณภาพของหลักสูตรและสถาบันอย่างเป็นธรรมชาติและทรงพลัง

3.5 เพื่อให้ผู้สอนทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ (Learning facilitator) โดยออกแบบกิจกรรมที่สร้างแรงจูงใจ มีเป้าหมายเชิงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร และมีบทบาทในการเสริมแรงให้นักศึกษากล้าแสดงศักยภาพและเผยแพร่ผลงานอย่างมีจรรยาบรรณ

### 4. วิธีการ/เครื่องมือ

เพื่อให้การดำเนินกิจกรรม การสร้างสรรค์คลิปวิดีโอสั้นเพื่อการประกอบการเพื่อสังคม ภายใต้แนวคิด 1 Minute to Make Impact : สื่อสารตนเอง สร้างภาพลักษณ์ และสะท้อนพลังของมหาวิทยาลัย บรรลุวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถสะท้อนแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการเรียนรู้ที่สามารถสร้างผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรได้อย่างแท้จริง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องออกแบบวิธีการดำเนินกิจกรรมให้มีความเป็นระบบ ยืดหยุ่น และส่งเสริมการเรียนรู้อย่างมีเป้าหมาย โดยการดำเนินกิจกรรมในลักษณะนี้ต้องอาศัยบทบาทของอาจารย์ผู้สอนในฐานะผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ (Learning facilitator) จากการทำหน้าที่แต่เพียงถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงวิชาการเท่านั้น หากแต่ยังต้องมีความสามารถในการออกแบบกิจกรรม สร้างแรงจูงใจ สร้างแรงบันดาลใจ จัดเตรียมพื้นที่การเรียนรู้ ตลอดจนให้ข้อมูลย้อนกลับที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ผลงานของผู้เรียน โดยให้ความสำคัญกับความแตกต่างเฉพาะบุคคล (Individual voice) และโอกาสในการนำเสนอเนื้อหาจากมุมมองของผู้เรียนเอง รายละเอียดของวิธีการและเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมจึงได้นำเสนอไว้ในหัวข้อต่อไปนี้ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในบริบทการเรียนการสอนจริง และเป็นต้นแบบในการออกแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ในลักษณะเดียวกันต่อไป

#### 4.1 วิธีการดำเนินการ

กิจกรรมการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอสั้นเพื่อการประกอบการเพื่อสังคม ภายใต้แนวคิด 1 Minute to Make Impact เป็นกิจกรรมรายบุคคลที่พัฒนามาจากแนวคิด Active Learning และ Knowledge Creation โดยมุ่งให้นักศึกษาได้ประมวลความรู้ทางวิชาการ ฝึกคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และสื่อสารความเข้าใจผ่านสื่อดิจิทัลที่สะท้อนบริบทตนเอง และสังคมปัจจุบัน กระบวนการเริ่มต้นด้วยอาจารย์ในบทบาท Learning Facilitator จัดเตรียมบริบทการเรียนรู้

เช่น การบรรยายหัวข้อคลิป ตัวอย่างผลงาน เอกสารความรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการเพื่อสังคม และการสื่อสารภาพลักษณ์ทางธุรกิจ รวมถึง Infographic และ Template สำหรับวาง Storyboard เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวางแผนงานอย่างมีระบบ ถัดมา นักศึกษาออกแบบและผลิตคลิปวิดีโอความยาวไม่เกิน 1 นาที โดยใช้แอปพลิเคชันที่ถนัด เช่น CapCut หรือ Canva Video เพื่อฝึกทักษะตัดต่อ การใช้ภาพและเสียงอย่างมืออาชีพ รวมถึงการสื่อสารสาระเชิงวิชาการอย่างกระชับและน่าสนใจ โดยเนื้อหาสอดคล้องกับชีวิตจริง เช่น การแต่งกายแบบ Business Casual ภาวะผู้นำ และบทบาทตนในฐานะผู้ผลิตสื่ออย่างมีจริยธรรม เมื่อเสร็จสิ้น นักศึกษาเผยแพร่คลิปผ่าน TikTok, Facebook Reels และ YouTube Shorts พร้อมใช้ Hashtag ทักษะ และบันทึกสถิติเชิงดิจิทัล (Reach, Engagement, Screenshot) ส่งผ่าน Google Form เพื่อการประเมิน หลังการเผยแพร่ อาจารย์ให้ Feedback แบบรายบุคคลภายใน 24 ชั่วโมง โดยใช้ Rubric เฉพาะกิจกรรม ครอบคลุมเนื้อหา ความคิดสร้างสรรค์ ความครบถ้วนของแพลตฟอร์มและผลลัพธ์จากการเข้าถึง ทั้งนี้ยังเปิดโอกาสให้นักศึกษานำเสียงสะท้อนจากสาธารณะมาพัฒนาผลงานตนเองอย่างต่อเนื่อง เสริมสร้างความมั่นใจ ทักษะดิจิทัล และภาวะผู้นำทางการสื่อสารได้อย่างเป็นรูปธรรม

## 4.2 เครื่องมือในการดำเนินงาน

การดำเนินกิจกรรม การสร้างสรรค์คลิปวิดีโอสั้นเพื่อการประกอบการเพื่อสังคม ภายใต้แนวคิด 1 Minute to Make Impact : สื่อสารตนเอง สร้างภาพลักษณ์ และสะท้อนพลังของมหาวิทยาลัย ให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น จำเป็นต้องออกแบบและเลือกใช้เครื่องมือที่มีความเหมาะสม ครอบคลุม และเชื่อมโยงกับกระบวนการเรียนรู้รอบด้าน โดยเครื่องมือที่นำมาใช้นั้นมิได้ทำหน้าที่เป็นเพียงอุปกรณ์สนับสนุนทางเทคนิค แต่ต้องทำหน้าที่เป็นกลไกในการส่งเสริม การคิด การลงมือปฏิบัติ และการสะท้อนผลการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในมิติของเนื้อหา กระบวนการ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน มีรายละเอียดของเครื่องมือที่เลือกใช้ดังนี้

เอกสารประกอบการสอนรูปแบบ Infographic ที่ย่อเนื้อหาทางทฤษฎีให้เข้าใจง่าย รวมถึงแนวทางสำหรับการวาง Storyboard หรือ Script เพื่อให้ นักศึกษาวางแผนเนื้อหาอย่างเป็นระบบ ช่วยลดความสับสนในการจัดลำดับ การเล่าเรื่อง และส่งเสริมการคิดเชิงโครงสร้างที่จำเป็นสำหรับงานสื่อสารสาธารณะ

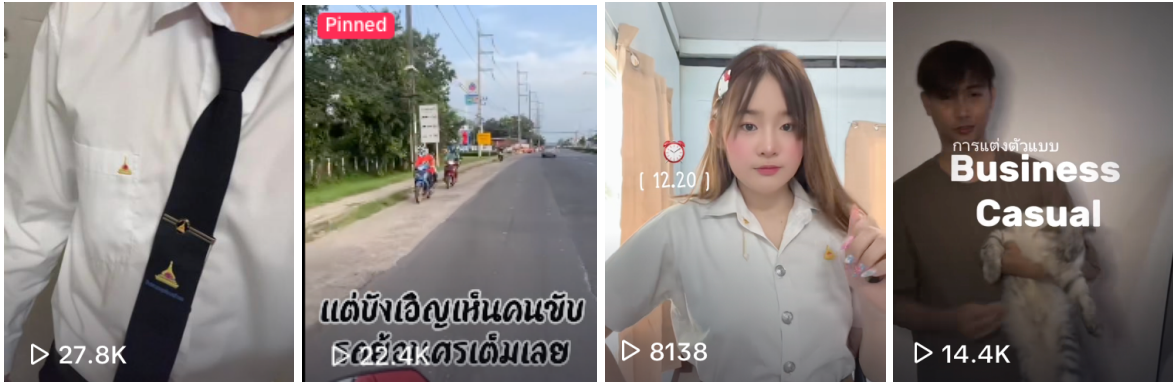
VIDEO Editing Application เช่น CapCut, Canva Video หรือ Application ต่อต่อ VDO ที่นักศึกษาใช้ได้ อย่างเชี่ยวชาญ ฝึกถ่ายทำ ตัดต่อ และออกแบบเนื้อหาที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นการฝึกฝนทักษะการใช้ เทคโนโลยีเชิงสร้างสรรค์โดยตรง ในขณะที่เดียวกัน อาจารย์ผู้สอนจัดเตรียม “คู่มือแนวทางการเผยแพร่” ซึ่งอธิบายขั้นตอน การโพสต์คลิป การตั้งค่าเผยแพร่ และการใช้ Hashtag อย่างมีจุดยืน เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีพลังเชิงยุทธ์

Google classroom และ Google Form ที่ออกแบบมาเฉพาะกิจกรรมนี้ โดยระบุลิงก์คลิปวิดีโอที่เผยแพร่บน แพลตฟอร์ม TikTok, Facebook Reels และ YouTube Shorts พร้อมแนบหลักฐานผลลัพธ์เชิงดิจิทัล ได้แก่ จำนวนยอด เข้าถึง (Audience reach) การมีส่วนร่วม (Engagements) และ Screenshot ที่แสดงสถิติแบบเรียลไทม์ เครื่องมือนี้ จึงมีบทบาทสำคัญในการบันทึกผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งสามารถนำมาใช้ประเมินทั้งในระดับรายบุคคลรวมถึงสังเคราะห์ เป็นผลรวมของกิจกรรมในภาพรวมได้อย่างเป็นระบบ

Rubric การประเมินผล ที่ออกแบบไว้อย่างชัดเจน โดยครอบคลุม 4 ด้านหลัก ได้แก่ เนื้อหา ความคิดสร้างสรรค์ ความครบถ้วนของการเผยแพร่ และผลลัพธ์จากการเข้าถึง ซึ่ง Rubric ดังกล่าวมิได้เป็นเพียงเครื่องมือวัดผล หากแต่เป็นแนวทางในการให้ Feedback ที่เป็นรูปธรรม นักศึกษาสามารถเข้าใจจุดแข็ง จุดปรับปรุง และแนวทางการพัฒนาตนเองได้อย่างตรงจุด

## 5. ผลการดำเนินงาน

กิจกรรม “การสร้างสรรค์คลิปวิดีโอสั้นเพื่อการประกอบการเพื่อสังคม ภายใต้แนวคิด 1 Minute to Make Impact” แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมี ผลผลิต (Output) ที่จับต้องได้ เช่น คลิปวิดีโอ กว่า 280 ชิ้นจากนักศึกษากว่า 70 คนในระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok, Facebook Reels และ YouTube Shorts พร้อมติด Hashtag ทักษะ ส่งผลให้เกิดการเข้าถึงกว่า 1,000,000 ครั้ง และ Engagement มากกว่า 10,000 ครั้ง ทั้งยังมีการบันทึกข้อมูลและผลลัพธ์ผ่าน Google Form และประเมินด้วย Rubric ที่ครอบคลุม ด้านเนื้อหา การนำเสนอ ช่องทาง และผลตอบรับ



รูปที่ 1 แสดงผลงานและผลการดำเนินงานของนักศึกษา

ในด้าน ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ (Outcome) กิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ครบทั้ง 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะทางปัญญา และทักษะดิจิทัล อีกทั้งยังปลูกฝังความภาคภูมิใจและความรับผิดชอบทางวิชาชีพ ผ่านการเป็นเจ้าของการเรียนรู้ และการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนในฐานะนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ ระดับหลักสูตรและสถาบันได้รับประโยชน์จากการสร้างภาพลักษณ์เชิงสร้างสรรค์ผ่านเนื้อหาจริงของนักศึกษา โดยไม่พึ่งโฆษณาทางการ พร้อมสะท้อนคุณภาพของการจัดการศึกษาในรูปแบบร่วมสมัย คลิปวิดีโอที่ผลิตจึงกลายเป็น หลักฐานแห่งการเรียนรู้ (Evidence of Learning) ที่มีพลังในการประชาสัมพันธ์คณะและมหาวิทยาลัยผ่าน "เสียงของผู้เรียน"

ผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นครอบคลุม 3 ระดับ ได้แก่ ระดับนักศึกษา เกิดการพัฒนาทักษะรอบด้าน พร้อมแรงจูงใจภายในในการเติบโตและสื่อสารคุณค่าออกสู่สาธารณะ ในระดับหลักสูตร แสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงผลลัพธ์การเรียนรู้กับโลกจริง พร้อมเปิดบทบาทใหม่ให้กับอาจารย์ในฐานะ Learning Facilitator ระดับมหาวิทยาลัย สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบันที่เปิดพื้นที่ให้นักศึกษาเป็นผู้สื่อสารสาธารณะอย่างมีจุดยืน ช่วยสร้าง Brand Voice ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่อย่างแท้จริง ด้วยเหตุนี้กิจกรรมนี้จึงถือเป็น แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ที่ควรส่งเสริม อีกทั้งขยายผลสู่รายวิชาอื่น เพื่อปลูกฝังผู้เรียนให้เป็นทั้งผู้สร้างคุณค่า ผู้สื่อสารสาธารณะ และผู้นำความเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคลและสถาบัน

ความเห็นจากหน่วยงาน

( ) เห็นชอบให้ส่งผลงานเข้าร่วมโครงการ

( ) ไม่เห็นชอบ

ลงนาม .....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.อุทัย อันพิมพ์

คณบดีคณะบริหารศาสตร์