

Research Article

รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
ที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษา
วิทยาลัยชุมชนยโสธร

THE LEARNING MODEL VIA SOCIAL MEDIA BASED ON INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATION CONCEPT TO ENHANCE PERCEPTIONS,
PARTICIPATIONS, AND INNOVATION ACCEPTANCE OF YASOTHON
COMMUNITY COLLEGE STUDENTS

กนกอร รื่นฤทัย^{1*} และ ณัฐพล รำไพ²
Kanokon Ruenruethai^{1*} and Nattaphon Rampai²

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*,2}

Doctor of Philosophy Program in Educational Communications and Technology, Faculty of Education, Kasetsart University
Bangkok, Thailand^{1*,2}

iamnewtechno26@hotmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร โดยมีประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักศึกษาระดับอนุปริญญา วิทยาลัยชุมชนยโสธร ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2559 จำนวน 21 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ 2) บทเรียนการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ 3) แบบประเมินการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรม ผลการวิจัยที่สำคัญสรุปได้ ดังนี้ 1) รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก (1) ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 3 องค์ประกอบหลัก คือ การเรียน การสอน ปฏิสัมพันธ์ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (2) ปัจจัยกระบวนการแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นการวิเคราะห์ ขั้นการออกแบบกิจกรรมของวัสดุการเรียนรู้ ขั้นตอนการประเมินผลการเรียน (3) ผลผลิตมีองค์ประกอบประเมินการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ที่ส่งเสริมทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านการยอมรับนวัตกรรม 2) รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อ

สังคมฯ มีคุณภาพโดยพิจารณาจากความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) และ 3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ที่เรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สูงกว่าก่อนเรียน โดยมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 78.49 คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 51.75 คิดเป็นร้อยละ 44.58 และ 4) ผลการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรจากการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) การรับรู้พบว่า ผู้เรียนสามารถใช้รูปแบบการเรียนรู้ในการติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมได้ แต่ต้องได้รับความแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ ($\bar{X} = 4.86$) 2) ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ผู้เรียนสามารถติดตามกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านทางช่องทางสื่อสังคม ($\bar{X} = 4.86$) และ 3) ด้านการยอมรับนวัตกรรม พบว่า ผู้เรียนเกิดการยอมรับในกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคมว่าส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ($\bar{X} = 5.00$)

คำสำคัญ: การเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้ การมีส่วนร่วม การยอมรับนวัตกรรม

ABSTRACT

The purposes of this research were to: 1) study the learning model via social media based on integrated marketing communication concept to enhance perceptions participations and innovation acceptance of Yasothon Community College's students. 2) to develop social media based on integrated marketing communication concept to enhance perceptions participations and innovation acceptance of Yasothon Community College's students, 3) to compare the learning achievement between pre-test and post-test. The research sample were 21 students in the first year students at Yasothon Community College's Students. The research instruments were the 1) pre-test work sheet and post-test 2) Learning via Social Media 3) assessment of participation, recognition and acceptance of innovation.

The research findings revealed that 1) the learning model via social media based on integrated marketing communication concept comprise that (1) Input step: comprise that the elements of social media (instruction, interaction and internet). (2) Process step: comprise that 3 steps: analysis, design of activity and resources and instructional assessment. (3) Output step: comprise that the assessment for learning through social media based marketing communications integrated participation, acceptance and adoption innovation. 2) the results of learning model via social media based on integrated marketing communication concept

that the model was evaluated by the experts that at the highest level ($\bar{X} = 4.78$) and 3) the learning achievement scores after learning through learning model via social media based on integrated marketing communication concept to enhance perceptions participations and innovation acceptance was higher than pre-test (pre-test 51.75 and post-test 78.49) 4) the results of perceptions, participations, and innovation acceptance of Yasothon Community College students via social media based on integrated marketing communication concept that at the highest level ($\bar{X} = 4.52$) comprise that 3 areas: 1) the results of perceptions that the students can use via social media but more advice from the teacher ($\bar{X} = 4.86$) 2) the results of participation that the students can follow the activities via social media ($\bar{X} = 4.86$) and 3) the results of innovation acceptance that the students acceptance via social media ($\bar{X} = 5.00$)

Keywords: the learning model via social media, integrated marketing communication concept, perceptions, participations, innovation acceptance

บทนำ

ปัจจุบันโลกแห่งการศึกษาได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การสร้างความรู้ ความสามารถ และพัฒนาศักยภาพของคน นั่นคือ การให้โอกาสแก่ผู้เรียนทุกคนได้มีโอกาสรับรู้ เพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของแต่ละคนให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จากกรอบและแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาที่ได้ทำการวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์อุดมศึกษาในการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 กระทรวงศึกษาธิการจึงได้มีนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการปรับตัวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก โดยวางนโยบายทางด้านการศึกษาในการเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างศักยภาพและความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เมื่อนำแนวคิดหลักการพันธกิจของวิทยาลัยชุมชนเข้ามาผนวกกับงานวิจัย

ที่ผู้วิจัยสนใจ และผลจากการวิเคราะห์ SWOT จังหวัดยโสธร จากทั้ง 9 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัย คือ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาคณะผู้สังคมแห่งการเรียนรู้คุณธรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามและประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 ยกระดับคุณภาพชีวิต โดยใช้กลยุทธ์ คือ เสริมสร้างโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึงและพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยมีพันธกิจ คือ พัฒนาคณะให้มีคุณภาพ คุณธรรม มีสุขภาพที่ดี สภาพแวดล้อมดีมีความปลอดภัย การดำรงชีวิต การประกอบอาชีพและให้สังคมเข้มแข็ง มีเป้าประสงค์ คือ ประชากรทุกกลุ่มอายุได้รับโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึงกันมีคุณภาพ การศึกษาให้ได้มาตรฐานทุกระบบสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน และพัฒนาสู่สังคมแห่งการเรียนรู้คุณธรรม ประเพณีวัฒนธรรม

ที่ดิงาม (Human Resources Management Action Plan Person Yasothon Province, 2013) จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับปรัชญาหลักการวิสัยทัศน์ และพันธกิจของวิทยาลัยชุมชนซึ่งเข้ามาส่งเสริมในเรื่องของการเรียนและเป็นสถาบันที่เข้ามาสนับสนุนและให้โอกาสแก่ผู้ขาดโอกาสทางการศึกษา ประกอบกับนโยบายของสำนักบริหารงานวิทยาลัยชุมชนที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาบทบาทการจัดการศึกษา ซึ่งการจัดการเรียนการสอนของวิทยาลัยชุมชนเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้พลาดโอกาสในการศึกษาต่อ ได้รับโอกาสเท่าเทียมกันที่จะได้เรียนรู้ได้ตลอดชีวิต และช่วยเพิ่มเติมส่วนการศึกษาที่ขาดให้สมบูรณ์ขึ้น (Office of Community Colleges, 2013) อย่างไรก็ตามก็ดีในการเรียนการสอนในยุคปัจจุบันคงจะหลีกเลี่ยงหนีการติดต่อสื่อสารที่ผ่านเครือข่ายการสื่อสารบนสื่อสังคมหรือที่เรียกกันว่า “Social Media” ซึ่งมีจุดเด่น คือ ช่วยเรื่องการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพสื่อสารได้ในวงกว้างได้หลายรูปแบบ และหากนำมาช่วยในการเรียนการสอนจะทำให้มีการติดต่อผู้เรียนและกระตุ้นการเรียนรู้ได้ตลอดเวลาโดยใช้การเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมเป็นสื่อกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ผู้วิจัยได้นำมาผนวกกับการจัดเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงการเรียนรู้ได้ทุกสาขาวิชาที่ส่งผลต่อความคิดต่างๆ ทักษะ เจตคติ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ตระหนัก รับรู้ และเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วม และเกิดการยอมรับนวัตกรรมอันจะเป็นประโยชน์ร่วมกัน สามารถนำความรู้และทักษะที่ได้ไปแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง และสามารถ

นำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวจึงได้นำแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมาใช้ในการจัดการเรียนสอน โดยมีเครื่องมือการสื่อสารหลายๆรูปแบบมาประสมประสานบูรณาการกันอย่างเหมาะสม สามารถส่งข่าวสารหรือเนื้อหาที่มีความชัดเจน เพื่อให้บังเกิดผลที่มุ่งหวังอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดในการออกแบบข่าวสารเพื่อให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริม การรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนโยธธ
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนโยธธ
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนโยธธที่เรียนจากรูปแบบ การเรียนรู้ ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการก่อนและหลังเรียน
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาที่เรียนจากรูป

แบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เพื่อช่วยลดช่องว่างหรือ ความเหลื่อมล้ำในการเรียนรู้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจและเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ในวิทยาลัยชุมชนอื่นต่อไป

2. กระบวนการการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรและสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนตามรูปแบบการยอมรับนวัตกรรม

3. ผลการศึกษาการมีส่วนร่วมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรจากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งเป็นการขยาย

โอกาสการเรียนรู้ สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากรสามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้ร่วมกันผ่านสื่อสังคม และเป็นการเพิ่มสัมพันธภาพระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนหรือผู้เรียนด้วยกัน

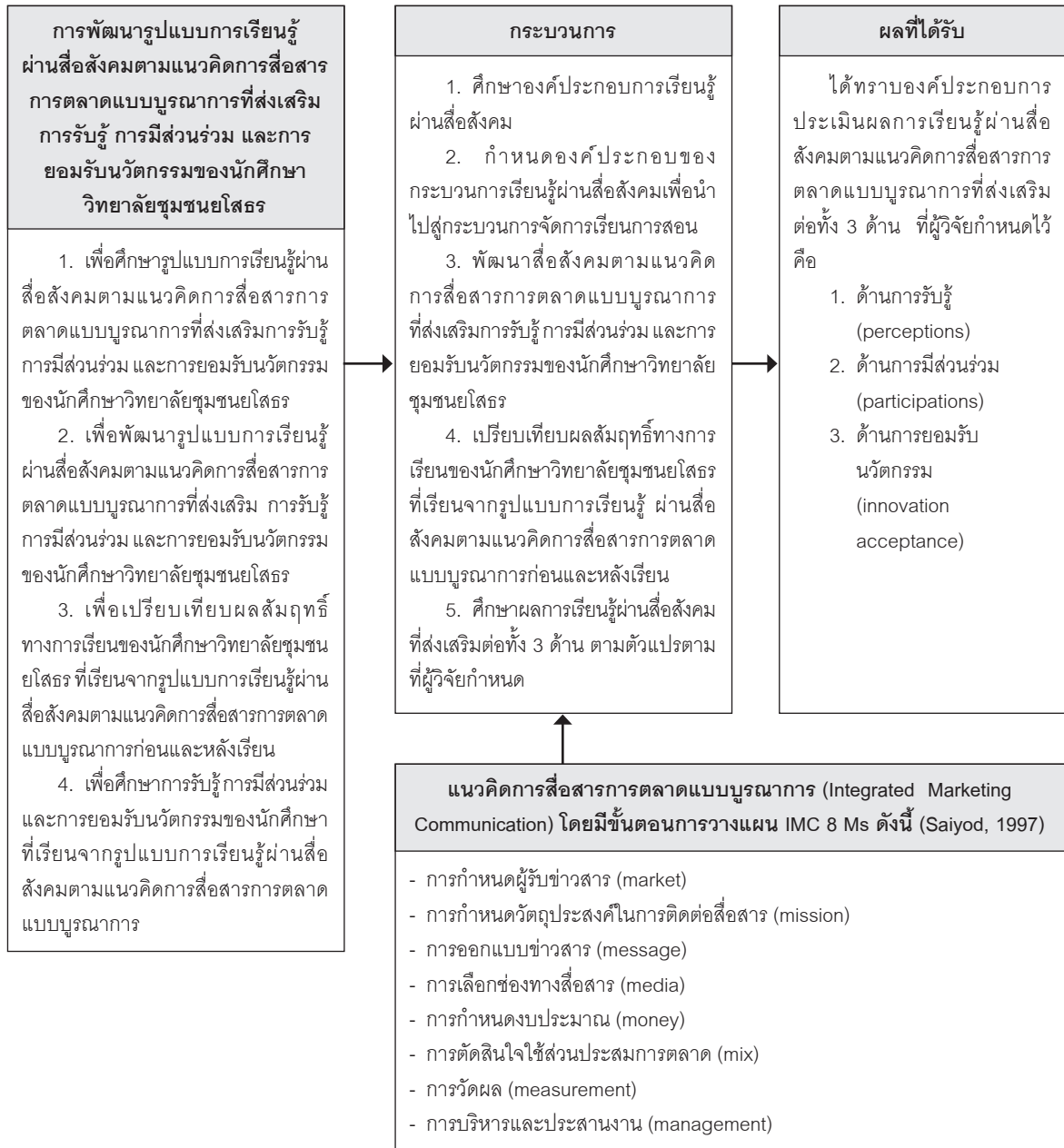
4. แนวทางในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์หรืองานด้านการเรียนการสอนแก่วิทยาลัยชุมชนอื่นๆ หรือในรายวิชาอื่นๆ เพื่อปรับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างและประชากรในงานวิจัย คือ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ทั้ง 3 สาขาวิชาที่กำลังศึกษาวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจในภาคเรียนที่ 1/2559 จำนวน 21 คน

2. เป็นการศึกษาและพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมโดยนำแนวคิดการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการมาใช้ในกระบวนการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาและพัฒนา รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรเป็น การศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรโดยวิธีการ

1. กำหนดองค์ประกอบแนวทางในด้านต่างๆ โดยทำการศึกษาลักษณะแนวคิดและทฤษฎี ในประเด็น ของคุณลักษณะคุณสมบัติที่สำคัญ ขั้นตอนและกระบวนการของแต่ละหัวข้อ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก เพื่อเป็นการกำหนดองค์ประกอบแนวทางที่ชัดเจน เพื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบที่สมบูรณ์

2. บูรณาการรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ โดยนำสิ่งที่เป็ คุณลักษณะ คุณสมบัติองค์ประกอบ ขั้นตอนและกระบวนการจากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ นำมาสร้างเป็นรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการ

รับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เป็นต้นแบบร่าง (prototype) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม

3. ตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

3.1 กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ประสบการณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพด้านสื่อ นวัตกรรม การสอนและ เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการศึกษานอกระบบ ตามอัธยาศัย และด้านการตลาด โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาจำนวนด้านละ 5 คน ซึ่งได้จำนวนผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งสิ้น จำนวน 15 คน จากนั้นจึงทำหนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2 ปรับปรุงและแก้ไขรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ตามคำแนะนำของ ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบที่มีความ สมบูรณ์มากขึ้น

3.3 นำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ในการรับรองรูปแบบ และต้อง ได้ค่าคะแนนการประเมิน 4.0 ขึ้นไป จึงจะดำเนินการในตอนที่ 2 ต่อไป

ตอนที่ 2 การพัฒนาสื่อสังคมตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรเป็นการพิจารณา รูปแบบฯ

ตามที่ได้รับรองรูปแบบในตอนต้นที่ 1 เพื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบที่สมบูรณ์ โดยดำเนินการดังนี้

1. พัฒนารูปแบบพิจารณาหลักการพื้นฐานของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เป็นการนำเอาแนวคิดและหลักการการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการเรียนรู้ผ่านเว็บ (E-learning) มาผสมผสานกับแนวคิดพื้นฐานการเรียนรู้ที่เน้นกิจกรรมผ่านสื่อสังคมที่ส่งเสริมการรับรู้การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร โดยรูปแบบดังกล่าวได้พัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบอันประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (input) ปัจจัยกระบวนการ (process) และผลผลิต (output)

1.1 ออกแบบผังงานตามขั้นตอนและองค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามกรอบแนวคิดของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ตามลำดับเค้าโครงสร้างรายวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา 3 หน่วยการเรียนรู้

1.2 พัฒนาตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ การตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ โดยการกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของรูปแบบฯ จำนวน 3 คน

1.3 การปรับปรุง แก้ไขรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ที่พัฒนาขึ้นจนสมบูรณ์

2. ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อสังคมตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร โดยกำหนดผู้เชี่ยวชาญในการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ด้านสื่อ นวัตกรรม การสอน และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการศึกษานอกระบบ และตามอัธยาศัย และด้านการตลาด รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน

ตอนที่ 3 การศึกษาผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร จากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ก่อนและหลังเรียนโดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ผล

ตอนที่ 4 การศึกษาการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรจากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยใช้แบบประเมินการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชน ทั้ง 3 สาขาวิชาที่กำลังศึกษาวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจในภาคเรียนที่ 1/2559 จำนวน 21 คน

แบบแผนการทดลอง

แบบแผนการทดลองการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบ Pre-test Post-test Design ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ (Saiyod & Saiyod, 1995)

ตารางที่ 1 แบบแผนการทดลองแบบ Pre-test Post-test Design

Group	Pre-test	Treatment	Pre-test
R	T ₁	X	T ₁
เมื่อ T ₁	แทน การทดสอบก่อนเรียน		
T ₂	แทน การทดสอบหลังเรียน		
X	แทน การเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร		
R	แทน การทดสอบก่อนเรียนภายในกลุ่มทดลอง (experimental group)		

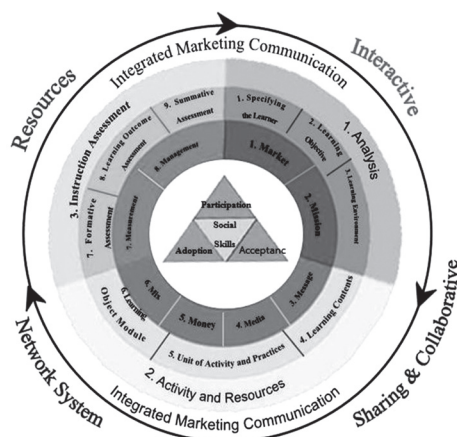
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ 2) บทเรียนการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ 3) แบบประเมิน การรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรม

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วมและการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ได้รูปแบบดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วมและการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร

จากที่ได้สังเคราะห์ รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบสำคัญ 3 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยนำเข้า (input)

เป็นองค์ประกอบของการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 3 องค์ประกอบ คือ การเรียนการสอน ปฏิสัมพันธ์ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยอาศัยองค์ประกอบย่อยของเทคโนโลยีการเรียนรู้ผ่านเว็บ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ เทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีฐานข้อมูล ซึ่งปัจจัยนำเข้า (input) ผู้วิจัยได้นำกระบวนการของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication) มาผนวกกับองค์ประกอบของการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมพบว่า องค์ประกอบที่นิยมใช้มากที่สุด คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการเรียนรู้ร่วมกัน รองลงมา คือ การมีปฏิสัมพันธ์ ระบบเครือข่าย และแหล่งเรียนรู้ตามลำดับ ซึ่งจากผลการสังเคราะห์สามารถนำมาจัดเรียงลำดับและกำหนดเป็นองค์ประกอบของการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการเรียนรู้ร่วมกัน หมายถึง การที่กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการแลกเปลี่ยน แบ่งปันทรัพยากร สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ความรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้ร่วมกันผ่านสื่อสังคม

2. การมีปฏิสัมพันธ์ คือ การจัดกิจกรรมการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้เรียนที่เกิดจากกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการปฏิสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และค้นหาข้อมูลบนเครือข่าย เป็นต้น

3. ระบบเครือข่าย

4. แหล่งเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย

4.1 เว็บไซต์วิชาเปรียบเสมือนห้องเรียนบนสื่อสังคม เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนและผู้สอนใช้เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ร่วมกัน

4.2 บริหารสนับสนุนบนอินเทอร์เน็ต หมายถึง บริการสนับสนุนเพื่อการติดต่อสื่อสาร การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสืบค้นข้อมูลได้ทั่วโลกผ่านระบบเครือข่าย เพื่อเป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เรียนใฝ่เรียน ใฝ่รู้ แสวงหาความรู้ และเรียนรู้ด้วยตนเองตามอัธยาศัยอย่างกว้างขวาง และต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้

โดยมีการนำทฤษฎีการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication) เข้าร่วมเกี่ยวข้องโดยมีขั้นตอนการวางแผน IMC 8Ms ดังนี้ 1) การกำหนดผู้รับข่าวสาร (market) 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร (mission) 3) การออกแบบข่าวสาร (message) 4) การเลือกช่องทางสื่อสาร (media) 5) การกำหนดงบประมาณ (money) 6) การตัดสินใจใช้ส่วนประสมการตลาด (mix) 7) การวัดผล (measurement) และ 8) การบริหารและประสานงาน (management) เพื่อส่งผลต่อแนวคิดตามปัจจัยกระบวนการ (process)

องค์ประกอบที่ 2 ปัจจัยกระบวนการ (process)

เป็นองค์ประกอบของกระบวนการเรียนการสอน ซึ่งองค์ประกอบที่ 2 เป็นกระบวนการที่ต่อจากองค์ประกอบที่ 1 สามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นการวิเคราะห์ ขั้นการออกแบบกิจกรรมของวัสดุ การเรียนรู้ และขั้นตอนการประเมินผลการเรียน ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของขั้นตอนและกระบวนการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยได้มาจากหลักการแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม และอาศัยหลักการและแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ผ่านการวิเคราะห์และกำหนดเป็นรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม ตามหลักการและแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication) เข้าร่วมเกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนการวางแผน IMC 8 Ms ดังนี้

1. ขั้นการวิเคราะห์ (analysis) เป็นขั้นตอนของการออกแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยจะพิจารณาข้อมูลต่างๆ ไปมาการวิเคราะห์ โดยสอดคล้องกับขั้นตอนการวางแผน IMC 8 Ms คือ ข้อ 1 และข้อ 2

2. ขั้นการออกแบบกิจกรรมของวัสดุการเรียนรู้ (activity of resources) ซึ่งสามารถจำแนกการออกแบบกิจกรรมของวัสดุการเรียนรู้ออกเป็น 3 ส่วนย่อย ได้แก่

1) การออกแบบภาพรวมของอีเลิร์นนิ่ง (learning content) คือ การออกแบบที่สอดคล้อง

กับกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคในการนำเสนอสื่อต่างๆ ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดไฟล์ประกอบการเรียนการสอน (ทรัพยากรสนับสนุนการเรียนรู้ภายใน) รวมถึงกิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทางเลือก โดยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

2) การออกแบบกิจกรรมแต่ละหน่วยเรียน (unit of activity and practice) คือ การกำหนดขั้นตอน การดำเนินกิจกรรมที่ชัดเจนตรงกับกลุ่มเป้าหมายและตรงตามวัตถุประสงค์ซึ่งในส่วนด้านเนื้อหา มีความเหมาะสมและส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยรวมถึงการจัดกิจกรรมการเรียน การสอนต้องเป็นกิจกรรมที่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน และผู้เรียนกับผู้เรียน

3) การออกแบบของการเรียนการสอนตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (learning object module) คือ การใช้สื่อเข้ามาประกอบการเรียนการสอนตั้งแต่ 2 ประเภทขึ้นไป เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยสอดคล้องกับขั้นตอนการวางแผน IMC 8 Ms คือ ข้อ 3 ประกอบด้วย 1) เนื้อความบทเรียน 2) โครงสร้างเนื้อหาบทเรียน 3) รูปแบบของเนื้อหาบทเรียน และ 4) แหล่งเรียนรู้ ข้อ 4 ข้อ 5 และข้อ 6

3. ขั้นตอนการประเมินผลการเรียน (instructional assessment) ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการออกแบบการเรียนรู้ตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยสอดคล้องกับขั้นตอนการวางแผน IMC 8 Ms คือ ข้อ 7 และข้อ 8

ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์ในขั้นตอนแรกจะนำไปใช้ในขั้นตอนที่ 2 โดยผู้วิจัยจะนำผลที่ได้

จาก การองค์ประกอบที่ 2 ไปประเมินผลการเรียนการสอนซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้าย เพื่อนำมาปรับปรุง และเพื่อให้ การจัดการเรียนด้วยวิธีการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนอย่างแท้จริง

2. ผลการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการสื่อสารการศึกษา โดยการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$) แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เมื่อวิเคราะห์ภาพรวมเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.89$) รองลงมาคือค่าเฉลี่ยเท่ากัน จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านการออกแบบบทเรียนและ ด้านการนำทางและเชื่อมโยง ($\bar{X} = 4.84$) ด้านการจัดวางรูปแบบและด้านสื่อสนับสนุนการเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.75$) ด้านการออกแบบการสอน ($\bar{X} = 4.72$) และภาพรวมความเหมาะสมของสื่อสังคมสำหรับรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ($\bar{X} = 4.67$) ตามลำดับ ซึ่งผลการประเมิน จากผู้ทรงคุณวุฒินั้นเห็นว่ามีเหมาะสม ในระดับมากที่สุด สามารถนำไปใช้กับการเรียนการสอนได้ต่อไป

3. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร จาก รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการก่อนและหลังเรียน

พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน จำนวน 21 คน โดยมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน เท่ากับ 78.49 คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 51.75 คิดเป็นร้อยละ 44.58

องค์ประกอบที่ 3 ผลผลิต (output)

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการประเมินการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านการยอมรับนวัตกรรม โดยผลการศึกษารับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษา จากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยการประเมินจากนักศึกษา จำนวน 21 คน ในภาพรวมอยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) การรับรู้ ผู้เรียนสามารถใช้รูปแบบการเรียนรู้ในการติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมได้ แต่ต้องได้รับคำแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ ($\bar{X} = 4.86$) 2) ด้านการมีส่วนร่วม ผู้เรียนสามารถติดตามกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านทางช่องทางสื่อสังคม ($\bar{X} = 4.86$) และ 3) ด้านการยอมรับนวัตกรรม ผู้เรียนเกิดการยอมรับในกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคมว่าส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ($\bar{X} = 5.00$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาและพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษา วิทยาลัยชุมชนยโสธรในการวิจัยครั้งนี้มีองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ ดังนี้ องค์ประกอบ

ที่ 1 ปัจจัยนำเข้า (input) องค์ประกอบ ที่ 2 ปัจจัยกระบวนการ (process) และองค์ประกอบที่ 3 ผลผลิต (output) ซึ่งได้มาจากการบวนการที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์หาองค์ประกอบในแต่ละส่วนโดยอาศัยหลักการและแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วนำกำหนดเป็นรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากนั้นได้นำข้อมูลไปสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิรับรองรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับพิชัย ทองดีเลิศ (Thongdelend, 1994) ได้ศึกษารูปแบบการเรียนรู้ร่วมกันบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรีที่มีรูปแบบการเรียนต่างกัน ผลการวิจัยสรุปได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนารูปแบบ 2 ส่วน คือ 1) องค์ประกอบการจัดการเรียนบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้แก่ เนื้อหา ระบบบริหารและจัดการ รูปแบบการสื่อสารการประเมินผล ผู้อำนวยการความสะอาดในการเรียน ตัวผู้เรียน โครงสร้างพื้นฐาน 2) ด้านกิจกรรมการเรียน ได้แก่ ยุทธวิธีจัดการเรียนรู้ร่วมกัน และกิจกรรมการเรียนที่สนับสนุนรูปแบบการเรียนของคอลลัม

2. จากผลการพัฒนาสื่อสังคมตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรอยู่ในระดับ มาก ที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ดังกล่าว มีลักษณะของการจัดการเรียนการสอนที่แสดงขั้นตอนกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ครอบคลุมองค์ประกอบที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์หาองค์ประกอบในแต่ละส่วนไว้อย่างเป็นระบบ และใช้เป็นแบบแผนในการจัดการเรียนการสอนให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยทั้งหมดได้ผ่านขั้นตอนและกระบวนการออกแบบและพัฒนา โดยเป็นไปตามหลักการของรูปแบบที่ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญอย่างเป็นระบบระเบียบจากหลักการกิจกรรมและวัสดุการเรียนรู้ที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับ Andrews & Goodson (1991) ได้ให้จุดมุ่งหมาย 4 ประการของการพัฒนาการสอนอย่างเป็นระบบไว้ ดังนี้ 1) เพื่อให้มีการเรียนรู้ที่ดีขึ้น (improved learning) 2) เพื่อให้มีการจัดการที่ดีขึ้น (improved management) 3) เพื่อให้มีการประเมินที่ดีขึ้น (improved evaluation) 4) เพื่อให้มีการสร้างทฤษฎีใหม่ (theory building) สามในสี่ของจุดมุ่งหมายนั้นเพื่อการสร้างผลผลิตหรือเทคโนโลยีที่ดีกว่า กระบวนการของการพัฒนาการสอนเชื่อว่าเทคโนโลยีที่เหนือกว่าเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะนำไปสู่การยอมรับในการเผยแพร่ผลผลิตและวิธีการใหม่ๆ ซึ่งหมายถึง การทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษาต้องใช้ความเหนือกว่าทางด้านเทคโนโลยี

3. จากการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ที่เรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ จุฑาทิพย์ สมเด็จ (Somdej, 2012) ได้ศึกษาเรื่อง

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชา คอมพิวเตอร์โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ ช่วยสอน เรื่องการใช้โปรแกรมประมวลผลคำสำหรับนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน และหลังเรียนของนักเรียน ชั้นประถมศึกษา ปีที่ 3 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้ โดยใช้บทเรียน คอมพิวเตอร์ช่วยสอน ผลการวิจัย พบว่า นักเรียน มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ผลการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และการ ยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชน ยโสธร จากการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยมีภาพรวม อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด เมื่อนำหลัก องค์ประกอบของสื่อสังคมดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ในข้างต้นมาผนวกรวมกับหลักการแนวคิดการ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication) ที่มีจุดเด่น คือ การ นำแนวความคิดของการสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการที่เอานำเครื่องมือสื่อสารหลายๆ รูปแบบ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่ออินเทอร์เน็ตสื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่อเคลื่อนที่ การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น มาผสมผสาน กันอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถส่งข่าวสารที่มี ความชัดเจนสอดคล้องสัมพันธ์กันเป็นหนึ่งเดียว ไปยังกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย เพื่อให้บังเกิดผลที่ มุ่งหวังอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ปัจจุบันได้ พัฒนาโดยการนำ การสื่อสารหลายรูปแบบอื่นๆ เข้ามารวมด้วยกันในการออกแบบข่าวสารเพื่อให้ เกิดผลดีมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอด

ไปสู่ผู้นำทางความคิด และจากผู้นำความคิดก็จะ ถ่ายทอดไปสู่ผู้ตามอีกต่อหนึ่ง เพื่อส่งผลต่อการมี ส่วนร่วม การรับรู้และการยอมรับนวัตกรรมในที่สุด โดยลำลี ทองธิว (Thongthew, 2002) ได้กล่าวว่า ถ้าหากการแพร่ได้ผ่านการวางแผนเป็นอย่างดี ในรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะของสังคมแล้ว เป้าประชากรจะยอมรับนวัตกรรมเข้ามาเป็น ส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของพวกเขาอย่าง เต็มที่ในขั้นตอนการแพร่ จะมีรูปแบบการแพร่ ออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ 1) การแพร่ที่อิงการ ใช้อำนาจสนับสนุนจากเบื้องสูง (authority innovation-dicision model) 2) การแพร่แบบใช้ มนุษย์สัมพันธ์ (human interaction model) 3.) การแพร่แบบอิงประชากรผู้ใช้นวัตกรรม (user participation model) และ 4) การแพร่แบบผสม (eclectic process of change model) ซึ่ง สอดคล้องกับประภาส นวลเนตร (Nualnetr, 2009) ได้ศึกษาเรื่องผลของการสื่อสารการตลาดที่มีต่อ การยอมรับสื่อวิทัศน์ของกลุ่มวัยทำงาน ผลการ ศึกษาพบว่าในระยะเวลา 4 สัปดาห์แรก การใช้การ สื่อสารการตลาดในการแพร่กระจายสื่อวิทัศน์ มีความไวในการรับสื่อและการนำไปปฏิบัติมากกว่า การใช้การสื่อสารแบบปกติ 2.67 เท่า สำหรับ ปริมาณการยอมรับสื่อวิทัศน์พบว่าการใช้การ สื่อสารการตลาดมีผลทำให้มีการยอมรับสื่อและนำ ไปปฏิบัติสำเร็จมากกว่าการใช้การสื่อสารแบบปกติ 4.33 เท่าผลการศึกษาในสัปดาห์ที่ 5-8 และ สอดคล้องกับ (Leng et al., 2011) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งเสริมการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักเรียนในประเทศมาเลเซียและจะใช้ผลการ ศึกษาในการพัฒนาแนวทางในการให้บริการต่อ

ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เกี่ยวกับวิธีการเพิ่มอัตราการยอมรับใช้รูปแบบความคิดของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และแรงจูงใจภายในเป็นแนวทางในการทดสอบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้มีผลเชิงบวกกับการรับรู้ถึงประโยชน์ต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ถึงประโยชน์มีผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์การรับรู้ถึงประโยชน์มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์การรับรู้ถึงความสนุกสนานมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทัศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์จริงๆ

ข้อเสนอแนะ

ด้านการรับรู้การมีส่วนร่วม

1. ควรมีการศึกษาพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดทฤษฎีในด้านอื่นๆ

ที่สามารถนำมาเชื่อมโยงหรือบูรณาการให้เหมาะสมได้กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เช่น แนวคิดทฤษฎีที่ส่งเสริมทักษะด้านสื่อสารสนเทศและเทคโนโลยี การบริหารจัดการด้านการศึกษาแบบใหม่ เป็นต้น ที่ส่งเสริมในด้านการรับรู้ และการมีส่วนร่วมของผู้เรียน

2. ควรมีการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม ตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ไปบูรณาการใช้ในรายวิชาอื่นๆ โดยเฉพาะเนื้อหาวิชาที่เน้น ด้านการปฏิบัติเป็นหลัก

ด้านการยอมรับนวัตกรรม

ควรมีการนำสื่อหรือนวัตกรรมใหม่ๆ หรือที่มีอยู่ในปัจจุบันมาบูรณาการกับแนวคิดที่หลากหลาย ในการวิจัย เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในอนาคต และผู้ศึกษาควรนำองค์ความรู้จากหลายสาขาวิชามาใช้ร่วมกันแบบบูรณาการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

REFERENCES

- Andrews, D.H., & Goodson, L.A. (1991). **A comparative analysis of models of instructional design**. In G.J. Anglin (Ed.), *Instructional technology: Past, present, and future* (pp. 102-116). Englewood, CO: Libraries Unlimited.
- Human Resources Management Action Plan Person Yasothon Province. (2013). **Plan strategy**. Retrieved September 10, 2013, from http://www.yasothon.go.th/web/manage/HR/plan_person_2555.pdf. (in Thai)
- Leng, G.S., & et al. (2011). An exploration of social networking sites (SNS) adoption in Malaysia using technology acceptance model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB) and intrinsic motivation. **Journal of Internet Banking & Commerce**. 16(2), 1-27.
- Nualnetr, P. (2009). **Results of marketing communication on video media adoption of working people**. Doctor of Education (Educational Technology), Major Field: Educational Technology, Department of Educational Technology, Kasetsart University. (in Thai)
- Office Of Community Colleges. (2013). **Mission of Community College**. Retrieved September 10, 2013, from http://www.bcca.go.th/static_philosophy.php. (in Thai)
- Saiyod, L., & Saiyod A. (1995). **Educational research techniques**. Bangkok : Sureevittayasan. (in Thai)
- Somdej, J. (2012). The Comparison of computer learning achievement on the computer – assisted instruction on the application of word processor for grade 3 students. **Journal of Education Khon Kaen University**. 35(3), 1-8. (in Thai)
- Thongdelend, P. (1994). **A proposed collaborative learning model on computer network-based learning for undergraduate students with different learning styles**. Doctor of Education, Master of Education Program in Curriculum, Teaching, and Technology, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Thongthew, S. (2002). **Innovation diffusion for administrators and teachers in the education reform era**. Division of Texts and Professional Documents, Faculty of Education, Chulalongkorn University: Bangkok. (in thai)