



ชื่อเรื่องวิจัย

การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง เทคนิคการนำเสนอขายตรง

ในรายวิชาการขายตรง โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube

ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

นายธนณ ลาภธนวิรุพห์

งานวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาทางการศึกษา

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ กรุงเทพมหานคร

ปีการศึกษา 2560

บทคัดย่อ

ชื่องานวิจัย การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง เทคนิคการนำเสนอขายตรง ในรายวิชาการ
ขายตรง โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube โดยใช้กระบวนการกลุ่ม
ชื่อผู้วิจัย นายชนน ลาภธนวิรุห์
สาขาวิชา การตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ
ปีการศึกษา 2560

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1). เพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลของกระบวนการกลุ่มที่มีต่อพฤติกรรมขาดการกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสมในชั้นเรียน รายวิชาการสร้างทีมงาน ก่อนการใช้กระบวนการกลุ่มและหลังการใช้กระบวนการกลุ่ม (2). เพื่อศึกษาผลของการใช้วิธีการจัดการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่ม ในการแก้ปัญหานักศึกษาที่มีพฤติกรรมขาดการกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสมในชั้นเรียน รายวิชาการสื่อสารทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) สาขาวิชาการตลาด ปวช. 2/3 ประจำปีการศึกษา 2560 จำนวน 43 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ (1). การสัมภาษณ์ เป็นการสนทนากันอย่างมีเป้าหมายในเรื่องของเทคนิคการนำเสนอขายตรง ระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ ในรายวิชาการขายตรง โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube (2). แบบบันทึกการสังเกตพฤติกรรม และการปฏิบัติงานกระบวนการกลุ่มของผู้เรียน ในขณะทำกิจกรรมกระบวนการกลุ่ม วิเคราะห์ด้วยการหาค่าระดับคะแนน 3 ระดับ

ผลการวิจัยพบว่า

1. การสัมภาษณ์ เป็นการสนทนากันอย่างมีเป้าหมายในเรื่องของเทคนิคการนำเสนอขายตรง ระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ ในรายวิชาการขายตรง โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube ปรากฏผลดังนี้

การใช้กิจกรรมกระบวนการกลุ่มเพื่อพัฒนาพฤติกรรมกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม มีความแตกต่างกัน โดยนักศึกษาทุกคนมีคะแนนพฤติกรรมกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสมหลังการใช้กิจกรรมกลุ่มสูงกว่าก่อนการใช้กิจกรรมกลุ่ม ซึ่งก่อนใช้กิจกรรมกลุ่ม มีนักศึกษาได้คะแนนผ่านเกณฑ์ จำนวน 24 คน อยู่ในระดับดี จำนวน 9 คน และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และไม่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 13 คน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 8 คน อยู่ในระดับปรับปรุง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25

2. การศึกษาผลของการใช้วิธีการจัดการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่ม ในการแก้ปัญหานักศึกษาที่มีพฤติกรรมขาดการกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสมในชั้นเรียน รายวิชาการสื่อสารทางการตลาด ปรากฏผลดังนี้

ในระยะเวลา 4 สัปดาห์ ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมกระบวนการกลุ่มในชั้นเรียนจำนวน 5 ครั้ง หลังจบกิจกรรมกระบวนการกลุ่มทุกครั้ง จะมีการประเมินผลการใช้กิจกรรมกลุ่ม โดยผู้สอน และเพื่อนสมาชิกของกลุ่ม ด้วยการใช้หัวข้อรายการประเมิน ดังต่อไปนี้ (1). การพูดหน้าชั้นเรียน การเป็นตัวแทนนำเสนอผลงานของกลุ่ม (2). ความสนใจ การให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมกลุ่ม (3). การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น (4). การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และการวิจารณ์ผู้อื่นอย่างเหมาะสม และ (5). ความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ผู้สอนได้ติดตามผลการประเมินทุกสัปดาห์ เพื่อดูพัฒนาการของนักศึกษาทุกคน โดยเฉพาะนักศึกษา จำนวน 8 คน ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน จากการทำแบบสำรวจพฤติกรรมการกล้าแสดงออก ก่อนทำกิจกรรมกระบวนการกลุ่ม หลังจากได้เข้าร่วมกิจกรรมกระบวนการกลุ่มไปแล้ว 2 สัปดาห์ มีผลการพัฒนาพฤติกรรมการกล้าแสดงออกในทางที่เหมาะสมดีขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ (1). ผู้สอนต้องคอยชี้แนะ จะต้องใช้เทคนิคการเสริมแรงเข้ามาช่วย ให้กำลังใจในลักษณะเสริมแรงบวก กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความต้องการที่จะพัฒนาพฤติกรรมการกล้าแสดงออกของตนเอง และทำให้เห็นความสำคัญของการกล้าแสดงออกในทางที่เหมาะสม (2). การพัฒนาพฤติกรรมการกล้าแสดงออกของผู้เรียนแต่ละคน อาจมีข้อจำกัดเรื่องสภาวะร่างกาย และบุคลิกส่วนตัว ที่เปลี่ยนแปลงได้ค่อนข้างยาก ซึ่งผู้สอนต้องช่วยแก้ปัญหา และยอมรับการพัฒนาของผู้เรียนเท่าที่จะทำได้ หรือผู้สอนอาจเรียกพบพูดคุยกับผู้เรียนบ่อยๆ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความเชื่อมั่น กล้าที่จะพูดกับผู้สอน หรือกล้าแสดงออกต่อหน้าคนจำนวนมากได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป (1). ในการนำรูปแบบการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่มไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาพฤติกรรมในด้านต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้สอนจะต้องทำความเข้าใจหลักการของเทคนิคกระบวนการจัดกิจกรรมกลุ่ม โดยศึกษาจากคู่มือการจัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาพฤติกรรมกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม (2). ควรมีการประยุกต์กิจกรรมกลุ่มนี้ไปใช้เพื่อพัฒนาพฤติกรรมกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม กับนักศึกษาสาขาอื่นๆ โดยการฝึกพฤติกรรมกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสาขานั้นๆ

กิตติกรรมประกาศ

จากการทำงานวิจัยนี้ ขอกราบขอบพระคุณท่าน ดร.สมศักดิ์ รุ่งเรือง ท่านผู้อำนวยการ ที่ให้โอกาส ให้ระยะเวลาในการทำงานวิจัย ขอขอบพระคุณ อาจารย์ศิริ ชำมาชา รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ ที่คอยติดตาม และให้กำลังใจในการทำงานวิจัย และขอขอบคุณ อาจารย์เจตน์ตวีร์ พันธุ์คำ หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด ที่คอยสอบถาม ติดตามการทำงานวิจัยในครั้งนี้

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล หัวหน้าศูนย์วิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จนมีความถูกต้อง สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณทีมงานงานห้องสมุดทั้ง 3 ท่าน คือ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย นางสาวบุรณา นิลเนียม และนายสมพงษ์ ชุกกลิ่นหอม ที่คอยช่วยเหลือด้านภาระงาน ให้ผู้วิจัยมีโอกาสดูแล และมีเวลาในการทำวิจัยอย่างสมบูรณ์แบบ

ขอขอบใจนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการตลาด ปวช. 2/3 ประจำปีการศึกษา 2560 จำนวน 37 คน ที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสำรวจพฤติกรรมการค้า แสดงออก และเข้าร่วมการทำกิจกรรมกระบวนการกลุ่ม เป็นอย่างดี

ธนน ลาภธนวิรุฬห์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ขอบเขตการวิจัย.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
รายวิชาการสื่อสารทางการตลาด.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการกลุ่ม.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการกล้าแสดงออก.....	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	15
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	15
เครื่องมือในการวิจัย.....	15
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	15
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	17
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
แบบสำรวจพฤติกรรมทางการกล้าแสดงออก ใช้สำรวจก่อนและหลังการจัดกิจกรรม.....	22
กระบวนการกลุ่ม.....	
แบบบันทึกการสังเกตพฤติกรรม และการปฏิบัติงานกระบวนการกลุ่มของผู้เรียน.....	24

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	25
สรุปผล.....	26
อภิปรายผล.....	27
ข้อเสนอแนะ.....	29
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	29
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	29
ภาคผนวก.....	30
แบบสำรวจพฤติกรรมการกล้าแสดงออก.....	31
แบบบันทึกการสังเกตพฤติกรรม และการปฏิบัติงานกระบวนการกลุ่มของผู้เรียน.....	32
แบบประเมินพัฒนาการ พฤติกรรมการกล้าแสดงออก ของนักศึกษา.....	33
บรรณานุกรม.....	34
ประวัติผู้วิจัย.....	35

สารบัญภาพ และตาราง

ภาพที่	หน้า
1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	4
ตารางที่	
1 ตารางแสดงเกณฑ์ระดับการให้คะแนน การประเมินพฤติกรรมการกล้าแสดงออก อย่างเหมาะสมโดยใช้กระบวนการกลุ่ม	18
2 ตารางแสดงความหมายของเกณฑ์ระดับการให้คะแนน การประเมินพฤติกรรมการ กล้าแสดงออกอย่างเหมาะสมโดยใช้ กระบวนการกลุ่ม	19
3 แสดงผลการสำรวจพฤติกรรมการกล้าแสดงออกของนักศึกษา ก่อนการจัดกิจกรรม กระบวนการกลุ่ม	22
4 แสดงผลการสำรวจพฤติกรรมการกล้าแสดงออกของนักศึกษา ก่อนการจัดกิจกรรม กระบวนการกลุ่ม	23

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในยุคปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Online) หรือสื่อสังคม (Social Media) สองคำที่สังคมเรียกติดปาก ซึ่งมีความหมายเดียวกัน ในบทความนี้ผู้เขียนเลือกใช้คำว่า “สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Online)” มีผู้ให้ความหมาย สื่อ สังคมออนไลน์ ไว้มากมาย ดังนี้ ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติ คำว่า “Social Media” ไว้ว่า “สื่อสังคม” หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้ผู้คนทั่วไป มีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่าน อินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัท ต่างๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไฮไฟฟ์ (Hi5) (อ่านว่า ไฮ-ไฟ) ทวิตเตอร์ (Twitter) วิกิพีเดีย (Wikipedia) ฯลฯ นาวิก นำเสียง (2554) ได้ให้คำจำกัด ความของ สื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นที่ที่ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่ง กันและกัน โดยใช้สื่อต่างๆ เป็นตัวแทนในการ สนทนา โดยได้มีการจัดแบ่งประเภทของสื่อสังคม ออนไลน์ ออกเป็นหลายประเภท เช่น ประเภท สื่อสิ่งพิมพ์ (Publish) ที่มี Wikipedia, Blogger เป็นต้น ประเภทสื่อแลกเปลี่ยน (Share) ที่มี YouTube Flickr SlideShare เป็นต้น ประเภท สื่อสนทนา (Discuss) ที่มี MSN Skype Google Talk เป็นต้น

สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีความ ก้าวหน้า มีการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีเพื่อ การสื่อสารต่างๆ มากมาย อาทิ การพูดคุยเผชิญ หน้าแบบเรียลไทม์ (Real time) มีการปรับปรุงตัว โปรแกรม ให้มีการทำงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความปลอดภัยจากการถูกโจรกรรมทางข้อมูล ออนไลน์ โดยใช้โปรโตคอล https แทน http เพื่อ เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกในสื่อสังคมออนไลน์ นั้นๆ และมีความเสถียรมากขึ้น ไม่ล้มเหลวขณะ ใช้งานกับจำนวนสมาชิกที่มากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์ได้รับการพัฒนาโดยตลอดในช่วงระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา สื่อ สังคมออนไลน์โดยส่วนใหญ่จะเป็นความสามารถ ของเว็บแอปพลิเคชัน 2.0 ซึ่งจะมีการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้ให้และผู้รับข้อมูลได้ เป็นการสื่อสาร สองทาง กล่าวคือผู้รับข้อมูลสามารถแสดงความ คิดเห็นหรือตอบผู้ให้ข้อมูลได้โดยทันที เช่น การ แสดงข้อคิดเห็นในบล็อก การพูดคุยผ่านโปรแกรม สนทนาออนไลน์ จุดเริ่มต้นของสื่อสังคมออนไลน์ เกิดจากเว็บไซต์ชื่อว่า classmates.com เมื่อปี ค.ศ. 1995 และ SixDegrees สร้างขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1997 ซึ่งอนุญาตให้ผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อมูลเกี่ยว กับตนเอง (Profile) แล้วเชื่อมต่อกับเพื่อนได้ ต่อ มามีระบบที่ทำ ลักษณะนี้อยู่ในรูปแบบ “Web 2.0” ทำให้ผู้ใช้งาน ได้มีปฏิสัมพันธ์กันผ่านเว็บและเป็นที่นิยมมากขึ้น ดังนี้ (กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว, 2556) Friendster (ระหว่าง ค.ศ. 2002 - 2003) MySpace (ระหว่าง ค.ศ. 2004 - 2006) Facebook (ค.ศ. 2007 ถึงปัจจุบัน)

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์แบ่งได้ดังนี้ (แสงเดือน ผ่องพฒ, 2556) 1. เครือข่ายสังคม (Social networking site) เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงานสามารถ สร้างข้อมูลและเปลี่ยนแปลงข้อมูล เผยแพร่ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถ เข้ามาแสดงความเห็น หรือเผยแพร่ สนทนาโต้ตอบ ได้ ตัวอย่างได้แก่ Facebook Badoo Google+ Linkdin และ Orkut เป็นต้น 2. ไมโครบล็อก (Micro-blog) เป็น เว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลหรือข้อความสั้น ในเรื่อง ที่สนใจเฉพาะด้าน รวมทั้งสามารถใช้เครื่องหมาย # (Hashtag) เพื่อเชื่อมต่อ กับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ได้ ตัวอย่างได้แก่ Twitter Blauk Weibo Tout และ Tumble เป็นต้น 3. เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website) เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถฝากหรือนำ สื่อ ข้อมูล รูปภาพ วิดีโอขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปันกับ ผู้อื่นตัวอย่างได้แก่ Flickr Vimero Youtube Instagram และ Pinterest เป็นต้น 4. บล็อก ส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs) เป็นเว็บไซต์ ที่ผู้เขียน บันทึกเรื่องราวต่างๆ เสมือนเป็นบันทึก ไดอารี่ออนไลน์ สามารถเขียนในลักษณะไม่เป็นทางการและแก้ไขได้บ่อย ตัวอย่างได้แก่ Blogger Wordpress Bloggang และ Exteen เป็นต้น 5. บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นเจ้าของ เว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet) เป็น เว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ มีความเป็นทางการน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ แต่มีรูปแบบและความเป็นทางการมากกว่าบล็อก ตัวอย่าง คือ theguardian.com เจ้าของคือหนังสือพิมพ์ The Gardian 6. วิกี และพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and online collaborative space) เป็นเว็บไซต์สำหรับพื้นที่สาธารณะออนไลน์ เพื่อรวบรวมข้อมูลและเอกสาร ตัวอย่างได้แก่ Wikipedia Wikia เป็นต้น 7. กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, discussion board and group) เป็น เว็บไซต์หรือกลุ่มจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการ แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ มีทั้งที่เป็นกลุ่มส่วนตัวและสาธารณะ ตัวอย่างได้แก่ Google groups Yahoo groups และ Pantip เป็นต้น 8. เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform) เป็น เว็บไซต์ที่นำเสนอในลักษณะการเล่นเกมนออนไลน์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถเล่นทั้งคนเดียวและเล่นได้เป็นกลุ่ม ตัวอย่างได้แก่ Second life และ World of Warcraft เป็นต้น 9. ข้อความสั้น (Instant messaging) เป็นการส่งข้อความสั้นจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ 10. การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial tagging) เป็นการแสดง ตำแหน่งที่อยู่พร้อมความเห็นและรูปภาพในสื่อสังคมออนไลน์ ตัวอย่างได้แก่ Facebook และ Foursquare เป็นต้น

จากประเภทของสื่อออนไลน์และความสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจทำงานวิจัยการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง เทคนิคการนำเสนอขายตรง ในรายวิชาการขายตรง โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

ทั้งนี้เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาสื่อการเรียนการสอนโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน รวมถึงสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและการสื่อสาร โดยนำข้อมูลไปปรับปรุงวางแผนส่งเสริมพัฒนาคุณภาพสื่อการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เรียนได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อการเรียนการสอน โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube เรื่องเทคนิคการนำเสนอขายตรง ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา
2. เพื่อการศึกษาการใช้ประโยชน์จากการใช้ Clip ในสื่อ Youtube ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

ประชากร คือ เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 (ปวช.2) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ประจำปีการศึกษา 2560

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 (ปวช.2) สาขาวิชาการตลาด (รอบเช้า)ได้แก่ ห้อง ปวช. 2/3 รวมจำนวน 43 คน

ระยะเวลาในการทำวิจัย คือ ภาคเรียนที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2560

นิยามศัพท์เฉพาะ

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Online) ตามศัพท์ของพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติ คำว่า “Social Media” ไว้ว่า “สื่อสังคม” หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้กับบุคคลทั่วไป มีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่าน อินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัท ต่างๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไฮไฟฟ์ (Hi5) (อ่านว่า ไฮ-ไฟ) ทวิตเตอร์ (Twitter) วิกิพีเดีย (Wikipedia) ฯลฯ

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบ และลักษณะต่างๆประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการใช้ ช่วงเวลาในการใช้ และระยะเวลาในการใช้เฟสบุ๊ค ตลอดจนลักษณะการใช้งานในรายการต่างๆ ของเฟสบุ๊ค เช่น การสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น ที่อาจส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิด การแสดงออกทางกาย วาจา ในลักษณะที่ดั่งใจหรือไม่ดั่งใจก็ได้ โดยอาจรวมถึงความหลงใหลจนผิดปกติ เช่น การใช้งานเฟสบุ๊คบ่อยครั้ง การหยุดใช้ไม่ได้ การขาดความมีสัมพันธภาพกับคนรอบข้าง มีอาการหงุดหงิดเมื่อไม่ได้ใช้นาน ซึ่งส่งผลต่อการติดการใช้งานเฟสบุ๊ค ทำให้กลับมาใช้เฟสบุ๊คซ้ำเมื่อมีโอกาส

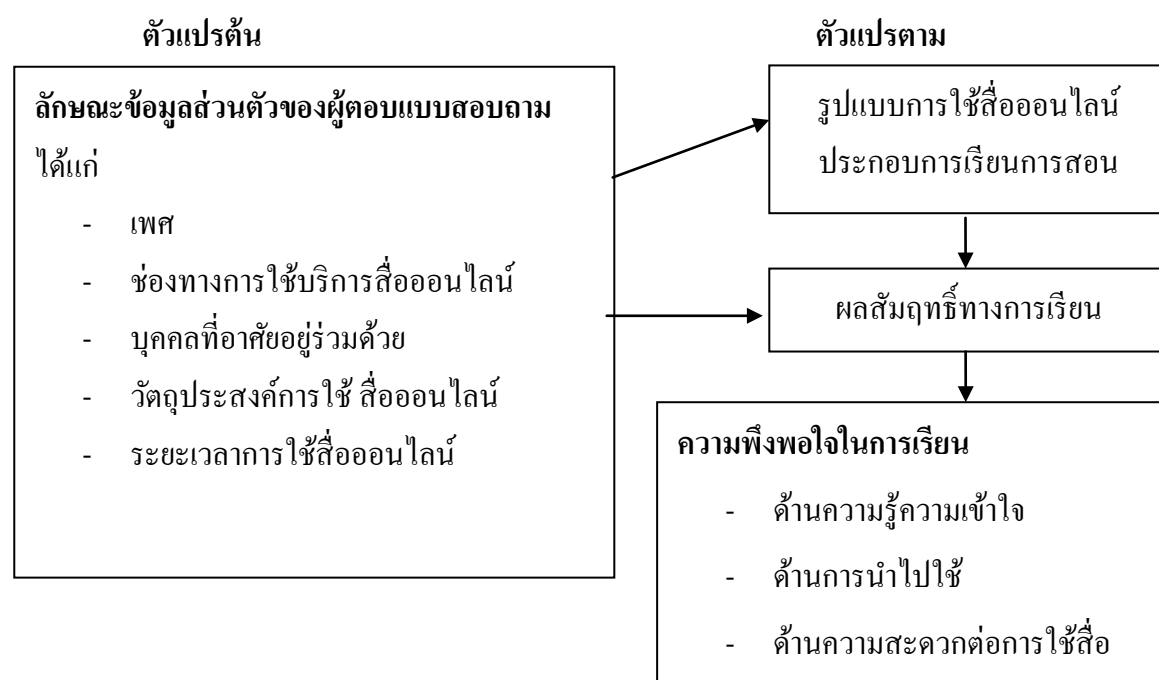
ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง วัตถุประสงค์ในการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ อันประกอบด้วยการใช้เพื่อความบันเทิง เพื่อสนทนากับเพื่อนและคนอื่นๆ เพื่อหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและสังคม เพื่อการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เพื่อนำข้อมูลไปช่วยในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงข้อสรุปของประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพาณิชย์การ

2. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถไปใช้ในข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนพัฒนา และส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งผู้สอนได้นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพสื่อการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เรียน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง เทคนิคการนำเสนอขายตรง ใน รายวิชาการขายตรง โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube” ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

ได้อาศัยแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สื่อสังคมออนไลน์กับพัฒนาการศึกษาและประเภทของสื่อสังคม ออนไลน์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

1. สื่อสังคมออนไลน์กับพัฒนาการศึกษาและประเภทของสื่อสังคม ออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Online) หรือสื่อสังคม (Social Media) สองคำ ที่สังคมเรียกติดปาก ซึ่งมีความหมายเดียวกัน ใน บทความนี้ผู้เขียนเลือกใช้คำว่า “สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Online)” มีผู้ให้ความหมาย สื่อ สังคมออนไลน์ ไว้มากมาย ดังนี้ ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติ คำว่า “Social Media” ไว้ว่า “สื่อสังคม” หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้คุณค่าทั่วไป มีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่าน อินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัท ต่างๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไฮไฟฟ์ (Hi5) (อ่านว่า ไฮ-ไฟฟ์) ทวิตเตอร์ (Twitter) วิกิพีเดีย (Wikipedia) ฯลฯ

นิยามของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) คือเป็นเว็บไซต์ที่ให้ปัจเจกบุคคลได้กระทำการสิ่งต่างๆดังนี้

1. สร้างฐานข้อมูลส่วนต้งบนพื้นที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะในระบบที่มีขอบเขต
2. เชื่อมต่อรายการต่างๆที่ผู้ใช้ยอมให้มีการแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลต่างๆที่ติดต่อสื่อสารกัน
3. สามารถเข้าชมและกิดขวางรายการเชื่อมของบุคคลภายในระบบได้ ธรรมชาติและการตั้งชื่อของการเชื่อมต่อเหล่านี้จะมีความหลากหลาย (Boyd & Ellison, 2007)

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่า เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) เป็นซอฟต์แวร์ที่นิยมใช้งานบนอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองวิถีการดำเนินชีวิตของคนยุคนี้ที่ใช้เวลากับการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์ สำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ

รูปภาพ ผลงาน พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน และกิจกรรมอื่นๆรวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละคน (อ้างอิงจาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/boonyou/2014/08/21/entry-1>)

มีการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีเพื่อ การสื่อสารต่างๆ มากมาย อาทิ การพูดคุยเผชิญ หน้าแบบเรียลไทม์ (Real time) มีการปรับปรุงตัว โปรแกรมให้มีการทำงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความปลอดภัยจากการถูกรุกรานทางข้อมูล ออนไลน์ โดยใช้โปรโตคอล https แทน http เพื่อ เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกในสื่อสังคมออนไลน์ นั้นๆ และมีความเสถียรมากขึ้น ไม่ล้มเหลวขณะ ใช้งานกับจำนวนสมาชิกที่มากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์ได้รับการพัฒนามา โดยตลอดในช่วงระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา สื่อสังคมออนไลน์โดยส่วนใหญ่จะเป็นความสามารถ ของเว็บแอปพลิเคชัน 2.0 ซึ่งจะมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับข้อมูลได้ เป็นการสื่อสาร สองทาง กล่าวคือผู้รับข้อมูลสามารถแสดงความ คิดเห็นหรือตอบผู้ให้ข้อมูลได้โดยทันที เช่น การ แสดงข้อคิดเห็นในบล็อก การพูดคุยผ่านโปรแกรม สนทนาออนไลน์ จุดเริ่มต้นของสื่อสังคมออนไลน์ เกิดจากเว็บไซต์ชื่อว่า classmates.com เมื่อปี ค.ศ. 1995 และ SixDegrees สร้างขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1997 ซึ่งอนุญาตให้ผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อมูลเกี่ยว กับตนเอง (Profile) แล้วเชื่อมต่อกับเพื่อนได้ ต่อ มามีระบบที่ทำ ลักษณะนี้อยู่ในรูปแบบ “Web 2.0” ทำให้ผู้ใช้งานได้มีปฏิสัมพันธ์กันผ่านเว็บและเป็น ที่ นิยมมากขึ้น ดังนี้ (กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว, 2556) Friendster (ระหว่าง ค.ศ. 2002 - 2003) MySpace (ระหว่าง ค.ศ. 2004 - 2006) Facebook (ค.ศ. 2007 ถึงปัจจุบัน)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ อรรถพร (2546: 29) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติหรือระดับความ พึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้นๆ โดยเกิดจาก พื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อ กิจกรรมนั้นๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

3. แนวคิดทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ โดยใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสารด้วยหลักการเดียวกันคือเน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและมีเหตุผลตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดนั้นจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีมาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะการเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่างๆได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆได้กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่นๆ

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในแต่ควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นๆออกมา

3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นจะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมา

(อ้างอิงจาก https://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Expectancy_Theory.html)

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหาย หรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ فروยด์

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลานั้น ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็หมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

(อ้างอิงจาก <http://guboklewnaisus.blogspot.com/2013/03/2-facebook-5-1.html>)

2 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสาร ซึ่งเน้นผู้รับข่าวสารเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษาโดยเชื่อว่าผู้รับข่าวสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไรและเป็นเนื้อหาข่าวสารอะไรจึงสามารถตอบสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ผู้รับข่าวสารจะเลือกใช้สื่อและรับข่าวสารที่สามารถตอบสนองความต้องการและความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งในทางการสื่อสารที่ทำให้ความสำคัญว่าผู้รับสารคือตัวจักรที่สำคัญจะตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก แม็คคอมส์ และ เบคเกอร์ (McCombs and Becker: 1979:50-52) ได้อธิบายว่าคนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่าง

ประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้หมายถึงอะไร บางอย่างที่มีสื่อมวลชนนั้นสามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ (Gratifications) แคทซ์ (Katz) บลูมเมอร์ (Blumler) และ เกอร์วิทซ์ (Gurwitsch) (1998) ได้กล่าวถึงแนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือการศึกษารับสารที่เกี่ยวข้องกับ

- 1.สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
- 2.ความต้องการการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี
- 3.ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆแล้วนำไปสู่
- 4.การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆอันก่อให้เกิดผลคือ
- 5.การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ
- 6.ผลอื่นๆที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

นอกจากนี้มียานวิจัยเกี่ยวกับการจำแนกองค์ประกอบหรือกลุ่มของการวัดความพึงพอใจของผู้รับข่าวสาร โดย ลี บี เบคเกอร์ (Lee B.Becker: 1979,54-73) วิเคราะห์องค์ประกอบของความพึงพอใจ 3 องค์ประกอบคือ 1) การติดตามข่าวสารและการแนะนำพฤติกรรม (Surveillance/Guidance) ซึ่งสะท้อนให้เห็นขอบเขตที่ปัจเจกชนใช้สื่อมวลชน เพื่อจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจและเพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น 2) การใช้ประโยชน์ทางการติดต่อสื่อสาร ความตื่นเต้น และเสริมสร้างความเชื่อ (Communicatory Utility/Excitement/Reinforcement) ซึ่งครอบคลุมถึงการหลบหนีจากงานประจำ การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารกับผู้อื่น การซึมซับข่าวสารเข้าสู่ชีวิตประจำวัน 3) การหลีกเลี่ยงไม่ใช้สื่อ (Media Avoidance) สะท้อนให้เห็นแนวโน้มที่คนไม่ใช้สื่อไม่รับข่าวสารจากสื่อ เป็นต้น

จากทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจจากสื่อ เป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่ามีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจของมนุษย์ และการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบแนวคิดหลักสำคัญสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสารซึ่งเป็นนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครว่า มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่ออะไรและในระดับใด

(อี้ ำ ง อี ง จ ำ ก <http://oknation.nationtv.tv/blog/boonyou/2014/08/21/entry-1>)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 (ปวช.2) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีรรณวิทย์พัฒนวิชาการ ประจำปีการศึกษา 2560

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น ปีที่ 2 (ปวช.2) สาขาวิชาการตลาด (รอบเช้า)ได้แก่ ห้อง ปวส. 2/3 รวมจำนวน 37 คน

เครื่องมือในการวิจัย

1. สื่อสังคมออนไลน์ที่สนับสนุนการเรียนการสอน จำนวน 4 ชุด และทดสอบคุณภาพของสื่อสังคมออนไลน์ที่สนับสนุนการเรียนการสอน มีค่าประสิทธิภาพสื่อสูงกว่า(E1/E2)สูงกว่าเกณฑ์ 75/75 เท่ากับ 48.46/80.81 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าประสิทธิภาพสื่อสูงกว่า(E1/E2)

เครื่องมือ	จำนวนนักเรียน	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	ประสิทธิภาพ (%)	การเปรียบเทียบกับเกณฑ์
คะแนน Clip (E1)	37	20	9.69	48.46	สูงกว่าเกณฑ์
คะแนนการนำเสนอ (E2)	37	20	16.16	80.81	

2. แบบทดสอบเพื่อประเมินสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 2 ชุด ได้แก่คะแนนของ Clip (E1) และคะแนนการนำเสนอ(E2) และทดสอบคุณภาพของแบบทดสอบเพื่อประเมินสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียน หลังเรียน ภาควิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 20 ข้อ มีค่าความยากง่าย (P) และค่าอำนาจจำแนก (B)ของข้อสอบเป็นรายข้อ ที่มีค่าตั้งแต่ .20 ถึง .80 ขึ้นไป ได้ข้อของข้อสอบเป็นรายข้อ ที่มีค่าตั้งแต่ .20 ถึง .80 ขึ้นไป ได้ข้อ KR-20 ของ Kuder-Richardson เท่ากับ 0.94 และความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.50

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล ด้านพฤติกรรม ประโยชน์ ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 (ปวช.2) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ โดยการชักกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 (ปวช.2) สาขาวิชาการตลาด (รอบเช้า) ได้แก่ ห้อง ปวช. 2/3 รวมจำนวน 37 คน ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ทำการศึกษาแนวคิดหลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์ (You Tube) ของนักศึกษา หลังจากศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้วิจัยได้ประมวล และสรุปเนื้อหาสาระสำคัญในการส่งเสริมและการปลูกฝังคุณธรรม จัดทำเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรม ประโยชน์ และผลกระทบจากการใช้เฟสบุ๊ค (Facebook) ของนักศึกษา

2. Clip การสัมภาษณ์ เป็นการสนทนากันอย่างมีเป้าหมายในเรื่องของเทคนิคการนำเสนอขายตรง ระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ ในรายวิชาการขายตรง โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรม ประโยชน์ และผลกระทบจากการใช้ Facebook ของ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย์ พณิชยการ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเข้าใจตรงกันในการแปล ความหมายของข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ สื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จาก สื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น ปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย์ พณิชยการ พฤติกรรมการใช้ Facebook ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับพฤติกรรม โดยนำเสนอข้อมูลในตารางประกอบการบรรยาย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ ของ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น ปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย์ พณิชยการ จำแนกภาพรวมและรายข้อ

พฤติกรรมการใช้ Facebook	$\bar{X}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
1. สื่อออนไลน์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตของคุณ ไม่สามารถห้ามตัวเองไม่ให้เล่นได้	3.51	1.05	มาก
2. เป็นเรื่องยากที่คุณจะหยุดใช้สื่อออนไลน์	3.74	1.11	มาก
3. คุณสามารถกล่าวได้ว่าคุณเป็นคนติด สื่อออนไลน์	3.49	1.05	ปานกลาง
4. คุณจะใช้งานสื่อออนไลน์ทุกครั้งเมื่อคุณใช้งาน อินเทอร์เน็ต	4.00	0.94	มาก
5. คุณคิดว่า สื่อออนไลน์สามารถทำให้คุณเกิดความ มั่นใจในการแสดงออกให้ผู้อื่นได้รู้ผ่าน Facebook	3.55	1.03	มาก
รวม	3.18	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้ สื่อออนไลน์ ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้น ปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณจะใช้งาน สื่อออนไลน์ ทุกครั้งเมื่อคุณใช้งาน อินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D = 0.94)

ตอนที่ 2 การใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น ปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

การใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น โดยนำเสนอข้อมูลในตารางประกอบการบรรยาย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ของ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ จำแนกภาพรวมและรายชื่อ

การใช้ประโยชน์จาก สื่อออนไลน์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการนำข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ รวมทั้งคำแนะนำ ความคิดเห็น ไปช่วยในการตัดสินใจ	3.98	0.78	มาก
2. ด้านการหาข้อมูลข่าวสารเรื่องทั่วไปที่ตนเองชอบ ได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงง่าย	4.08	0.84	มาก
3. ด้านการสนทนา แลกเปลี่ยนข้อมูล รูปภาพกับเพื่อน และคนอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว ตามทันกระแสสังคม	4.20	0.78	มาก
4. ด้านความบันเทิงและความสนุกสนาน ตื่นเต้นกับเรื่องราวต่างๆ เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม เป็นต้น	4.15	0.83	มาก
5. ด้านการตลาดในการซื้อ-ขาย สินค้าและบริการบนสื่อออนไลน์	4.15	0.87	มาก
6. เพื่อแสดงออกด้านความคิดเห็นต่างๆ เป็นการสะท้อนความเป็นตัวตนให้เพื่อน และบุคคลอื่นได้รับรู้	3.85	0.87	มาก
7. เพื่อสร้างสรรค์แสดงความเป็นตัวตนออกมา เช่น การสร้างโปรไฟล์ โพสต์รูปและเรื่องราวต่างๆ ของตนเอง	4.00	0.90	มาก
8. เพื่อศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ ประกอบการเรียน	3.74	0.96	มาก
รวม	4.01	0.57	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสนทนา แลกเปลี่ยนข้อมูล รูปภาพกับเพื่อน และคนอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว ตามทันกระแสสังคม อยู่ใน ระดับ มาก ($\bar{x}$ = 4.20, S.D = 0.78) รองลงมา คือ เพื่อถามการบ้าน รายงาน โครงการ และเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการเรียนจากเพื่อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.20, S.D = 0.85) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เพื่อศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ ประกอบการเรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.74, S.D = 0.96) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง เทคนิคการนำเสนอขายตรง ในรายวิชาการขายตรง โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1). เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ในวิชาการขายตรง โดยอาจารย์ได้นำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาจะทำให้ให้นักศึกษาสนใจและตั้งใจเรียนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสื่อที่มีการเคลื่อนไหว มีเสียง หรืออื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการบรรยาย (2). เพื่อให้นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาความรู้ผ่านทาง youtube ได้ตลอดเวลาและยังมีเทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่น่าสนใจอีกมากมาย อาจมีการแลกเปลี่ยนวิธีโอหรืองานต่าง ๆ ที่จัดทำในรูปแบบวิดีโอระหว่างเพื่อนด้วยกัน เป็นการสร้างศักยภาพของการสื่อสาร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล พฤติกรรม ประโยชน์ และผลกระทบจากการใช้ Facebook นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น ปีที่ 2 (ปวช.2) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น ปีที่ 2 (ปวช.2) สาขาวิชาการตลาด (รอบเช้า) ได้แก่ ห้อง ปวช. 2/3 รวมจำนวน 37คน เป็นนักศึกษาในชั้นเรียน รายวิชาการขายตรง ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 (เป็นระยะเวลา 3 เดือน)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ (1). ข้อมูลพฤติกรรม ประโยชน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ (You Tube) ของนักศึกษา วิเคราะห์โดยคำนวณค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย(Mean) ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูลของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 37 คน สรุปผลวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้ สื่อออนไลน์ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น ปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกร สรุปผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้ สื่อออนไลน์(You Tube) ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกรโดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือคุณจะใช้งาน Facebook ทุกครั้งเมื่อคุณใช้งานอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.00,

S.D = 0.94) รองลงมา คือ เป็นเรื่องยากที่คุณจะหยุดใช้ Facebook อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.74, S.D = 1.11) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ คุณจะรู้สึกเหมือนถูกเพื่อน และคนรอบข้างทอดทิ้งถ้าไม่ได้ใช้ Facebook อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 2.52, S.D = 1.42) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น ปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ สรุปผลวิจัยพบว่าการใช้ประโยชน์จาก สื่อออนไลน์ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสนทนา แลกเปลี่ยนข้อมูล รูปภาพกับเพื่อนและคนอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว ตามทันกระแสสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.20, S.D = 0.78) รองลงมา คือ เพื่อถามการบ้าน รายงาน โครงการ และเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการเรียนจากเพื่อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.20, S.D = 0.85) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เพื่อศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ ประกอบการเรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.74, S.D = 0.96) ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย ควรนำข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น อันจะเป็นแนวทางการศึกษาการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง เทคนิคการนำเสนอขายตรง ในรายวิชาการขายตรง โดยใช้ Clip ในสื่อ Youtube ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ ไปคัดกรอง ปรับใช้วิธีการเรียนการสอน จัดกิจกรรมที่สามารถ ส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งผู้สอนได้นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพสื่อการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เรียน ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ในระดับชั้นอื่นๆ หรือสาขาวิชาอื่นๆ เพิ่มเติม หรือศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของ การใช้ Youtube มาเป็นสื่อการเรียนการสอน เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบ และนำผลการวิจัยไปพัฒนาต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2555). แผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ. ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2560 จาก http://www.pld.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=210www_pld_rmutt_ac_default.pdf.
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554, ตุลาคม-ธันวาคม). สื่อสังคมออนไลน์วารส:สื่อแห่งอนาคตนักบริหาร,. 31(4) : 99-103.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2552). รูปแบบการดำ เนินชีวิต และพฤติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร นครา : การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุวณูช กุลาคี และคณะ. (2558, กันยายน-ธันวาคม). การศึกษาพฤติกรรมการใช้ Facebook และระบบการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย นครพนม NPU-ELearning กรณีศึกษานักศึกษาคณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ และคณะศิลปศาสตร์ และ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 5(3),89-96.
- โสภณวิชญ์ อินแก้ว. (2556). การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้. (SMEDU). สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.slideshare.net/taxiboat/smedu-25550410>.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	นายชนน ลาภธนวิรุพห์
วัน เดือน ปีเกิด	27 ตุลาคม 2523
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนนนทรีวิทยา ปีการศึกษา 2540 สำเร็จปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต บรรณรักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปีการศึกษา 2545
ตำแหน่งหน้าที่ การทำงานปัจจุบัน	อาจารย์ประจำห้องสมุด และเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด ของวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ