รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

The Development of the Integrative Thinking Skill Using Integrated Marketing Communications “Social Creativity” for Marketing Students in Management Sciences Faculty of Yala Rajabhat University.

โดย

อัปสร อีซอ

ได้รับทุนอุดหนุนจากงบบำรุงการศึกษา ประจำปี 2556

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

อัปสร อีซอ **การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ฯ** 2556

อัปสร อีซอ **การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ฯ** 2556

อัปสร อีซอ **การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ฯ** 2556

อัปสร อีซอ **การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ฯ** 2556

อัปสร อีซอ **การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ฯ** 2556

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

อัปสร อีซอ	**การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ฯ**	**2556**

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

หัวข้อวิจัย การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
ชื่อผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัปสร อีซอ
คณะ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
ปีการศึกษา 2556

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบ รวมถึงศึกษาผลของการพัฒนาและความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” กลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ในภาคเรียนที่ 1/2556 จำนวน 41 คน สำหรับเครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 1) แผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ 2) แบบประเมินผลการพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ ผลการวิจัยเป็นดังนี้

1. การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ได้จัดทำในรายวิชา การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน โดยผู้สอนกำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ ให้นักศึกษาออกแบบและจัดทำผลงานสร้างสรรรค์สังคมผู้สูงอายุ โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ อย่างน้อย 5 เครื่องมือผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ และมีการประเมินผลซึ่งจำแนกเป็น 2 ด้าน อันประกอบด้วยด้านการคิดเชิงบูรณาการ และด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ

2. ผลการประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษา ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ซึ่งเกินกว่าร้อยละ 70 โดยจากคะแนนเต็ม 20 คะแนน นักศึกษาสามารถทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 18 $\pm$ 1.33

3. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” พบว่าโดยภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ความพึงพอใจด้านแนวคิดการสื่อสารสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ และด้านสถานที่เพื่อ

การสื่อสารการตลาดสร้างสรรค์สังคม ส่วนความพอใจด้านอื่นๆ นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่พัฒนา ด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ และด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การคิดเชิงบูรณาการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Research Title: The Development of the Integrative Thinking Skill Using Integrated Marketing Communications "Social Creativity" for Marketing Students in Management Sciences Faculty of Yala Rajabhat University.

Researchers: Assistant Professor Apsorn E-sor

Faculty: Management Sciences

University: Yala Rajabhat University

Academic Year: 2013

Abstract

This study was a research and development. The purpose was to develop format including to study resulting development and satisfaction of students towards the integrative thinking skill development using integrated marketing communications "social creativity". The target group was 41 marketing students having enrolled for subject 3154329 – Integrated Marketing Communications– in semester 1/2013. The instruments employed included 1) integrated learning management plan 2) evaluation form of integrative thinking development, and 3) questionnaire on students' satisfaction towards integrative thinking skill development model. The research resulted as follows.

1. Integrative thinking skill development using integrated marketing communications for "social creativity" was arranged in the subject content of Integrated Marketing Communications. For learning activity, students were assigned to make a design and work out an achievement with social creativity for elderly using integrated marketing communications with at least 5 tools of communications through product to be integrated using body of knowledge of target group, communication concept, slogan, logo, color, and etc. The evaluation divided 2 parts consist integrated thinking skill and integrated skill expressing.

2. The evaluation of social creativity for elderly resulted that all students passed the specified standards, with marks rated over 70 percent of the full score of 20 marks, that is, the students were able to work out the achievement of social creativity for elderly with average marks of 18 ± 2.67

3. For satisfaction level of students towards integrative thinking skill development using integrated marketing communications of “social creativity”, it indicated that, in overall, students’ satisfaction was at a high level. When separate aspects were considered, it indicated that students satisfaction rated at a highest level were satisfaction in aspect of concept in elderly ’s creativity communications and in aspect of place for creative marketing communications, whereas aspects of tools developed for integrated marketing communications, expression of integrated competency, and objective accomplishment of integrative thinking were at a high level.

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาจากหลายๆ ท่าน อาทิ อาจารย์ปวีณา เจะอารง และอาจารย์สุธิดา วัฒนยืนยง จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา รวมถึงอาจารย์อับดุลระหะ บากา จากโรงเรียนบ้านป่าโอน จังหวัดสงขลา ที่ให้ความอนุเคราะห์พิจารณาเครื่องมือวิจัย ขอบคุณนักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตร 4 ปี รหัส 54 ที่ให้ความร่วมมือด้วยดี ทำให้งานวิจัยนี้บรรลุผล ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

อัปสร อีซอ
คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
ขอบเขตของโครงการวิจัย	2
กรอบแนวคิดของการวิจัย	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ประวัติคณะวิทยาการจัดการ	6
การคิดเชิงบูรณาการ	9
การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ	9
การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
สรุปภาพทฤษฎีและแนวคิดการวิจัย	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา	25
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	25
วิธีการสร้างเครื่องมือ	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
การวิเคราะห์ข้อมูล	28

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทที่ 4 ผลการวิจัย
ตอนที่ 1 รูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน "สร้างสรรค์สังคม" 30
ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน "สร้างสรรค์สังคม" 40
ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน "สร้างสรรค์สังคม" 41

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ
สรุปผลการวิจัย 45
อภิปรายผล 45
ข้อค้นพบ 47
ข้อเสนอแนะ 48

บรรณานุกรม 49
ภาคผนวก 53
ประวัติผู้วิจัย 94

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ	33
4.2	แนวคิดการออกแบบและพัฒนาเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน สร้างสรรค์สังคมของผู้เรียนทั้ง 4 กลุ่ม	35
4.3	ภาพรวมผลการประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษา	41
4.4	ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม”	42

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดของการวิจัย	4
2.1	การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจไอศกรีม ตรา Icedea	14
2.2	การสื่อสารด้วยตราสินค้าของธุรกิจการบินไทย	16
2.3	การสื่อสารด้วยรูปร่างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าว Pearl Royal	17
2.4	การสื่อสารด้วยบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของน้ำดื่ม ตรา น้ำทิพย์	18
2.5	การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์อื่นของธุรกิจ STARBUCKS	18
4.1	ผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษาการตลาด กลุ่มที่ 1 ภายใต้แนวคิดสื่อสาร : เคล็ดลับการใช้ชีวิตคู่	36
4.2	ผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษาการตลาด กลุ่มที่ 2 ภายใต้แนวคิดสื่อสาร : เคล็ดลับการใช้ชีวิตให้มีความสุข	37
4.3	ผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษาการตลาด กลุ่มที่ 3 ภายใต้แนวคิดสื่อสาร : เคล็ดลับการเอาชนะอุปสรรคในชีวิต	38
4.4	ผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษาการตลาด กลุ่มที่ 4 ภายใต้แนวคิดสื่อสาร : เคล็ดลับการมีสุขภาพดี	39
5.1	โมเดลการบูรณาการผสมผสานความรู้ ความคิด การปฏิบัติ และคุณธรรมจริยธรรม	47

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าท่ามกลางยุคกระแสโลกาภิวัฒน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา วัฒนธรรม เทคโนโลยี ฯลฯ กลไกหลักที่สำคัญของการพัฒนาคือ คนที่มีคุณภาพ การพัฒนาศักยภาพของคนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะในภาคการศึกษาที่เป็นภาคส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาคุณภาพคนของประเทศ ส่งผลให้เกิดการปฏิรูปการเรียนรู้ในหลายๆ ส่วน เพื่อให้ได้คุณลักษณะผู้เรียนที่พึงประสงค์ คือ ผู้เรียนที่เป็นคนดี คนเก่ง และคนมีความสุข สำหรับการศึกษาระดับอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2552) ได้กำหนดคุณลักษณะของผู้เรียนที่พึงประสงค์หรือมาตรฐานผลการเรียนรู้ของบัณฑิตที่สำคัญอย่างน้อย 5 ด้าน อันได้แก่ (1) ด้านคุณธรรมและจริยธรรม (2) ด้านความรู้ (3) ด้านทักษะทางเชาวน์ปัญญา (4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ(5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งข้อกำหนดดังกล่าวก่อให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอนอย่างกว้างขวางและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

การตลาด จัดเป็นสาขาหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่มุ่งเน้นให้ได้คุณลักษณะผู้เรียนที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้านดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะเชาว์ปัญญา ด้านการแสดงออกถึงความสามารถในการคิดเชิงบูรณาการ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นมากในงานด้านการสื่อสารการตลาด ยิ่งยุคปัจจุบันงานทางด้านการสื่อสารพัฒนาสู่การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication : IMC) ซึ่งเน้นการดำเนินงานแบบองค์รวม มีการบูรณาการเครื่องมือสื่อสารหลากหลายรูปแบบนำไปใช้ร่วมกัน สอดคล้องในแนวทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดพลังในการสื่อสารโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนด (Shimp, 2007) นอกเหนือจากนี้ การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน ยังเป็นที่ยอมรับถึงการประหยัดต้นทุน ช่วยลดความสูญเปล่าด้านการใช้สื่อและช่วยเพิ่มผลกระทบให้กับการสื่อสาร (ชลาลัย นาควิไล และสราวุธ อนันตชาติ, 2547) ด้วยเหตุนี้การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับการจัดการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาการตลาด ซึ่งจะช่วยให้เห็นสัมพันธภาพที่เชื่อมโยง ผ่านการมองภาพองค์รวม ซึ่งเป็นมิติการคิดที่สำคัญยิ่งในบริบทสังคมและการทำงานปัจจุบัน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2554)

อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงประการหนึ่งที่ค้นพบคือ นักศึกษาการตลาดขาดทักษะเชาว์ปัญญาด้านการคิดเชิงบูรณาการ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากผลการเรียนในรายวิชา การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ที่นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ ไม่สามารถออกแบบงานสื่อสารที่เชื่อมโยงบูรณาการเครื่องมือสื่อสารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดได้อย่างเด่นชัด ในขณะเดียวกันไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาการตลาดอื่น รวมถึงประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพัฒนาทักษะด้านเชาว์ปัญญาด้านการคิดเชิงบูรณาการของนักศึกษาการตลาด โดยเชื่อมโยงเข้ากับวิถีชีวิตและบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับนักศึกษา อีกทั้งต่อยอดงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา ที่พบว่าผู้สูงอายุมีแง่คิดและประสบการณ์ที่น่าสนใจ ที่เยาวชนคนรุ่นใหม่น่าจะนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต เช่น ความสุข ความทุกข์ ความสำเร็จ ความล้มเหลว ฯลฯ หากสามารถจัดการเรียนรู้ในลักษณะเชื่อมโยงดังกล่าวทั้งหมดได้ น่าจะส่งผลต่อการการพัฒนาทักษะด้านการคิดเชิงบูรณาการ อีกทั้งทำให้การเรียนรู้มีความหมายและมีคุณค่าต่อชีวิตของนักศึกษามากยิ่งขึ้น ดังกล่าวจึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม”

2. เพื่อศึกษาผลการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม”

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม”

ขอบเขตของโครงการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้

ขอบเขตของเนื้อหา

งานวิจัยนี้ต่อยอดงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา ซึ่งได้บูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน 5 เครื่องมือ อันได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม การอบรม และการใช้สื่อสัญลักษณ์ต่างๆ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่า ผู้สูงอายุยังมีแง่คิดและประสบการณ์ที่น่าสนใจ ที่เยาวชนคนรุ่นใหม่น่าจะนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต จึงได้ต่อยอดงานวิจัยสู่

งานวิจัยในชั้นเรียนเรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ซึ่งจากงานวิจัยนี้ นักศึกษาต้องออกแบบพัฒนาเครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ อย่างน้อย 5 เครื่องมือ ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ เพื่อให้บรรลุซึ่งเป้าหมายสร้างสรรค์สังคม โดยเฉพาะสังคมผู้สูงอายุ โดยกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

ตัวแปรอิสระ การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม”

ตัวแปรตาม ผลการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการและความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ

ขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา

นักศึกษาสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ในภาคเรียนที่ 1/ 2556 จำนวน 41 คน

ขอบเขตของพื้นที่ ศึกษาจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

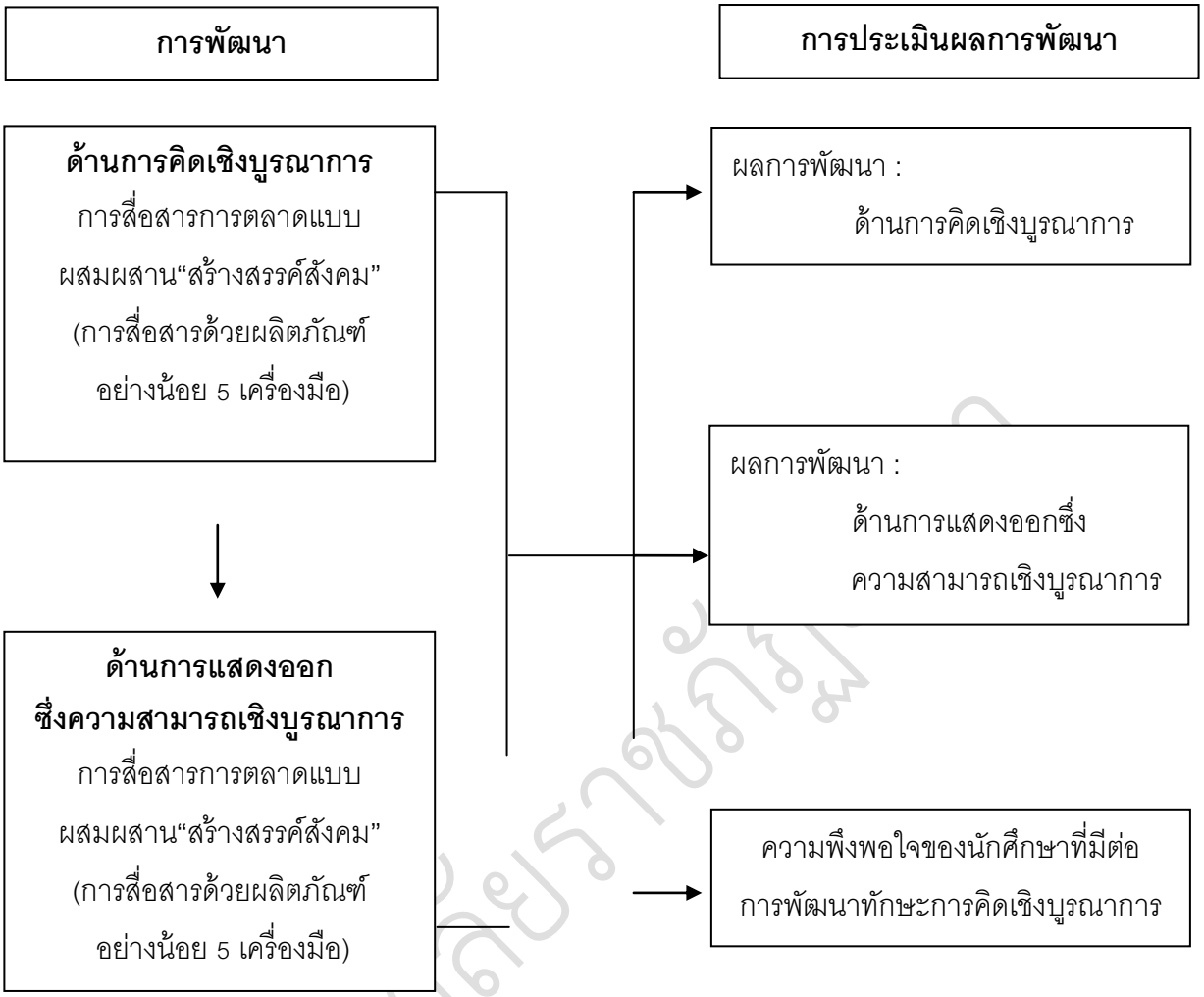
ขอบเขตของระยะเวลาที่ศึกษา ใช้ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย 1 ปี คือปีงบประมาณ 2556

ขอบเขตของงบประมาณสนับสนุนกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้สอนได้จัดสรรงบประมาณให้นักศึกษาในการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบสร้างสรรค์สังคมรวมถึงจัดนิทรรศการนำเสนอผลงานภายใต้งบประมาณ 1,000 บาท (หนึ่งพันบาทถ้วน)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

งานวิจัยนี้ ได้กำหนดกรอบแนวคิดของการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนการพัฒนา และขั้นตอนการประเมินผลการพัฒนา โดยขั้นตอนการพัฒนาแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1)ด้านการคิดเชิงบูรณาการ และ 2)ด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ โดยมอบหมายให้นักศึกษาออกแบบ จัดทำ และนำเสนอผลงานสร้างสรรค์สังคม โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักศึกษาต้องออกแบบและพัฒนาอย่างน้อย 5 อย่างน้อย จากนั้นจึงเป็นขั้นตอนการประเมินผลการพัฒนาโดยพิจารณาจากผลงานการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่นักศึกษาได้ออกแบบและจัดทำ ทั้งทางด้านการคิดเชิงบูรณาการ และการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ รวมถึงประเมินผลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ ทั้งนี้กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย ดังภาพที่ 1

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนา หมายถึง การปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ดำเนินการ การทำให้ดีขึ้น

การบูรณาการ หมายถึงการนำหน่วยย่อยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์อิงอาศัยซึ่งกันและกันมารวมเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืนเป็นองค์รวม มีความครบถ้วนสมบูรณ์

การคิดเชิงบูรณาการ หมายถึงความสามารถในการเชื่อมโยงหน่วยย่อยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ให้เข้ากับเรื่องที่เป็นแกนหลักเพื่อความสมบูรณ์และมีเอกภาพ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน หมายถึง กระบวนการวางแผนและใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่หลากหลายรูปแบบผสมผสานกัน และสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้วัตถุประสงค์ขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ

การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน "สร้างสรรค์สังคม" หมายถึง กระบวนการวางแผนและใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่หลากหลายรูปแบบผสมผสานกัน และสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอิทธิพลต่อผู้รับสารเป้าหมายให้เกิดการยอมรับ ปฏิบัติ ปรับเปลี่ยน หรือเลิกพฤติกรรม เพื่อประโยชน์ทั้งแก่บุคคล กลุ่ม หรือสังคม ซึ่งจากงานวิจัยเป็นการรณรงค์ให้เยาวชนเห็นความสำคัญของผู้สูงอายุและสนใจใส่ใจดูแลผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่อายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยและพัฒนา คาดว่าก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้

1. ได้รูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน "สร้างสรรค์สังคม"

2. ทำให้ทราบถึงผลการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน "สร้างสรรค์สังคม"

3. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน"สร้างสรรค์สังคม"

4. เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ในการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน "สร้างสรรค์สังคม" ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับบทนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหานำเสนอเรียงลำดับ ดังนี้

1. ประวัติคณะวิทยาการจัดการ
2. การคิดเชิงบูรณาการ
3. การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ
4. การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. สรุปภาพทฤษฎีและแนวคิดการวิจัย

ซึ่งแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

1. ประวัติคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ (Faculty of Management Sciences) ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เลขที่ 1333 ถนนเทศบาล 3 ตำบลสะเตง อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000 สำหรับประวัติและวิวัฒนาการของคณะวิทยาการจัดการมีดังนี้ (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 2556)

พ.ศ. 2525 : โครงการนำร่อง เพื่อจัดตั้งคณะวิทยาการจัดการวิทยาลัยครูยะลา และวิทยาลัยครูอื่น ๆ ซึ่งสังกัดกรมการฝึกหัดครูได้ทดลองเปิดสอนวิชาการอื่นๆ ที่ไม่ใช่ครุศาสตร์โดยอิงหลักสูตรครูประกาศนียบัตรการศึกษาชั้นสูง (ป.กศ.สูง) สำหรับวิทยาลัยครูยะลา เปิดสอน 2 หลักสูตร ได้แก่

1. ครู ป.กศ.สูง วิชาเอกการสหกรณ์
2. ครู ป.กศ.สูง วิชาเอกวารสารและการประชาสัมพันธ์

การดำเนินการในระยะทดลอง โดยระดมอาจารย์ในภาควิชาต่างๆ ของคณะมนุษยศาสตร์และคณะวิทยาศาสตร์ ด้วยการส่งไปฝึกอบรม และกลับมาช่วยกันจัดการสอน ในเวลานั้นวิทยาลัยครูยะลาได้เพิ่มส่วนงานภายใน ขึ้นใหม่ 2 หน่วยงาน ได้แก่

- ภาควิชาสหกรณ์
- ภาควิชาวารสารและการประชาสัมพันธ์

พ.ศ. 2528 มี พ.ร.บ.จัดตั้งคณะวิทยาการจัดการ โดยกรมการฝึกหัดครู ได้ปรับปรุงพระราชบัญญัติวิทยาลัยครูเป็น พระราชบัญญัติวิทยาลัยครู ฉบับที่ 2 พ.ศ.2557

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ทำให้วิทยาลัยครูทั่วประเทศ มีภาระและหน้าที่เช่นเดียวกับสถาบันอุดมศึกษาอื่น ด้านการจัดการศึกษาในสาขาวิชาการต่างๆ และผลิตครูถึงระดับปริญญาตรี วิทยาลัยครูทุกแห่ง ได้ปรับปรุงโครงสร้าง ให้มี “คณะวิทยาการจัดการ” ขึ้นอีก 1 คณะ สำหรับคณะวิทยาการจัดการวิทยาลัยครูยะลา ได้แบ่งส่วนราชการออกเป็น 1 สำนักงานและ 5 ภาควิชา ดังนี้

- สำนักงานคณะวิชา
- ภาควิชาบริหารธุรกิจและสหกรณ์
- ภาควิชาการเงินและบัญชี
- ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
- ภาควิชาการตลาด
- ภาควิชาวารสารศาสตร์และการประชาสัมพันธ์

สำหรับหลักสูตรที่เปิดสอน : เปิดสอนสาขาศิลปศาสตร์ 2 หลักสูตร ได้แก่

1. อนุปริญญาบริหารธุรกิจ
2. อนุปริญญาวารสารศาสตร์และการประชาสัมพันธ์

พ.ศ. 2531 เปิดการสอนสาขาศิลปศาสตร์ สายบริหารธุรกิจและการจัดการ โปรแกรมการจัดการทั่วไป ระดับปริญญาตรี แขนงการบัญชี การตลาด คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และการท่องเที่ยว

พ.ศ.2535 กรมการฝึกหัดครู ได้ปรับปรุงหลักสูตรของวิทยาลัยครู ฉบับ พ.ศ.2528 (ปรับปรุง 2531) ใหม่ เป็น “หลักสูตรของวิทยาลัยครู พ.ศ.2536”

พ.ศ.2538 ปรับปรุงโครงสร้างคณะใหม่ โดยวิทยาลัยครู เปลี่ยน สถานภาพเป็น “สถาบันราชภัฏ” คณะวิทยาการจัดการแบ่งส่วนราชการเป็น สำนักงานคณะวิชา และภาควิชา เหมือนเดิม เพียงแต่เปลี่ยนชื่อภาควิชาดังนี้

- ภาควิชาบริหารธุรกิจ (ตัดคำว่า “สหกรณ์” ออก)
- ภาควิชาการเงินและบัญชี
- ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
- ภาควิชาการตลาด
- ภาควิชานิเทศศาสตร์

หลักสูตรที่เปิดสอน : คณะวิทยาการจัดการ ได้เปิดสอนหลักสูตร สาขาศิลปะศาสตร์สายบริหารธุรกิจ เพิ่มขึ้นจากที่เปิดสอนอยู่เดิมอีกหลักสูตรหนึ่ง

พ.ศ.2541 คณะวิทยาการจัดการ ได้เปิดสอน หลักสูตรปริญญาตรี สาขาศิลปศาสตร์ โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

พ.ศ.2543 กรมการฝึกหัดครูได้ประกาศใช้หลักสูตร สถาบันราชภัฏฉบับปรับปรุง พ.ศ.2543 และในปีเดียวกัน กรมการฝึกหัดครู ร่วมกับสถาบันราชภัฏทั่วประเทศได้ดำเนินการขอเปลี่ยนชื่อหลักสูตร “สาขาศิลปศาสตร์”ที่ใช้เปิดสอนอยู่ ให้เป็น “สาขาบริหารธุรกิจ” และ ก.พ.ได้รับรองตามเลขที่รับรอง นร. 0708.8/792 ลงวันที่ 11 ตุลาคม 2545 ยังผลให้บัณฑิตซึ่งศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจและการจัดการทั่วไป และสำเร็จการศึกษาในปี 2545 ได้รับวุฒิ “บริหารธุรกิจบัณฑิต” ซึ่งได้สร้างความปราบปลื้มแก่บัณฑิตราชภัฏโดยถ้วนหน้ากัน

พ.ศ. 2547 วันที่ 15 มิถุนายน 2547 สถาบันราชภัฏยะลา ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ยกฐานะสถาบัน ขึ้นเป็น “มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา” พร้อมๆ กับสถาบันราชภัฏอื่นทั่วประเทศอีก 40 แห่ง

พ.ศ.2551 คณะวิทยาการจัดการ ได้เปิดสอน หลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ

การผลิตบัณฑิตในปัจจุบัน คณะวิทยาการจัดการ ดำเนินการ ผลิตบัณฑิต 2 ประเภท คือ ภาคปกติ และภาค กศ.บป. โดยผลิตใน 3 หลักสูตร คือ หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต และหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ดังนี้

1. หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต ผลิต 1 สาขา ได้แก่ สาขานิเทศศาสตร์
2. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ผลิต 6 สาขา ได้แก่
   - 2.1 สาขาการจัดการ
   - 2.2 สาขาการตลาด
   - 2.3 สาขาการบัญชี
   - 2.4 สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
   - 2.5 สาขาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว
   - 2.6 สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
3. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ผลิต 1 สาขา ได้แก่ สาขาบริหารธุรกิจ

จะเห็นได้ว่าคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีพื้นฐานมาจากคณะครุศาสตร์ ที่ได้ทดลองเปิดสอนวิชาการอื่นๆ โดยอิงหลักสูตรครูประกาศนียบัตรการศึกษาชั้นสูง (ป.กศ.สูง) ทั้งนี้การเปิดครั้งแรกได้เปิดสอน 2 หลักสูตร ได้แก่ 1) ครู ป.กศ.สูง วิชาเอกการสหกรณ์ และ 2)ครู ป.กศ.สูง วิชาเอกวารสารและการประชาสัมพันธ์ จากนั้นไม่นานจึงได้เปลี่ยนแปลงเป็น “คณะวิทยาการจัดการ” ซึ่งประกอบด้วย 1 สำนักงานและ 5 ภาควิชา ต่อมามีการเปลี่ยนแปลงจาก “วิทยาลัยครู” เป็น “สถาบันราชภัฏ” อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหลักสูตรจาก “สาขาศิลปศาสตร์” เป็น “สาขาบริหารธุรกิจ” จวบจนปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็น “มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา” คณะวิทยาการจัดการได้จัดการศึกษาสำหรับนักศึกษา 2 ประเภท

คือ นักศึกษาภาคปกติ และภาค กศ.บป. โดยมีหลักสูตรทั้งหมด 3 หลักสูตร อันได้แก่ หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต และหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

2. การคิดเชิงบูรณาการ

นักจิตวิทยาและนักการศึกษาหลายๆ ท่าน ได้ให้ความหมายของการคิดเชิงบูรณาการ (Integrative Thinking) ไว้ดังนี้

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การคิดเชิงบูรณาการ หมายถึง ความสามารถในการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร มุมมองหรือแนวคิดที่แยกส่วนหรือมีความแตกต่างกัน ให้เข้ากับเรื่องที่เป็นแกนหลักได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้เรื่องที่เป็นแกนหลักนั้นสมบูรณ์และมีเอกภาพ”

สุวิทย์ มูลคำ (2551) ได้ให้นิยามไว้ว่า “การคิดเชิงบูรณาการ หมายถึง การเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างสิ่งต่างๆ เหตุการณ์ หรือเรื่องราว โดยอาศัยความสามารถในการสังเกต การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การวินิจฉัย การมองปัญหา การหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผล รวมทั้งความสามารถในการสังเคราะห์ เพื่ออธิบายทำความเข้าใจเรื่องทั้งหมดนำไปสู่ความคิดที่สมบูรณ์”

Martin (2009) ได้กล่าวไว้ว่า “การคิดเชิงบูรณาการ หมายถึง กระบวนการนำเอาความรู้สาขาวิชาต่างๆ ที่สัมพันธ์กันมาผสมผสานกัน เพื่อให้กระบวนการเรียนรู้ กระบวนการคิด กระบวนการแก้ปัญหา และกระบวนการแสวงหาความรู้เกิดประโยชน์สูงสุด”

จากความหมายดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การคิดเชิงบูรณาการ หมายถึง ความสามารถในการเชื่อมโยงหน่วยย่อยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ให้เข้ากับเรื่องที่เป็นแกนหลักเพื่อความสมบูรณ์และมีเอกภาพ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3. การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2550) ได้กล่าวถึงการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ ว่ามีแนวคิดจากชีวิตจริงของมนุษย์เป็นชีวิตที่บูรณาการ มิใช่ชีวิตแยกส่วน ในขณะที่การจัดการศึกษาทุกวันนี้ เป็นแบบแยกส่วน (fragmentation) การจัดการเรียนรู้แยกเป็นรายวิชา และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างวิชา ส่งผลให้ผู้เรียนต้องจดจำเนื้อหา หรือเรียนรู้ทักษะต่างๆ แยกออกจากกัน ไม่สามารถเชื่อมโยงสิ่งที่เรียนรู้ในวิชาต่างๆ ได้ ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องใช้การเรียนรู้แบบบูรณาการ ที่ครอบคลุมความรู้ ความคิด ทักษะ และประสบการณ์ที่มีความหมายอย่างหลากหลาย และสัมพันธ์กันเป็นองค์รวม เกิดการรู้

แจ้ง รู้จริง สอดคล้องกับความเป็นจริงของชีวิตและสนองการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ. 2552-2561)

ทั้งนี้ การเรียนการสอนแบบบูรณาการ สามารถจัดการได้ใน 2 ลักษณะดังนี้

1.**บูรณาการภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้** เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงมาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด และสาระการเรียนรู้ในกลุ่มสาระการเรียนรู้นั้นๆ เข้าด้วยกัน เพื่อมุ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่องราว ประเด็น ปัญหา หัวข้อ หรือประสบการณ์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งผู้สอนสามารถจัดการเรียนรู้ในกลุ่มสาระการเรียนรู้นั้นๆ โดยไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่นๆ

2. **บูรณาการระหว่างกลุ่มสาระการเรียนรู้** เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงมาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด และสาระการเรียนรู้ตั้งแต่สองกลุ่มสาระการเรียนรู้ขึ้นไปเข้าด้วยกัน เพื่อมุ่งศึกษาเรื่องราว ประเด็น ปัญหา หัวข้อ หรือประสบการณ์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ในเรื่องนั้นๆ อย่างเข้าใจลึกซึ้ง รู้แจ้ง และรู้จริง สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ทั้งนี้วิธีการบูรณาการสามารถทำได้ดังนี้

2.1 **การบูรณาการแบบแบบสอดแทรก** (infusion instruction) เป็นการจัดการเรียนรู้ในลักษณะที่ผู้สอนในกลุ่มสาระใดสาระหนึ่ง สอดแทรกกลุ่มสาระอื่นๆ ในการจัดการเรียนรู้ของตน

2.2 **การบูรณาการแบบคู่ขนาน** (parallel instruction) เป็นการจัดการเรียนรู้โดยผู้สอนตั้งแต่สองคนขึ้นไป ร่วมวางแผนการเรียนรู้ร่วมกัน โดยมุ่งจัดการเรียนรู้ในหัวเรื่อง ประเด็นปัญหา เรื่องราวเดียวกัน แต่ต่างกลุ่มสาระการเรียนรู้ และต่างคนต่างจัดการเรียนรู้ของตนเอง

2.3. **การบูรณาการแบบพหุวิทยาการ** (multidisciplinary instruction) เป็นการจัดการเรียนรู้แบบคู่ขนาน แต่มีการมอบหมายภาระงาน/ชิ้นงาน หรือโครงงานร่วมกัน

2.4. **การบูรณาการข้ามกลุ่มสาระ หรือการจัดการเรียนรู้เป็นคณะ** (trans disciplinary instruction) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ผู้สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่างๆ ร่วมกันสอนเป็นคณะหรือทีม มีการวางแผนปรึกษาหารือร่วมกัน โดยกำหนดหัวเรื่อง ความคิดรวบยอดหรือปัญหาร่วมกัน แล้วร่วมจัดการเรียนรู้ มีผู้เรียนเป็นกลุ่มเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม ข้อควรคำนึงถึงในการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการบูรณาการ มีดังนี้ (สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ, 2553)

1. เน้นจัดการเรียนรู้แบบมุ่งผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้อย่างกระตือรือร้น

2. เน้นส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ร่วมทำงานกลุ่มด้วยตนเอง โดยการส่งเสริมให้มีกิจกรรมกลุ่มลักษณะต่างๆ หลากหลายในการเรียนรู้ ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีโอกาสลงมือทำกิจกรรมต่างๆ อย่างแท้จริงด้วยตนเอง

3. เน้นจัดประสบการณ์ตรงให้แก่ผู้เรียน โดยให้ผู้เรียนมีโอกาสได้เรียนรู้จากสิ่งที่เป็นรูปธรรม เข้าใจง่าย ตรงกับความเป็นจริง สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันอย่างได้ผล และส่งเสริมให้มีโอกาสได้ปฏิบัติจริงจนเกิดความสามารถและทักษะที่ติดเป็นนิสัย

4. เน้นบรรยากาศในชั้นเรียนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกกล้าคิด กล้าทำ โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีโอกาสที่จะแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดของตนเองต่อสาธารณชนหรือเพื่อนร่วมชั้นเรียน ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้เกิดกับผู้เรียน

5. เน้นปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยม และจริยธรรมที่ถูกต้องดีงาม ให้ผู้เรียนสามารถจำแนกแยกแยะความถูกต้องดีงามและความเหมาะสมได้ สามรถขจัดความขัดแย้งได้ด้วยเหตุผล มีความกล้าหาญทางจริยธรรมและสามารถแก้ไขปัญหาด้วยปัญญาและสามัคคี

สำหรับกระบวนการในการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ ทิศนา แขมมณี (2554) ได้สังเคราะห์งานวิจัยของสถานศึกษาจำนวน 11 แห่งที่ใช้การบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะการคิด พบว่ามีดังนี้

1. ผู้สอนเลือกเนื้อหาที่จะจัดกิจกรรมบูรณาการ

2. ผู้สอนเลือกลักษณะของการบูรณาการว่าจะจัดกิจกรรมการเรียนการสอนคนเดียว หรือจะจัดกิจกรรมบูรณาการร่วมกับผู้อื่น

3. วางแผนและจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้

4. จัดการเรียนรู้ตามแผนที่กำหนดรวมถึงประเมินผล

สำหรับงานวิจัยนี้ การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ ได้จัดทำในลักษณะใช้ผู้สอนเพียงคนเดียว โดยบูรณาการภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้รายวิชา การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ผู้วิจัยได้มอบหมายให้นักศึกษาออกแบบและจัดทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ อย่างน้อย 5 เครื่องมือ ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในลักษณะดังกล่าว ตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดการบูรณาการ 5 ประการที่เน้นจัดการเรียนรู้แบบมุ่งผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ร่วมทำงานกลุ่มด้วยตนเอง เน้นจัดประสบการณ์ตรงให้แก่ผู้เรียนเน้นบรรยากาศในชั้นเรียนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกกล้าคิด กล้าทำและเน้นปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยม และจริยธรรมที่ถูกต้องดีงาม

3. การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) จัดเป็นแนวคิดที่สำคัญที่หลายๆ องค์กรเริ่มนำมาใช้อย่างแพร่หลายในช่วงทศวรรษที่

ผ่านมา ทั้งนี้คำว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communications) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

American Association of Advertising Agencies (อ้างถึงใน Kotler, 2009) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เป็นแนวคิดของการวางแผนการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ที่ครอบคลุมการใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อการสื่อสารที่มีความต่อเนื่อง ชัดเจน และสอดคล้องกัน อันนำมาซึ่งผลกระทบการสื่อสารที่สูงที่สุด”

Duncan (2005) ได้กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เป็นกระบวนการของการรวมการสื่อสารที่หลากหลายไว้ร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดพลังในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และทำให้เป้าหมายของการสื่อสารประสบผลสำเร็จ”

Shimp (2010) ได้ให้นิยามไว้ว่า “การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเป็นกระบวนการของการพัฒนาและการใช้รูปแบบต่างๆ ของโปรแกรมการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค”

วารินยา ลีลายุวัฒน์ (2550) ได้กล่าวสรุปไว้ว่า “การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานจัดเป็นกระบวนการพัฒนาเครื่องมือในการสื่อสารตราสินค้าไปสู่ผู้บริโภค เพื่อสร้างคุณค่าให้กับตราสินค้า”

จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เป็นกระบวนการวางแผนและใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่หลากหลายรูปแบบผสมผสานกัน และสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างคุณค่าในตราสินค้า และวัตถุประสงค์ขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ”

ลักษณะสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

จากความหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานหรือที่เรียกว่า IMC นั้น มีคุณลักษณะที่สำคัญๆ ดังนี้ (อัปสร อีซอ, 2556)

1. IMC **เน้นใช้เครื่องมือการสื่อสารหลากหลายรูปแบบร่วมกัน**

การบรรลุซึ่งเป้าหมายของการสื่อสารใดๆ ก็ตาม ไม่สามารถใช้เครื่องมือใดเครื่องมือหนึ่งตามลำพังได้ จำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือการสื่อสารหลากหลายรูปแบบร่วมกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่สามารถนำมาใช้ผสมผสานกัน ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง การตลาดเชิงกิจกรรม การบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ

2. **เครื่องมือที่ใช้ใน IMC จำเป็นต้องสื่อสารสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน**

เครื่องมือสื่อสารที่นำมาใช้หลากหลายรูปแบบ จำเป็นที่จะต้องใช้สื่อสารไปใน

ทิศทางเดียวกัน (one voice) เพื่อให้การสื่อสารทางการตลาดนั้นมีพลัง อันจะช่วยให้บรรลุเป้าหมายทางการสื่อสารในที่สุด

3. IMC เน้นวัตถุประสงค์เพื่อสร้างคุณค่าในตราสินค้า รวมถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ

IMC เป็นการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นถึงคุณค่าในตราสินค้า (brand equity) อันจะส่งผลต่อการสนับสนุนสินค้าในที่สุด นอกเหนือจากนี้แล้ว IMC ต้องสามารถช่วยให้วัตถุประสงค์ขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ เช่น การสร้างการรับรู้ สร้างทัศนคติต่อตราสินค้า กระตุ้นให้เกิดการทดลองซื้อ ทดลองใช้ ให้มีการติดต่อกลับ ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่กำหนด ฯลฯ

เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนด จำเป็นต้องใช้เครื่องมือสื่อสารหลากหลายๆ รูปแบบร่วมกัน ซึ่งเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน มีดังนี้ (Duncan, 2005)

- การโฆษณา
- การประชาสัมพันธ์
- การส่งเสริมการขาย
- การใช้พนักงานขาย
- การตลาดเชิงกิจกรรม
- การอบรมสัมมนา
- การจัดประกวดแข่งขัน
- การตลาดทางตรง
- การจัดแสดงสินค้า
- การสาธิตสินค้า
- การบรรจุภัณฑ์
- การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์
- การใช้สื่อหรือสัญลักษณ์ต่างๆ
- การจัดนิทรรศการ
- ฯลฯ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลฯ

การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ในมิติของการสื่อสารการตลาดในที่นี้ จำแนกแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ อันได้แก่ การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย และการสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์อื่น ทั้งนี้แต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้ (อัปสร อีซอ, 2556)

1. การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย นักการตลาดสามารถวางแผนออกแบบแนวคิดการสื่อสารผ่านองค์ประกอบตัวผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1.1 การสื่อสารด้วยตัวผลิตภัณฑ์

เป็นการสื่อสารผ่านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์โดยตรง อันได้แก่ คุณภาพหรือคุณสมบัติ รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบอื่น เช่น สี กลิ่น รสชาติ เสียง การสัมผัส ฯลฯ ซึ่งนักการตลาดต้องออกแบบให้สัมพันธ์เชื่อมโยงเสริมศักยภาพซึ่งกันและกัน ภายใต้แนวคิดสื่อสารที่กำหนด ตัวอย่างธุรกิจไอศกรีม ตรา Icedea ที่มีแนวคิดการสื่อสารไอศกรีมที่สร้างสรรค์ (icecream+idea=Icedea) แปลกใหม่ ผ่านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์หลายๆ ส่วน ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจไอศกรีม ตรา Icedea

ที่มา (ไลท์, 2555)

จากภาพที่ 2.1 ธุรกิจไอศกรีม ตรา Icedea ใช้วิธีการสื่อสารตอบโจทย์ไอศกรีมที่สร้างสรรค์ผ่านองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ดังนี้

-รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจสร้างสรรค์ไอศกรีมเป็นรูปข้าวต้มมัด ที่เขี่ยบุหรี่ สนามหญ้า ลูกฟุตบอล ซูชิ หนังสือ ฯลฯ

-สีผลิตภัณฑ์ ธุรกิจสร้างสรรค์สีไอศกรีมที่แปลกไปจากการรับรู้เดิมของลูกค้า เช่น ทำไอศกรีมเป็นรูปเชอรี่สีแดง แต่ที่จริงเป็นไอศกรีมรสช็อคโกแลต

-รสชาติ ธุรกิจสร้างสรรค์ไอศกรีมรสชาติใหม่ที่แปลกไปจากเดิม เช่นไอศกรีมรสวาซาบิ ไอศกรีมรสต้มยำ ฯลฯ

จะเห็นได้ว่าธุรกิจ Icedea มีการสื่อสารผ่านองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนรูปลักษณ์ สี และรสชาติผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้ารับรู้ได้อย่างชัดเจนถึงแนวคิดการสื่อสารที่เน้นสร้างสรรค์ไอศกรีมให้แปลกใหม่แตกต่างจากคู่แข่งขันธุรกิจไอศกรีมโดยทั่วไป

1.2 การสื่อสารด้วยตราสินค้า

นักการตลาดสามารถดำเนินการสื่อสารตราสินค้าให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งขัน ภายใต้แนวคิดการสื่อสารที่กำหนด ผ่านองค์ประกอบตราสินค้าดังนี้ (ปรับปรุงจากนธกฤต วันต๊ะเมล์, 2555)

1.2.1 ชื่อตราสินค้า (brand name) การตั้งชื่อตราสินค้าที่มีความหมาย สัมพันธ์กับการดำเนินงานของธุรกิจ หรือสัมพันธ์กับผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ สามารถนำมาใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เช่น ชื่อตรา Quikcash ที่สอดคล้องกับแนวคิดทางการสื่อสารที่อนุมัติเงินสดรวดเร็ว หรือ car for cash ที่แนวคิดทางการสื่อสารเป็นสินเชื่อรถยนต์ ฯลฯ

1.2.2 สโลแกน (slogan) จัดเป็นองค์ประกอบหนึ่งของตราสินค้าที่สามารถสร้างการรับรู้และการจดจำแก่ลูกค้า รวมถึงสามารถบ่งบอกถึงความแตกต่างระหว่างตราสินค้าของธุรกิจกับคู่แข่งขัน หลักในการกำหนดคำขวัญหรือสโลแกนควรสั้น กระชับ จดจำง่าย สามารถสื่อความหมายในเชิงบวก อีกทั้งแตกต่างจากคู่แข่งขัน

1.2.3 โลโก้ (logo) โลโก้หรือสัญลักษณ์ของตราสินค้าจัดว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้รวมถึงสร้างคุณค่าในตราสินค้า ด้วยเหตุนี้โลโก้ที่ดีจึงควรสัมพันธ์หรือเชื่อมโยงกับตราสินค้า เพื่อให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย

1.2.4 สีของตราสินค้า (color of brand) อันเนื่องจากสีมีผลต่อความรู้สึก ดังนั้นการเลือกสีที่ใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์หรือตราสินค้า จึงควรสอดคล้องสัมพันธ์กับตำแหน่งครองใจของตราสินค้า เช่น สีเหลืองให้ความรู้สึกสนุกสนาน สีแดงแสดงถึงความมีพลัง สีดำให้ความรู้สึกลึกลับน่าค้นหา สีฟ้าให้ความรู้สึกสงบผ่อนคลาย ฯลฯ

ตัวอย่างการสื่อสารด้วยตราสินค้าของธุรกิจการบินไทย ดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2 การสื่อสารด้วยตราสินค้าของธุรกิจการบินไทย
ที่มา (แนท ธาราพงษ์, 2555)

-ชื่อตราสินค้า : การบินไทย
-สโลแกน : การบินไทย รักคุณเท่าฟ้า
ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นธุรกิจสายการบินที่ต้องอยู่บนฟ้า
และความรักมากมายที่มีต่อลูกค้า
-โลโก้ : รูปเจ้าจำปี
ซึ่งได้รับแรงบนดาลใจจากใบเสมาที่เห็นได้ทั่วไปในไทย
-สี : สีทองคือสีของวัดวาอารามในประเทศไทย
สีม่วงคือสีของกล้วยไม้ซึ่งเป็นสีของการบินไทย
สีชมพูคือสีของผ้าไหมและดอกบัว

1.3 การสื่อสารด้วยบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (packaging and label) หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับหีบห่อหรือภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อการปกป้องสินค้า การสื่อสาร สร้างความสะดวกในการใช้งาน ตลอดจนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า บรรจุภัณฑ์นอกจากมีหน้าที่หลักในการปกป้องและขนส่งสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์แล้ว บรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารการตลาดในการแนะนำให้ข้อมูล รวมถึงกระตุ้นจูงใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อ โดยบรรจุภัณฑ์จัดเป็นหนึ่งในห้าของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2551) ซึ่งบทบาทของบรรจุภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการตลาดดังกล่าว เกิดขึ้นจากการขยายตัวของร้านค้าสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต รวมถึงการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่เน้นแนวคิดพื้นฐานของการให้บริการตนเอง ซึ่งร้านค้าเหล่านี้ จะมีผลิตภัณฑ์ประมาณ 15,000-17,000 รายการ ได้มีการศึกษาและพบว่าลูกค้าจะใช้เวลามองผ่านผลิตภัณฑ์ที่วางบนชั้นวางเฉลี่ย 300 ชนิด ในเวลา 1 นาที และ ร้อยละ 53 ของลูกค้ามักตัดสินใจซื้อทันที (Kotler and Armstrong, 2011) สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าลูกค้ามักพิจารณาบรรจุภัณฑ์สำหรับการตัดสินใจซื้อสินค้า ณ จุดขาย (Wells, Farley and Armstrong, 2007) บรรจุภัณฑ์ที่ดีจึงต้องสามารถสื่อสารและส่งเสริมลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อให้ได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว

บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อความหมายถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับตราสินค้า โดยอาศัยองค์ประกอบต่างๆ เช่น สี การออกแบบ รูปร่าง ขนาด วัสดุที่ใช้ ฉลาก ฯลฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ปรับปรุงจากดารา ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล, 2553)

1.3.1 **สี** (color) สีของบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลสำคัญด้านอารมณ์ต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า นักการตลาดจึงควรให้ความสนใจเลือกใช้สีบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม เช่น สีขาวสื่อถึงความสะอาดบริสุทธิ์ สีชมพูสื่อถึงความรัก ความอ่อนหวาน สีเขียวสื่อถึงความเป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ยาสีฟันดอกบัวคู่สูตรดั้งเดิมที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวเพื่อสื่อถึงสมุนไพรธรรมชาติ และใช้บรรจุภัณฑ์สีฟ้าสูตรเฟรชแอนด์คูลเพื่อสื่อถึงความรู้สึกเย็นซ่า

1.3.2 **รูปร่าง** (shape) รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการวางแผนออกแบบอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถส่งเสริมสนับสนุนแนวคิดหลักทางการสื่อสารของธุรกิจได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่มีฝาดึงเปิดกระป๋อง หรือบรรจุภัณฑ์ลักษณะขวดคว่ำ สามารถสะท้อนแนวคิดความสะดวกรวดเร็ว หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีช่วงกลางคอด สามารถบ่งบอกถึงแคลอรี่ต่ำ ฯลฯ

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ Pearl Royal ที่บรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบเป็นขวดพลาสติกรูปมะพร้าวเพื่อสื่อสารความเป็นน้ำมะพร้าว 100% (ดังภาพที่ 2.3) ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์ดังกล่าวได้รับรางวัล Design Excellence Award ในฐานะออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ยอดเยี่ยม ทำให้สามารถจำหน่ายได้ถึงขวดละ 49 บาท

ภาพที่ 2.3 การสื่อสารด้วยรูปร่างบรรจุภัณฑ์
ของผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าว Pearl Royal
ที่มา (บรรจุภัณฑ์, 2553)

1.3.3 **ขนาด** (size) ขนาดผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สามารถสะท้อนถึงแนวคิดทางการสื่อสาร เช่น โลชั่นบรรจุในขวดขนาดใหญ่ เพื่อสื่อสารเหมาะสำหรับครอบครัวใหญ่ แตกต่างจากโลชั่นบรรจุในซอง ที่ต้องการสื่อสารถึงความสะดวกในการพกพา รวมถึงราคาประหยัด ฯลฯ

1.3.4 **วัสดุบรรจุภัณฑ์** (material) การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับแนวคิดที่ต้องการสื่อสาร ช่วยนำมาซึ่งยอดขายและกำไรที่เพิ่มขึ้น เช่น วัสดุบรรจุ

ภัณฑ์ที่ทำด้วยโลหะ สะท้อนความรู้สึกถึงความแข็งแกร่งทนทาน ในขณะที่บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยพลาสติก สะท้อนถึงความรู้สึกเบา ราคาไม่แพง ส่วนวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นรูปชะลอมสานจากไม้ไผ่ ให้ความรู้สึกผลิตภัณฑ์เป็นของฝาก ฯลฯ

ตัวอย่างน้ำดื่ม ตรา น้ำทิพย์ ที่บรรจุภัณฑ์เน้นแนวคิดสื่อสารเพื่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้คอนเซ็ป"น้ำทิพย์ คิดมาเพื่อโลก โดยการผลิตขวดให้บางกว่า ลดการใช้พลาสติก ลดพื้นที่ขยะเมื่อบิด ดังภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4 การสื่อสารด้วยบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของน้ำดื่ม ตรา น้ำทิพย์
ที่มา (บรรจุภัณฑ์, 2553)

2. การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์อื่น

จัดเป็นการพัฒนาเครื่องมือการสื่อสารการตลาดยุคใหม่ (nontraditional media) ที่ไร้ขีดจำกัด โดยไม่จำเป็นต้องใช้สื่อ (non-media) ซึ่งผลิตภัณฑ์อื่นที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย นักการตลาดสามารถออกแบบประยุกต์ใช้เพื่อเชื่อมโยงเสริมแนวคิดการสื่อสารการตลาดให้มีความชัดเจน ก่อให้เกิดพลังในการสื่อสาร รวมถึงส่งเสริมคุณค่าในตราสินค้า ทั้งนี้การสื่อสารรูปแบบนี้ ธุรกิจสามารถนำผลิตภัณฑ์อื่นมาใช้ร่วมกันได้หลากหลายโดยไม่จำกัดรูปแบบ บนพื้นฐานของการสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสาร รวมถึงคำนึงถึงความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และงบประมาณของธุรกิจ ดังตัวอย่างภาพที่ 2.5

ภาพที่ 2.5 การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์อื่นของธุรกิจ STARBUCKS
ที่มา (โคนา, 2554)

ภาพที่ 2.5 การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์อื่นของธุรกิจ STARBUCKS เพื่อเสริมแนวคิดทางการสื่อสารสื่อถึงความเป็นร้านกาแฟที่เป็นสถานที่สามสำหรับผู้บริโภค (นอกเหนือจากที่บ้านและที่ทำงาน) โดยธุรกิจมีการสื่อสารผ่านสื่อแก้วกาแฟ พวงกุญแจ ที่คั่นหนังสือ ฯลฯ (วารินยา ลีลายุวัฒน์, 2550)

จากความรู้ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน เน้นการดำเนินงานแบบองค์รวม มีการบูรณาการเครื่องมือสื่อสารหลากหลายรูปแบบนำไปใช้ร่วมกันสอดคล้องในแนวทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดพลังในการสื่อสารโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนด สำหรับงานวิจัยนี้ ได้ต่อยอดงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา ซึ่งได้บูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน 5 เครื่องมือ อันได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม การอบรม และการใช้สื่อสัญลักษณ์ต่างๆ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่า ผู้สูงอายุยังมีแง่คิดและประสบการณ์ที่น่าสนใจ ที่เยาวชนคนรุ่นใหม่น่าจะนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต จึงได้ต่อยอดงานวิจัยสู่งานวิจัยเรื่องนี้ โดยมอบหมายให้นักศึกษาออกแบบและจัดทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ อย่างน้อย 5 เครื่องมือ ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการในระดับอุดมศึกษา ทั้งของไทยและต่างประเทศ มีดังนี้

นภวรรณ กองศรีมา, สรเดช ครุฑจ้อน และกันต์พงษ์ วรรัตน์ปัญญา (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอลเพื่อพัฒนาทักษะการคิด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแบบที่เหมาะสมและประสิทธิภาพของการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอลเพื่อพัฒนาทักษะการคิด ทั้งนี้วิธีดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสังเคราะห์ 2) การออกแบบ 3) การพัฒนา 4) การทดลองใช้ และ 5) การประเมินผล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม แบบทดสอบ และระบบการเรียนการสอนที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน และกลุ่มผู้เรียนที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 โปรแกรมวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จำนวน 64 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ตัวแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอล เป็นตัวแบบการเรียนการสอนซึ่งบูรณาการวิธีการจัดการเรียนรู้แบบ

ร่วมมือ 3 วิธี ได้แก่ ปริศนาความคิด การแบ่งกลุ่มสัมฤทธิ์ และการเรียนรู้ร่วมกัน โดยมีขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นเตรียม ขั้นการเรียนรู้ ขั้นกำกับดูแลการเรียนรู้ และขั้นการประเมินผล จุดเด่นของตัวแบบ คือ สามารถใช้ในการพัฒนาทักษะการคิดของผู้เรียน ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยผ่านกระบวนการกลุ่ม ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดทักษะทางสังคมและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ 2) ระบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอลผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก 3) ระบบการเรียนการสอนด้วยตัวแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอลมีประสิทธิภาพ โดยมีค่า E1/E2 เท่ากับ 82.81/81.55 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ที่ 80/80 4) การเปรียบเทียบผลการเรียนของผู้เรียนที่เรียนด้วยการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอลก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่ามีผลการเรียนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 5) ทักษะการคิดของผู้เรียนที่เรียนด้วยระบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอลมีคุณภาพอยู่ในระดับดี และ 6) ความพึงพอใจของผู้เรียนที่เรียนด้วยระบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอลอยู่ในระดับมาก การวิจัยครั้งนี้สรุปว่าตัวแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอลเพื่อพัฒนาทักษะการคิด เป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนได้

ทรงวุฒิ ฉิมจินดา และ ณัฐพล โชติศรีศุภรัตน์ (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลสัมฤทธิ์การบูรณาการเทคโนโลยีบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์สำหรับนิสิตชั้นปีหนึ่งระดับปริญญาตรี วัตถุประสงค์วิจัยเพื่อศึกษาประสิทธิภาพการใช้บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ที่บูรณาการกับการสอนวิชาฟิสิกส์พื้นฐาน 2 ในชั้นเรียนปกติ ทั้งนี้บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย เอกสารคำสอน ไฟล์การนำเสนอในชั้นเรียน การจำลองเหตุการณ์ทางฟิสิกส์ กระดานเสวนาถามตอบ และวีดีทัศน์การสอน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือนิสิตชั้นปี 1 คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ลงทะเบียนในรายวิชา ฟิสิกส์พื้นฐาน 2 ของภาคเรียนที่ 2/2553 จำนวน 526 คน ผลการวิจัยพบว่า บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ที่บูรณาการช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนิสิตที่ใช้แบบเรียนอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ นิสิตกลุ่มที่ใช้บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับการประเมินมากกว่าเกรด C ขึ้นไป มีจำนวน 25.8% ในขณะที่นิสิตกลุ่มที่ไม่ใช้บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับการประเมินมากกว่าเกรด C ขึ้นไป เพียง 14.1%

วิศณี ไชยรักษ์ และนดา ผลารักษ์ (2554). ศึกษาวิจัยเรื่อง “ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง Style โดยใช้วิธีการสอนแบบการคิดเชิงบูรณาการ” วัตถุประสงค์วิจัยเพื่อศึกษารูปแบบและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง style โดยใช้วิธีการสอนแบบการคิดเชิงบูรณาการ รวมถึงความพึงพอใจของนักศึกษาที่เกิดขึ้น ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 จำนวน 24 คน สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เครื่องมือที่ใช้ใน

การวิจัย ได้แก่ รูปแบบการสอนแบบการคิดเชิงบูรณาการ (Interactive thinking) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทาง การเรียนและแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยล่ะ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที ผลการวิจัยพบว่า 1. รูปแบบการคิดเชิงบูรณาการเรื่อง Style ดำเนินการสอนตามรูปแบบ 6 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 ขั้นนำเข้าสู่ปัญหา ขั้นศึกษาข้อมูล ขั้นระดมความคิด ขั้นวิเคราะห์ ขั้นสรุป และขั้นนำข้อมูลที่ได้มาเขียนทัศนียภาพตามรูแบบ style 2). ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง style โดยใช้วิธีการสอนแบบการคิดเชิงบูรณาการ ก่อนและหลังเรียนโดยทดสอบค่าที เท่ากับ -19.803 มีความแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 3). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการสอน เรื่อง style โดยใช้วิธีการสอนแบบการคิดเชิงบูรณาการ นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.24 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72

ทิพย์วัลย์ อภิวัฒนนันท์ (2553) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาผู้เรียนด้วยกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการในรายวิชาจิตวิทยาทั่วไป มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะเป็นการวิจัยแบบพัฒนาและใช้กิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน 2) พัฒนาทักษะกระบวนการคิดของผู้เรียน และ 3) ศึกษาความตระหนักรู้ของผู้เรียนจากการนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเอง ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายได้แก่ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาจิตวิทยาทั่วไป กลุ่มเรียนที่ 2 จำนวน 67 คน ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยมาจาก 3 ภาคส่วน ได้แก่ ผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการซึ่งเป็นผู้สอนวิชาศึกษาทั่วไปจาก 5 สถาบันภายใต้โครงการเครือข่ายบัณฑิตอุดมคติไทย วิธีดำเนินการวิจัยใช้หลักการของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ การวางแผนปฏิบัติการ สังเกตการณ์ และสะท้อนผลการปฏิบัติ เครื่องมือการวิจัยได้แก่ แผนการจัดกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการในเนื้อหาการพัฒนาบุคลิกภาพ ใบงานการวิเคราะห์บุคลิกภาพตนเองด้วยแผนภูมิมโนทัศน์ใบงานกรณีศึกษา โครงงานศึกษาบุคคลต้นแบบ แบบประเมินโครงงาน แบบประเมินตนเอง ภาพถ่ายบันทึกข้อวิจารณ์ และแบบทดสอบกลางภาค

ผลการวิจัยพบว่า จากวงจรที่ 1 ผลการพัฒนาแผนการจัดกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการ ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถเขียนแผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการซึ่งประกอบด้วย วิธีสอนที่หลากหลาย กิจกรรมที่บูรณาการความรู้ในเนื้อหาและทักษะชีวิต และเครื่องมือประเมินผลการเรียนรู้ชนิดต่างๆ ได้ ผ่านเกณฑ์จากการประเมินของวิทยากรประจำกลุ่ม วงจรที่ 2 ผลการใช้แผนการจัดกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการ พบว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่มีคะแนนผ่านเกณฑ์การรอบรู้เชิงปริมาณของคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 70 ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 2) ทักษะกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบและการคิดวิเคราะห์ และ 3) ด้านความตระหนักรู้ ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพโดยสรุปพบว่า กิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการส่งเสริมผู้เรียนได้ดีในการพัฒนาผู้เรียนด้านทักษะชีวิต เช่น ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะ

กระบวนการคิดที่หลากหลาย สรุปแนวทางแก้ไขปัญหาได้อย่างมีเหตุผล สามารถปรับเจตคติในการทำงานเป็นทีม และสร้างความตระหนักรู้โดยการเขียนพันธะสัญญาของตนเองที่จะปฏิบัติตัวตามอย่างบุคคลต้นแบบที่ตนได้ไปสัมภาษณ์อย่างสมเหตุสมผลตามศักยภาพของตน

วัชรินทร์ ฐิติอดิศัย. (2550). การพัฒนาหลักสูตรกลุ่มภูมิปัญญาไทยด้านศิลปะระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา โดยใช้การเรียนรู้เชิงบูรณาการ วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา พัฒนาและทดลองใช้หลักสูตรรายวิชาภูมิปัญญาไทยด้านศิลปะ หลักสูตรกลุ่มวิชาที่พัฒนาขึ้นนี้ มุ่งเน้นเรื่องการใช้แหล่งการเรียนรู้ทางศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทยที่มีความหลากหลาย โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้เชิงบูรณาการ 4 รูปแบบ ได้แก่ แบบ Nested, Sequenced, Webbed และ Immersed และการเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางให้รู้จักวิธีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง การเชื่อมโยงความรู้และการสร้างองค์ความรู้รวม ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. การศึกษารายวิชาภูมิปัญญาไทยด้านศิลปะ พบว่าเป็นหลักสูตรเปิดใหม่ของคณะครุศาสตร์/ ศึกษาศาสตร์ ในหลักสูตร 5 ปี มีการเปิดเป็นรายวิชา 3 แห่ง และหลักสูตรกลุ่มวิชา 1 แห่ง โดยส่วนใหญ่จะเปิดเป็นรายวิชาบังคับและรายวิชาเลือกเพียง 1-2 วิชาเท่านั้น

2. การพัฒนาและทดลองใช้หลักสูตร ได้หลักสูตรกลุ่มวิชาที่ประกอบด้วยหลักการและเหตุผล โครงสร้างหลักสูตร เป็นรายวิชาบังคับ 4 หน่วยกิต และรายวิชาเลือก 6 หน่วยกิต การทดลองใช้หลักสูตรเป็นกรณีศึกษา 1 รายวิชา กับนิสิตสาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเมินผลโดยใช้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติทดสอบที (t-test) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. ผลการทดลองใช้หลักสูตร พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนความสามารถในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองจากแหล่งการเรียนรู้เชิงบูรณาการ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนสูงกว่าก่อนการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เจตคติของผู้เรียนเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยด้านศิลปะอยู่ในระดับมากที่สุดถึงมาก ความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรรายวิชาทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ความคิดเห็นที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยตนเองอยู่ในระดับมากและระดับปานกลางเท่ากัน และความคิดเห็นที่มีต่อการเรียนรู้แบบบูรณาการของผู้เรียนอยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่

4. การประชุมผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินหลักสูตร พบว่าเป็นหลักสูตรที่ดี มีประโยชน์ มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้ และควรพัฒนาให้เป็นหลักสูตรระดับภาควิชา การจัดการเรียนการสอน ควรใช้รูปแบบบูรณาการทั้ง 4 รูปแบบในทุกรายวิชา การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรได้หลักสูตรกลุ่มวิชาภูมิปัญญาไทยด้านศิลปะที่ประกอบด้วยรายวิชาบังคับ 2 วิชา (4 หน่วยกิต) ได้แก่ วิชาภูมิปัญญาไทยด้านศิลปะ และศิลปะพื้นบ้าน ส่วนรายวิชาเลือก 3 วิชา (6 หน่วยกิต) จากรายวิชาเลือก 5 วิชา ประกอบด้วยวิชาภูมิปัญญาไทยในศิลปะท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทยกับการออกแบบร่วมสมัย และการศึกษารายบุคคลเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทย 1, 2 และ 3

Barber (2009) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบูรณาการการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ผ่านการเชื่อมโยงการประยุกต์และการสังเคราะห์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบของการบูรณาการการเรียนรู้ที่ต้องอาศัยทักษะการประยุกต์และการสังเคราะห์ ซึ่งศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 1 จำนวน 194 คน โดยศึกษาสองระยะ คือปีที่1 และปีที่ 2 โดยศึกษาการบูรณาการการเรียนรู้จากผลงานและการถ่ายทอดการเรียนรู้ของนักศึกษา ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีพัฒนาการของการบูรณาการ ทั้งการเชื่อมโยง การประยุกต์ และการสังเคราะห์ ผ่านผลงานที่เป็นที่ประจักษ์ โดยนักศึกษาที่มีการทำผลงานมาก จะมีทักษะการเชื่อมโยง การประยุกต์ และการสังเคราะห์มากกว่านักศึกษาที่มีการทำผลงานน้อยอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยเหตุนี้จึงมีข้อเสนอแนะให้มีการจัดทำผลงาน เพื่อส่งเสริมเชื่อมโยงการบูรณาการการประยุกต์และการสังเคราะห์

Miraglia and Smilan (2009) ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการเรียนรู้ภูมิทัศน์แบบบูรณาการ โดยมีวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่มุ่งใช้หลักการทางศิลปะอธิบายรูปแบบการเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิทัศน์และระบบนิเวศน์ ซึ่งศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 45 คน ผลการศึกษาพบว่า การทำงานศิลปะจากวัสดุธรรมชาติที่แวดล้อม มีความเชื่อมโยงในหลากหลายสหวิชา ผ่านมุมมองที่หลากหลาย รูปแบบการเรียนรู้จึงมีพลวัตเปลี่ยนแปลงจากในห้องเรียนเป็นนอกห้องเรียน ผ่านแหล่งเรียนรู้ธรรมชาติที่ล้อมรอบใกล้ตัว ส่งผลให้การจัดการเรียนรู้ภูมิทัศน์และระบบนิเวศน์ มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

5. สรุปภาพทฤษฎีและแนวคิดการวิจัย

การคิดเชิงบูรณาการ จัดเป็นความสามารถในการเชื่อมโยงหน่วยย่อยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ให้เข้ากับเรื่องที่เป็นแกนหลักเพื่อความสมบูรณ์และมีเอกภาพ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับงานวิจัยนี้ การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ ได้จัดทำในลักษณะต่อยอดงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา ซึ่งได้บูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน 5 เครื่องมือ อันได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม การอบรม และการใช้สื่อสัญลักษณ์ต่างๆ โดยนักศึกษาต้องออกแบบพัฒนาเครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมอีกอย่างน้อย 5 เครื่องมือ ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ เพื่อให้บรรลุซึ่งเป้าหมายสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ ทั้งนี้การบูรณาการดังกล่าว เป็นการจัดบูรณาการภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้รายวิชา การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ผ่านการมอบหมายให้นักศึกษาออกแบบและจัดทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ โดยคำนึงถึงแนวคิดการบูรณาการ 5 ประการที่เน้นจัดการเรียนรู้แบบมุ่งผู้เรียนเป็น

สำคัญ เน้นส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ร่วมทำงานกลุ่มด้วยตนเอง เน้นจัดประสบการณ์ตรงให้แก่ผู้เรียน เน้นบรรยากาศในชั้นเรียนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกกล้าคิด กล้าทำ และเน้นปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยม และจริยธรรมที่ถูกต้องดีงาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ ลักษณะเป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research & Development) โดยอาศัยแผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ แบบประเมินผลการพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ และแบบสอบถามความพึงพอใจ เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา

กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาในที่นี้ ได้แก่นักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ในภาคเรียนที่ 1/2556 จำนวน 41 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด ประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ แบบประเมินผลการพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ และแบบสอบถามความพึงพอใจ ซึ่งแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

1. **แผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ** (integrative thinking learning plan)

แผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ ผู้สอนออกแบบและพัฒนาเพื่อมุ่งเน้นให้นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงความสามารถด้านการคิดเชิงบูรณาการ ซึ่งแผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

1.1 มาตรฐานการเรียนรู้

1.2 จุดประสงค์การเรียนรู้

1.3 กิจกรรมการเรียนรู้

1.4 เวลา/สถานที่

1.5 วิธีการประเมินผล

ทั้งนี้แผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการดังกล่าว ได้ต่อยอดงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา ซึ่งได้บูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน 5 เครื่องมือ อันได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม การอบรม และการใช้สื่อสัญลักษณ์ต่างๆ โดยนักศึกษาต้องออกแบบพัฒนาเครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ เพิ่มเติมอีกอย่างน้อย 5

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

เครื่องมือ เพื่อให้บรรลุซึ่งเป้าหมายสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ โดยเลือกหัวข้อสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุในประเด็นที่สนใจ

2. แบบประเมินผลการพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ (The development of the integrative thinking skill evaluation)

ซึ่งจำแนกเนื้อหารายการประเมินเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการคิดเชิงบูรณาการ 2) ด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ แต่ละด้านประกอบด้วยรายการประเมินย่อย 5 ข้อๆ ละ 2 คะแนน รวมคะแนนประเมินผลทั้งสิ้น 20 คะแนน ทั้งนี้นักศึกษาต้องได้คะแนนเฉลี่ยจากการประเมินผลงานไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 หรือ 14 คะแนน หากคะแนนที่ได้ต่ำกว่าเกณฑ์ประเมินดังกล่าว นักศึกษาต้องนำผลงานกลับไปพัฒนาใหม่ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์ประเมินขั้นต่ำที่กำหนด

3. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษา (Satisfaction's students questionnaires)

ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม โดยแบบสอบถามจำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม ซึ่งจำแนกความพึงพอใจเป็น 9 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การคิดบูรณาการ ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ ด้านรูปแบบการพัฒนา ด้านแนวคิดการสื่อสาร ด้านเครื่องมือสื่อสาร ด้านกลุ่มเป้าหมาย ด้านงบประมาณ ด้านสถานที่ รวมทั้งหมด 9 ข้อ ซึ่งเป็นข้อความที่มีลักษณะทางบวกทุกข้อ โดยเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแสดงความพึงพอใจแบ่งเป็น 5 ระดับ หรือมาตรส่วนประมาณค่า (rating scale) ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีพึงพอใจระดับมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีพึงพอใจระดับปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีพึงพอใจระดับน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน"สร้างสรรค์สังคม" ข้อมูลในส่วนนี้ ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ โดยศึกษาถึงข้อดี ข้อควรปรับปรุงของการพัฒนาในครั้งนี้ และข้อเสนอแนะสำหรับการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏ

พัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการครั้งต่อไป ลักษณะคำถามเป็นแบบแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น

วิธีการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยมีแผนการดำเนินการสร้างและทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาหนังสือ ตำรา เอกสาร งานวิจัย วารสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคิดเชิงบูรณาการ และการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

2. ออกแบบ สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3. นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ออกแบบเสร็จ ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนและวัดผล จำนวน 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 2 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาโดยจำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ดังนี้

3.1 แผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ (integrative thinking learning plan)

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ออกแบบ ให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ร่วมวิพากษ์ถึงประเด็นความสอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์การพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ ความเหมาะสม ความสามารถในการสื่อสาร และความเป็นไปได้ของการดำเนินงานตามแผน ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ ให้ผู้สอนประยุกต์เนื้อหาการบูรณาการ โดยเลือกใช้เฉพาะหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับงานที่มอบหมายให้ทำ เช่น แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ ส่วนหัวข้อใดที่ไม่เกี่ยวข้องหรือประยุกต์ใช้ได้ยาก ให้ตัดออก เช่น ชื่อตราสินค้า รูปร่าง ขนาด วัสดุ ฯลฯ ทั้งนี้ให้ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของผู้สอนเป็นหลัก

3.2 แบบประเมินผลการพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ (The development of the integrative thinking skill evaluation)

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ออกแบบ ให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ร่วมวิพากษ์ถึงประเด็นความสอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์การพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ ความเหมาะสม ความสามารถในการสื่อสาร และความเป็นไปได้ของการประเมินผลตามแผน ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ ได้เสนอแนะให้มีการรับฟังผลการประเมินผลจากนักศึกษา โดยให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มโหวตเลือกผลงานกลุ่มที่คิดว่ายอดเยี่ยม (ที่ไม่ใช่กลุ่มตนเอง) ซึ่งจะช่วยให้ผลการประเมินเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษา (Satisfaction's students questionnaires)

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ได้นำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน เพื่อขอรับคำแนะนำและให้คะแนนดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้น เหมาะสมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้น เหมาะสมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้น ไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

ถ้าค่าดัชนี IC (Index of item-objective congruence) ที่คำนวณได้มากกว่า .05 ข้อคำถามนั้นจะเลือกไว้ใช้ และถ้าค่าดัชนีต่ำกว่า .05 ข้อคำถามนั้นจะถูกตัดไปหรือนำไปแก้ไขปรับปรุงใหม่ ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.66-1.00 อยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ทุกข้อ

4. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือดังกล่าว ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน

5. นำผลการทดลองมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ .8374 ซึ่งจัดว่ามีคุณภาพ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลตลอดภาคเรียนที่ 1/2556 โดยประเมินผลการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการและศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม ซึ่งข้อมูลดังกล่าว เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาการตลาดในชั้นเรียนวิชา 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ณ ห้องเรียน 03-305 อีกทั้งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลนอกชั้นเรียน ณ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ซึ่งเป็นสถานที่ที่นักศึกษาแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ ในรูปการจัดนิทรรศการ “ยิ้มผู้สูงวัย”

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

-ผลที่ได้จากแผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ และแบบประเมินผลการพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณาเชิงเหตุผล

-ผลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษา จะถูกนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลอีกครั้ง ก่อนที่จะนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อทำการวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ โดยนำคะแนนที่ได้หาค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำไปประมวลผลโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายความว่า ผู้ตอบมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายความว่า ผู้ตอบมีความพึงพอใจระดับมาก
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายความว่า ผู้ตอบมีความพึงพอใจระดับ ปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายความว่า ผู้ตอบมีความพึงพอใจระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายความว่า ผู้ตอบมีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” สำหรับนักศึกษาการตลาด ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยเรียงตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม”

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” กับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม”

ซึ่งทั้งหมดมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม”

ผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” กำหนดเป็นแผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ โดยประกอบด้วย วิชา หัวข้อบูรณาการ มาตรฐานการเรียนรู้ จุดประสงค์การเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ เวลาและสถานที่ วิธีการประเมินผล ดังนี้

วิชา การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

หัวข้อบูรณาการ การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์

มาตรฐานการเรียนรู้ ทักษะทางปัญญา : การคิดเชิงบูรณาการ

จุดประสงค์การเรียนรู้ นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการเรียนรู้ มอบหมายให้นักศึกษาออกแบบและจัดทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ อย่างน้อย 5 เครื่องมือ ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ

ทั้งนี้ นักศึกษาต้องดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ด้านการคิดเชิงบูรณาการ ประกอบด้วยขั้นตอนแยกย่อยดังนี้

1.1 การระดมสมองและเลือกแนวคิดสื่อสาร

1.2 การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้สูงอายุ

1.3 การออกแบบเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

: การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ ผ่านผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ

1.4 การนำเสนอและรับฟังคำแนะนำจากอาจารย์ผู้สอน

1.5 การปรับปรุงแก้ไขแบบตามคำแนะนำของอาจารย์ผู้สอน

2. ด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนแยกย่อยดังนี้

2.1 การจัดทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ

2.2 การจัดนิทรรศการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ

หมายเหตุ ผู้สอนได้จัดสรรงบประมาณให้นักศึกษาในการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบสร้างสรรค์สังคมรวมถึงจัดนิทรรศการนำเสนอผลงานภายใต้งบประมาณ 1,000 บาท (หนึ่งพันบาทถ้วน)

เวลา/สถานที่ นักศึกษาพัฒนาทักษะด้านการคิดเชิงบูรณาการ ในสัปดาห์ที่ 14-15 ณ ห้องเรียน 03-305 และพัฒนาทักษะด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ ในสัปดาห์ที่ 16 ณ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) จังหวัดยะลา

วิธีการประเมินผล ประเมินผลจากผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งจำแนกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการคิดเชิงบูรณาการ

โดยพิจารณามีการดำเนินงานกี่ข้อจาก 5 ข้อ ต่อไปนี้ (ข้อละ 1 คะแนน)

-มีการประชุมระดมความคิดเห็นจากทุกคนภายในกลุ่ม

-มีการกำหนดแนวคิดการสื่อสาร

-แนวคิดการสื่อสารน่าสนใจ

-คิดสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ อย่างน้อย 5 เครื่องมือ

-คิดบูรณาการเครื่องมือสื่อสารได้อย่างมีความหมาย ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2. ด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ

โดยพิจารณามีการดำเนินงานกี่ข้อจาก 5 ข้อ ต่อไปนี้ (ข้อละ 1 คะแนน)

-สามารถจัดนิทรรศการโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกคนภายในกลุ่ม

-สามารถแปลงความคิดสู่การการปฏิบัติผลงานจริงได้จนสำเร็จ

-สามารถจัดนิทรรศการสื่อสารผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์สังคมได้ครบอย่างน้อย 5 เครื่องมือ

-สามารถจัดนิทรรศการสื่อสารผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์สังคมได้อย่างน่าสนใจ

-สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ค่าคะแนนที่ได้แต่ละด้านให้นำมาคูณ 2 เท่ากับค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 20 คะแนน คะแนนที่ได้จากการประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ เมื่อเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 หรือ 14 คะแนน หากคะแนนที่ได้ต่ำกว่าเกณฑ์ประเมินดังกล่าว นักศึกษาต้องนำผลงานกลับไปพัฒนาใหม่ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์ประเมินขั้นต่ำที่กำหนด

จะเห็นได้ว่า แนวคิดการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้บูรณาการดังกล่าว เป็นไปตามหลักการบริหารงาน 3 ส่วน ดังนี้

1. การวางแผน (planning)

โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการคิดเชิงบูรณาการ ซึ่งมีขั้นตอนแยกย่อยอันประกอบด้วย การระดมสมองและเลือกแนวคิดสื่อสาร การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้สูงอายุ การออกแบบเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ผ่านผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ การนำเสนอและรับฟังคำแนะนำจากอาจารย์ผู้สอน และการปรับปรุงแก้ไขแบบตามคำแนะนำของอาจารย์ผู้สอน

2. การปฏิบัติการ (Implementation)

ซึ่งในที่นี้หมายถึงกิจกรรมด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ อันประกอบด้วย การจัดทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ และการจัดนิทรรศการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ

3. การประเมินผล (evaluation)

ซึ่งเป็นการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมของนักศึกษา ทั้งในส่วนกิจกรรมด้านการคิดเชิงบูรณาการและกิจกรรมด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ

ทั้งนี้แผนการจัดการเรียนรู้บูรณาการ ปรากฏดังปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

จากแผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการดังกล่าว เมื่อนำไปสู่ภาคปฏิบัติ ทำให้นักศึกษาเกิดการพัฒนาทักษะการคิดบูรณาการ ดังตารางที่ 4.2 แนวคิดการออกแบบและพัฒนาเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม รวมถึงภาพถ่ายผลงานสร้างสรรค์สังคมของผู้เรียนทั้ง 4 กลุ่ม ดังภาพที่ 4.1-4.4

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ตารางที่ 4.2 แนวคิดการออกแบบและพัฒนาเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคมของผู้เรียนทั้ง 4 กลุ่ม

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาพที่ 4.1 ผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษาการตลาดกลุ่มที่ 1 ภายใต้แนวคิดสื่อสาร : เคล็ดลับการใช้ชีวิตคู่

ภาพที่ 4.2 ผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษาการตลาดกลุ่มที่ 2
ภายใต้แนวคิดสื่อสาร : เคล็ดลับการใช้ชีวิตให้มีความสุข

ภาพที่ 4.3 ผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษาการตลาดกลุ่มที่ 3 ภายใต้แนวคิดสื่อสาร : เคล็ดลับการเอาชนะอุปสรรคในชีวิต

ภาพที่ 4.4 ผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษาการตลาดกลุ่มที่ 4 ภายใต้แนวคิดสื่อสาร : เคล็ดลับการมีสุขภาพดี

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” กับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด

ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาแบบประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งจำแนกเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านการคิดเชิงบูรณาการ
2. ด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ

โดยคะแนนประเมินแต่ละด้าน จำแนกคะแนนเป็นระดับ ดีมาก ดี ปานกลาง พอใช้ ควรปรับปรุง หรือระดับคะแนน 5, 4, 3, 2, และ 1 ตามลำดับ ซึ่งนักศึกษาต้องได้คะแนนเฉลี่ยจากการประเมินผลงานไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 หรือ 14 คะแนน หากคะแนนที่ได้ต่ำกว่าเกณฑ์ประเมินดังกล่าว นักศึกษาต้องนำผลงานกลับไปพัฒนาใหม่ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์ประเมินขั้นต่ำที่กำหนด

ทั้งนี้คะแนนแต่ละด้าน มี 5 คะแนน ซึ่งต้องนำมาคูณ 2 ซึ่งเป็นคะแนนเฉลี่ยน้ำหนักรวมด้วยเหตุนี้คะแนนประเมินแต่ละด้าน จึงมีค่าคะแนนรวมเท่ากับ 10 คะแนน รวมคะแนนประเมินทั้ง 2 ด้านเท่ากับ 20 คะแนน (โปรดพิจารณาแบบประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ และเกณฑ์การประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคม ดังภาคผนวกที่ 3 และ 4 ประกอบ) ทั้งนี้ภาพรวมผลการประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมของนักศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4.3

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.3 ภาพรวมผลการประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษา

ประเด็น	$\overline{X}$	S.D	ระดับ
ภาพรวมผลการประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษา	18	2.67	ผ่านเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำที่กำหนด

หมายเหตุ คะแนนเต็มผลการประเมิน 20 คะแนน

จากตารางที่ 4.3 จะเห็นได้ว่าภาพรวมผลการประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษา ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ซึ่งเกินกว่าร้อยละ 70 โดยจากคะแนนเต็ม 20 คะแนน นักศึกษาสามารถทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 18 $\pm$ 2.67

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม”

ภายหลังเสร็จสิ้นการพัฒนา ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” โดยใช้แบบสอบถาม จำแนกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม”

ส่วนที่ 2 ข้อมูลข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม”

พบผลการศึกษาเป็นดังนี้

<u>ส่วนที่ 1 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม”</u>

จากการใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” ทั้งนี้ แบบสอบถามความพึงพอใจ จำแนกเป็น 9 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การคิดบูรณาการ ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ ด้านรูปแบบการพัฒนา ด้านแนวคิดการสื่อสาร ด้านเครื่องมือสื่อสาร ด้านกลุ่มเป้าหมาย ด้านงบประมาณ

ด้านสถานที่ รวม 9 ข้อ โดยนักศึกษาแสดงความพึงพอใจได้ 5 ระดับ อันได้แก่ความพึงพอใจระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ผลการศึกษาปรากฏดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม”

ประเด็นประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ความพึงพอใจด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การคิดเชิงบูรณาการ : นักศึกษาสามารถคิดบูรณาการเครื่องมือสื่อสารได้อย่างมีความหมาย ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ	4.05	1.61	มาก
2. ความพึงพอใจด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ : การจัดนิทรรศการ	4.17	1.91	มาก
3. ความพึงพอใจด้านรูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม	3.83	1.22	มาก
4. ความพึงพอใจด้านแนวคิดการสื่อสารสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ : เคล็ดลับสุขภาพดี / การใช้ชีวิตคู่ / การใช้ชีวิตให้มีความสุข /การเอาชนะอุปสรรคในชีวิต	4.29	2.22	มากที่สุด
5. ความพึงพอใจด้านเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่พัฒนา : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ (5 เครื่องมือ)	4.17	1.83	มาก
6. ความพึงพอใจด้านลูกค้าเป้าหมายที่กำหนด : เยาวชน จ.ยะลา	4.00	1.74	มาก
7. ความพึงพอใจด้านงบประมาณเพื่อการสื่อสารการตลาดสร้างสรรค์สังคม	3.79	1.35	มาก
8. ความพึงพอใจด้านสถานที่เพื่อการสื่อสารการตลาดสร้างสรรค์สังคม : อุทยานการเรียนรู้ (TK park) จ.ยะลา	4.21	2.13	มากที่สุด
9. ความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการแสดงผลงานการสื่อสารการตลาดสร้างสรรค์สังคม : ตลอดเดือนเมษายน	4.03	2.57	มาก
ภาพรวม	4.06	1.84	มาก

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

จากตารางที่ 4.4 จะเห็นได้ว่าโดยภาพรวมนักศึกษากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 ± 1.84 ซึ่งเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความพึงพอใจด้านแนวคิดการสื่อสารสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.29 ± 2.22 และด้านสถานที่เพื่อการสื่อสารการตลาดสร้างสรรค์สังคม ค่าเฉลี่ย 4.21 ± 2.13 ส่วนความพอใจด้านอื่นๆ นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่พัฒนา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.17 ± 1.83 ด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ ค่าเฉลี่ย 4.17 ± 1.91 และด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การคิดเชิงบูรณาการ ค่าเฉลี่ย 4.05 ± 1.61

<u>ส่วนที่ 2 ข้อมูลข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม”</u>

ข้อมูลในส่วนนี้ ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ โดยศึกษาถึงข้อดี ข้อควรปรับปรุงของการพัฒนาในครั้งนี้ และข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการครั้งต่อไป ลักษณะคำถามเป็นแบบแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ข้อดีของการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการในครั้งนี้

-ช่วยพัฒนานักศึกษาด้านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ สร้างสรรค์ คิดบูรณาการ คิดเชื่อมโยง ฯลฯ ในการทำงานด้านการตลาด

-ช่วยนักศึกษาเกิดทักษะการทำงานด้านการตลาด ช่วยให้นักศึกษาคิดเป็น ทำเป็น ได้เรียนรู้โดยการลงมือทำ เห็นภาพการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ การต่อยอดทางธุรกิจ การตลาดเพื่อสังคม ฯลฯ

-ช่วยให้นักศึกษาได้เรียนรู้ เข้าใจเพิ่มมากขึ้น ในงานด้านการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ การออกแบบโลโก้ การใช้สี การใช้ภาพ ฯลฯ

-ช่วยให้เข้าใจผู้สูงอายุมากขึ้น ช่วยลดช่องว่างระหว่างวัย ภูมิใจที่ได้มีส่วนในการรณรงค์ให้เห็นความสำคัญของผู้สูงอายุ และให้คนในสังคมให้ความสำคัญผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น ฯลฯ

-ได้เรียนรู้สนุก เพลิดเพลินมากขึ้น เรียนรู้นอกชั้นเรียน ฯลฯ

ข้อควรปรับปรุงของการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการในครั้งนี้

-ควรเพิ่มระยะเวลาในการให้ออกแบบ คิดสร้างสรรค์ จัดทำผลงาน

ข้อเสนอแนะ สำหรับการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการครั้งต่อไป

-แต่ละวิชาที่เรียนด้านการตลาด มีรายงานให้จัดทำทุกวิชา น่าที่จะได้มีการบูรณาการร่วม

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” รวมถึงศึกษาผลของการพัฒนาและความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” ลักษณะเป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research & Development) โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ในภาคเรียนที่ 1/2556 จำนวน 41 คน สำหรับการบูรณาการ ได้จัดทำในลักษณะใช้ผู้สอนเพียงคนเดียว โดยบูรณาการภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้รายวิชา การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ซึ่งผู้วิจัยได้มอบหมายให้นักศึกษาออกแบบและจัดทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ โดยใช้ เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ อย่างน้อย 5 เครื่องมือ ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ

สำหรับเครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 3 ส่วน 1)แผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ ซึ่งประกอบด้วย วิชา หัวข้อบูรณาการ มาตรฐานการเรียนรู้ จุดประสงค์การเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ เวลาและสถานที่ และวิธีการประเมินผล 2)แบบประเมินผลการพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วยด้านการคิดเชิงบูรณาการ และด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ โดยคะแนนประเมินแต่ละด้าน จำแนกเป็นระดับดีมาก ดี ปานกลาง พอใช้ ควรปรับปรุง ซึ่งนักศึกษาต้องได้คะแนนเฉลี่ยจากการประเมินผลงานไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 หรือ 14 คะแนน หากคะแนนที่ได้ต่ำกว่าเกณฑ์ประเมินดังกล่าว นักศึกษาต้องนำผลงานกลับไปพัฒนาใหม่ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์ประเมินขั้นต่ำที่กำหนด 3) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ ซึ่งจำแนกเป็น 9 ด้าน ประกอบด้วยด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การคิดบูรณาการ ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ ด้านรูปแบบการพัฒนา ด้านแนวคิดการสื่อสาร ด้านเครื่องมือสื่อสาร ด้านกลุ่มเป้าหมาย ด้านงบประมาณ ด้านสถานที่ รวม 9 ข้อ ทั้งนี้ผลที่ได้จากแผนการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการ และแบบประเมินผลการพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล ส่วนผลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษา จะถูกนำวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำไปประมวลผลโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ได้จัดทำในรายวิชา การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน หัวข้อ การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ ภายใต้มาตรฐานและจุดประสงค์การเรียนรู้ เพื่อพัฒนาทักษะทางปัญญาด้านการคิดเชิงบูรณาการ สำหรับกิจกรรมการเรียนรู้ ได้มอบหมายให้นักศึกษาออกแบบและจัดทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ อย่างน้อย 5 เครื่องมือ ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ ทั้งนี้กิจกรรมพัฒนาทักษะด้านการคิดเชิงบูรณาการ ได้ดำเนินการในสัปดาห์ที่ 14-15 ณ ห้องเรียน 03-305 ส่วนกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ ได้ดำเนินการในสัปดาห์ที่ 16 ณ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) จังหวัดยะลา สำหรับการประเมินผล จำแนกเป็น 2 ด้าน อันประกอบด้วยด้านการคิดเชิงบูรณาการ และด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ

2. ผลการประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษา ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ซึ่งเกินกว่าร้อยละ 70 โดยจากคะแนนเต็ม 20 คะแนน นักศึกษาสามารถทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 18 $\pm$ 2.67

3. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” พบว่าโดยภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ความพึงพอใจด้านแนวคิดการสื่อสารสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ และด้านสถานที่เพื่อการสื่อสารการตลาดสร้างสรรค์สังคม ส่วนความพอใจด้านอื่นๆ นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่พัฒนา ด้านการแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ และด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การคิดเชิงบูรณาการ

อภิปรายผล

จากผลสรุปที่ได้ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ได้กำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักศึกษาออกแบบและจัดทำผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ อย่างน้อย 5 เครื่องมือ ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ ดังกล่าวหากสังเคราะห์รูปแบบของการพัฒนา จะเห็นได้ว่าเป็นลักษณะให้จัดทำผลงานหรือชิ้นงาน ซึ่งเป็นรูปแบบการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีการลงมือทำ ผู้เรียนจึงจำเป็นต้องผสมผสาน เชื่อมโยง ประยุกต์ ความรู้ ความคิด และการปฏิบัติในการจัดทำผลงานดังกล่าว (Barkley, 2012) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Barber (2009) ที่วิจัยพบว่า นักศึกษามีพัฒนาการของการบูรณาการ ทั้งการเชื่อมโยง การประยุกต์ และการสังเคราะห์ ผ่านผลงานที่เป็นที่ประจักษ์ จึงควรที่จะส่งเสริมให้มีการจัดทำผลงาน เพื่อส่งเสริมการคิดเชิงบูรณาการ

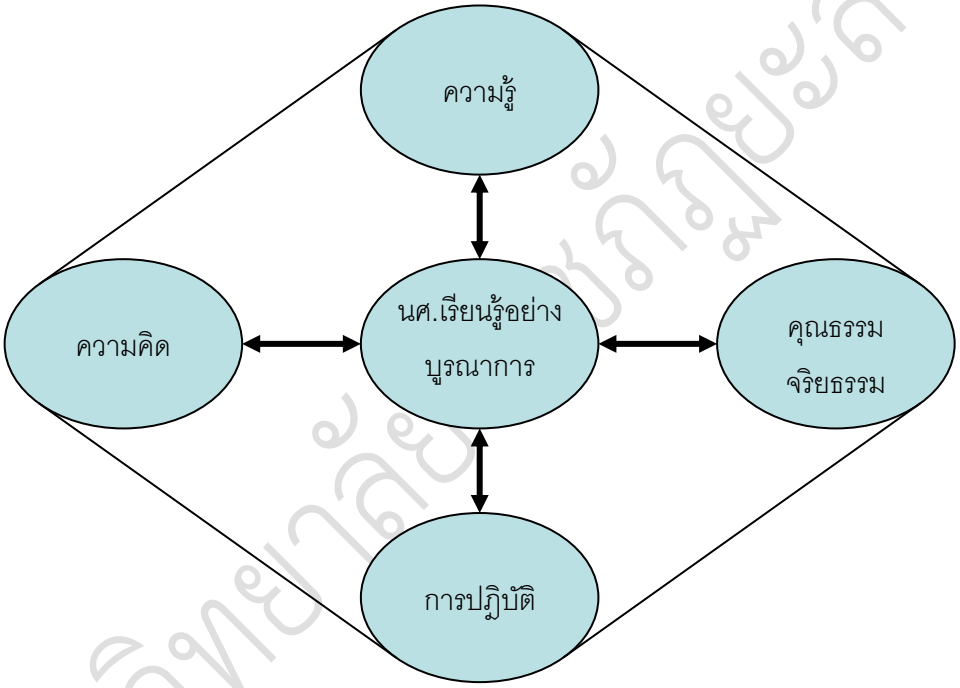
2. ผลการประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุของนักศึกษา ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ซึ่งเกินกว่าร้อยละ 70 ทั้งนี้สามารถอภิปรายได้ว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนา มีคุณลักษณะที่เป็นไปตามแนวคิดของการบูรณาการที่สำคัญ 5 ประการ อันได้แก่ การมุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ทำงานกลุ่ม การจัดประสบการณ์ตรงให้แก่ผู้เรียน การปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมค่านิยมที่ดีงาม รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้เรียนมีโอกาสในการแสดงออกต่อสาธารณชน ด้วยคุณลักษณะที่สำคัญดังกล่าว จึงช่วยให้การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการมีประสิทธิภาพ (สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ, 2553) สอดคล้องกับงานวิจัยของนภวรรณ กองศรีมา และคณะ (2555) ที่ศึกษาพบว่า ตัวแบบการสอนแบบบูรณาการที่พัฒนา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอน เนื่องจากมีคุณลักษณะส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านกระบวนการกลุ่ม อีกทั้งส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดทักษะทางสังคมและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ นอกเหนือจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์วัลย์ อภิวัฒนนันท์ (2553) ที่วิจัยพัฒนาและพบว่ากิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการ ช่วยพัฒนาผู้เรียนทางด้านทักษะชีวิต ช่วยพัฒนาทักษะการคิดที่หลากหลาย ช่วยให้มีเหตุผล สามารถปรับเจตคติในการทำงานเป็นทีม อีกทั้งสร้างการตระหนักรู้ในอันที่จะปฏิบัติตัวตามบุคคลต้นแบบ

3. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม” ซึ่งพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านแนวคิดการสื่อสารสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะด้านแนวคิดการสื่อสาร เป็นขั้นตอนของการวางแผน ยังไม่ลงมือทำ จึงสามารถทำให้เกิดขึ้นได้ง่าย (Heuvel, 2009) อีกทั้งนักศึกษาสามารถเลือกแนวคิดการสื่อสารตามความสนใจ ตามความถนัดตามศักยภาพของกลุ่ม ความพึงพอใจของนักศึกษาจึงปรากฏผลอยู่ในระดับมาก (Barkley, 2012 ; Martin, 2009) สอดคล้องกับงานวิจัยของนภวรรณ กองศรีมา และคณะ (2555) ที่ศึกษาพบว่า ตัวแบบการสอนแบบบูรณาการที่พัฒนา ซึ่งมีจุดเด่นด้านการส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยผ่านกระบวนการกลุ่ม ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดทักษะทางสังคมและมีความ

รับผิดชอบต่อหน้าที่ และส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ข้อค้นพบ

ภายหลังดำเนินงานเสร็จสิ้นการวิจัย ผู้วิจัยพบว่ารูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” เป็นการบูรณาการผสมผสานความรู้ ความคิด การปฏิบัติ และคุณธรรมจริยธรรม จนสามารถสร้างโมเดลการพัฒนาได้ดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 โมเดลการบูรณาการผสมผสานความรู้ ความคิด การปฏิบัติ และคุณธรรมจริยธรรม

ภาพที่ 5.1 เป็นโมเดลการบูรณาการผสมผสานความรู้ ความคิด การปฏิบัติ และคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งเป็นข้อค้นพบจากการวิจัย โดยรูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” ช่วยให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้บูรณาการผสมผสานหลากหลายส่วนดังนี้

1. การบูรณาการความรู้ นักศึกษาสามารถคิดบูรณาการเครื่องมือสื่อสารได้อย่างมีความหมาย ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2. การบูรณาการความคิด นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์ผลงานสร้างสรรค์สังคม ผ่านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ บูรณาการ สร้างสรรค์ ฯลฯ

3. การบูรณาการปฏิบัติ นักศึกษาสามารถแปลงความคิดบูรณาการสู่การการปฏิบัติผลงานจริงจนสำเร็จ รวมถึงจัดนิทรรศการเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณชน ผ่านขั้นตอนการดำเนินงานตามหลักการของการบริหาร โดยการวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการประเมินผล

4. การบูรณาการคุณธรรมจริยธรรม นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งมีส่วนกระตุ้นเตือนสังคมให้หันมาดูแลใส่ใจผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

1.1 การพัฒนาทักษะการคิดบูรณาการ ควรดำเนินงานควบคู่กับการมอบหมายให้นักศึกษาได้จัดทำผลงาน ชิ้นงาน ผลผลิต ฯลฯ จะช่วยให้นักศึกษาสามารถบูรณาการผสมผสานความรู้ ความคิด ทักษะ ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งหากเป็นผลงานที่มีประโยชน์ต่อสังคม ยิ่งจะช่วยพัฒนานักศึกษาด้านคุณธรรมจริยธรรมเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งหากสามารถจัดการเรียนรู้ในลักษณะเชื่อมโยงดังกล่าวทั้งหมดได้ ยิ่งจะส่งผลต่อการการพัฒนาทักษะด้านการคิดเชิงบูรณาการ ทำให้การเรียนรู้มีความหมายและมีคุณค่าต่อชีวิตของนักศึกษามากยิ่งขึ้น

1.2 การพัฒนาทักษะการคิดบูรณาการ สามารถดำเนินการควบคู่กับกิจกรรมการประกวด ซึ่งนอกจากช่วยให้นักศึกษาสามารถบูรณาการผสมผสานความรู้ ความคิด ทักษะ ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังสามารถตอบตัวชี้วัดด้านการประกันคุณภาพ ตัวบ่งชี้ที่ 2.12 จำนวนนักศึกษาที่ได้รับรางวัลหรือประกาศเกียรติคุณยกย่องในระดับชาติหรือนานาชาติ ซึ่งเป็นเกณฑ์หนึ่งที่ถูกนำมาพิจารณาในการประเมินคุณภาพระดับอุดมศึกษา

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

2.1 ควรมีการพัฒนาทักษะการคิดบูรณาการในลักษณะใช้ผู้สอนร่วมมากกว่า 1 คน ซึ่งอาจจะช่วยให้ได้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการพัฒนาทักษะการคิดบูรณาการในรายวิชาการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ร่วมกับรายวิชาอื่นของหลักสูตร เช่น บูรณาการร่วมกับวิชากลยุทธ์การตลาด วิชาการตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาลและผลิตภัณฑ์ชุมชน วิชาสัมมนาทางการตลาด ฯลฯ ที่มีเนื้อหาหัวข้อย่อยการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในลักษณะดังกล่าว คาดว่าจะช่วยลดความซ้ำซ้อนของการเรียนแบบแยกส่วน ช่วยให้การจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บรรณานุกรม

กิตติ รัตนราษี. (2550). การจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ. กรุงเทพฯ : โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2554). **การคิดเชิงบูรณาการ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ซัคเซส มีเดีย จำกัด.

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, (2556). **ประวัติความเป็นมาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://business.yru.ac.th/web56/contents.php?menu_id=5. (วันที่ค้นข้อมูล 28 ธันวาคม 2556).

โคนา. (2554). **ของขวัญพิเศษครบรอบ 15 ปี สตาร์บัคญี่ปุ่น ตอน 2**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://starworld-kona.blogspot.com/2011/08/15-2.html. (วันที่ค้นข้อมูล 20 มิถุนายน 2556).

ชลาลัย นาควิไล และสราวุธ อนันตชาติ. (2547). อิทธิพลของแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานต่อการวางแผนสื่อโฆษณา. **ว. นิเทศศาสตร์** จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 22(1) : 16-40.

ดารา ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553). **การสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

ทรงวุฒิ ฉิมจินดา และ ณัฐพล โชติศรีศุภรัตน์. (2555). **ผลสัมฤทธิ์การบูรณาการเทคโนโลยีบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์สำหรับนิสิตชั้นปีหนึ่งระดับปริญญาตรี**. การประชุมวิชาการ Siam Physics Congress 2012. Past, Present and Future of Physical 9-12 May 2012.

ทิพย์วัลย์ อภิวัฒนนันท์. (2553). การพัฒนาผู้เรียนด้วยกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการในรายวิชาจิตวิทยาทั่วไป มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **ว.พฤติกรรมศาสตร์**. 16(2) : 83-95.

ทิศนา แขมมณี. (2554). ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ สร้างสรรค์ และการคิดอย่างมีวิจารณญาน : การบูรณาการในการจัดการเรียนรู้. **ว.ราชบัณฑิตยสถาน**. 36(2) : 188-204.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. (2555). **การสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นภวรรณ กองศรีมา, สรเดช ครุฑจ้อน และกันต์พงษ์ วรรัตน์ปัญญา. (2555). การพัฒนาตัวแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการเจเอสแอลเพื่อพัฒนาทักษะการคิด. **ว. บรรณศาสตร์** มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์ทรวิโรฒ. 5(1) : 70-86.

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

แนท ธาราพงษ์. (2555). **การบินไทย รักคุณเท่าฟ้า**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://nattharapong.blogspot.com/2012/10/blog-post_1955.html. (วันที่ค้นข้อมูล 19 มิถุนายน 2556).

พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์, พเยาว์ ยินดีสุข และราเชน มีศรี. (2556). **การสอนคิดด้วยโครงงาน การเรียนการสอนแบบบูรณาการ ทักษะในศตวรรษที่ 21.** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรจุภัณฑ์. (2553). **น้ำมะพร้าวในขวดบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกสุดหรู จาก Pearl Royal ประเทศไทย**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.bunjupun.com/tag/%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2. (วันที่ค้นข้อมูล 20 มิถุนายน 2556).

ไลท์. (2555). **ร้อนนักดับร้อนซะ กับสุดยอดไอศกรีม 10 ร้านเด็ด โดนใจไอเดียบรรเจิด**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.painaidii.com/diary/diarydetail/000164/lang/th/. (วันที่ค้นข้อมูล 18 มิถุนายน 2556).

วัชรินทร์ ฐิติอดิศัย. (2550). **การพัฒนาหลักสูตรกลุ่มภูมิปัญญาไทยด้านศิลปะระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา โดยใช้การเรียนรู้เชิงบูรณาการ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วารินยา ลีลายุวัฒน์. (2550). ประสิทธิผลการใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของร้านกาแฟสตาร์บัค. ใน **ad@chula on Integrated Marketing Communications (Volume 2: Research Finding)**. กรุงเทพฯ : 21 เซ็นจูรี่.

วิศณี ไชยรักษ์ และนดา ผลารักษ์. (2554). **การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง Style โดยใช้วิธีการสอนแบบการคิดเชิงบูรณาการ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://ir.rmuti.ac.th/xmlui/handle/123456789/234.(วันที่ค้นข้อมูล 17 มิถุนายน 2556).

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2551, เมษายน-มิถุนายน). ปัจจัยที่มีความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช. **ว.สงขลานครินทร์**. 14(2) : 307-320.

สุวิทย์ มูลคำ. (2551). **กลยุทธ์-การสอนคิดบูรณาการ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.

สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ. (2553). **21 วิธีจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการคิด**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552). **กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 (Thai Qualifications Framework for Higher Education).** เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติ เรื่อง "กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ : การพัฒนารายละเอียดของหลักสูตรและรายวิชาให้มีคุณภาพ" วันที่ 30 กันยายน – 2 ตุลาคม 2552 ณ โรงแรมเรดิสัน กรุงเทพมหานคร.

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2555). **แนวทางการจัดการเรียนรู้บูรณาการแบบครบวงจร (ฉบับปรับปรุง)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://academic.obec.go.th/web/node/305. (วันที่ค้นข้อมูล 10 กันยายน 2556).

อัปสร อีซอ. (2556). **การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน**. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

อัปสร อีซอ. (2556). **การตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาลและผลิตภัณฑ์ชุมชน**. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

Barber, J.p. (2009). **Integration of Learning: Meaning Making for Undergraduates Through Connection, Application and Synthesis**. [homepage on the Internet]. Available from : http://www.google.co.th/books?id=U2TlsqErDbIC&printsec=frontcover &hl=th#v=onepage&q&f=false.

Barkley, Elizabeth F. (2012). **Student Engagement Techniques : A Handbook for College Faculty**. San Francisco : Jossey-Bass.

Duncan, T. (2005). **Priciples of Advertising and Integrated Marketing Communication**. 2nd ed. New York : McGraw-Hill.

Heuvel, Dana VanDen. (2009). **Marketing Classics : The Hierarchy of Effects**. Available Form : http://www.marketingsavant.com/2009/06marketing-classics-the-hierachy-of-effects. [cited March 20, 2012].

Kotler, P. and Armstrong, G. (2011). **Principles of Marketing.** 13th ed. Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall Inc.

Miraglia, K and Smilan, C. (2009). Lessons Learned from the Landscape: An Integrated Approch. **Journal of Education through Art.** 5(2-3): 169-185.

Martin, Roger L. (2009). **Opposable Mind: Winning Through Integrative Thinking.** Boston : Harvard Business Press.

Shimp, Terence A. (2010). **Advertising, promotion, & other aspects of integrated Marketing Communication**. 8th ed. Canada : Neison Education.

Wells, L.E., Farley, L.E. and Armstrong, G. (2007). The importance of packaging design for own-label food brands. **International Journal of Retail & Management.** 35(9) : 677-690.

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก

1 มคอ.3 รายวิชา 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

2 มคอ.5 รายวิชา 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

3 แบบประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคม

4 เกณฑ์การประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคม

5 คะแนนประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมของนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม

6 แบบสอบถามความพึงพอใจ

7 รายชื่อนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม

8 ภาพถ่ายเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน
จากงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา

9 ภาพถ่ายเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม

10 ภาพถ่ายนิทรรศการ “ยิ้มผู้สูงวัย” ระหว่างวันที่ 15-30 กันยายน 2556 ที่ อุทยานการเรียนรู้ (TK park) จังหวัดยะลา

11 ภาพถ่ายการประชุมระดมสมองพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ

12 ภาพถ่ายนักศึกษาลงพื้นที่สัมภาษณ์เคล็ดลับต่างๆ จากผู้สูงอายุ

13 คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 1
มคอ.3 รายวิชา 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

คณะ / ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. **รหัสและชื่อรายวิชา** 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

2. **จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง** 3(3-0-6)

3. **หลักสูตรและประเภทรายวิชา** หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต 4 ปี
หมวดรายวิชาเฉพาะด้าน (เอกบังคับ)

4. **อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน** ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัปสร อีซอ

5. **ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน** ภาคเรียนที่ 1/2556 ชั้นปีที่ 3

6. **รายวิชาที่เรียนมาก่อน** (Pre-requisite) **(ถ้ามี)** -

7. **รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** (Co-requisites) **(ถ้ามี)** -

8. **สถานที่เรียน** เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย
ทั้งในและนอกสถาบัน อาทิ ห้องเรียน 03-305 และ
สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา และเรียนรู้
อย่างอิสระจากการค้นคว้าทางสื่อเวปไซท์ต่างๆ

9. **วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด** 29 พฤษภาคม 2556

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. **จุดมุ่งหมายของรายวิชา**

1. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญและองค์ประกอบของการสื่อสาร การกำหนดตลาดเป้าหมาย เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ผสมผสานรวมถึงการทดสอบและประเมินผล

2. นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงการมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และห้องสมุดเพื่อการแสวงหาความรู้ สามารถเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ รวมถึงสามารถประยุกต์ความรู้เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

3. นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงความสามารถการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงเหตุผล การคิดเชิงบูรณาการ และการคิดเชิงสร้างสรรค์ในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

4. นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุวัฒนธรรมผ่านการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

5. นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร รวมถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารระดับบุคคล โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ผ่านการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

6. นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงการมีคุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติตนตามกรอบระเบียบ รวมถึงการมีวินัยในการเรียน ความตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเอง สถาบัน และสังคม

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อวิเคราะห์และพัฒนาเนื้อหา กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้ได้คุณภาพและมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความสำคัญและองค์ประกอบของการสื่อสาร การกำหนดตลาดเป้าหมาย เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรวมถึงการทดสอบและประเมินผล

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	-	-	90 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ประจำวิชาจัดเวลาให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ

หรือสภาพปัญหาของนักศึกษาอย่างน้อย 3 ชั่วโมง/สัปดาห์ โดยแจ้งให้นักศึกษาทราบตั้งแต่วันแรกของการเรียน

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงการมีคุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติตนตามกรอบระเบียบ รวมถึงการมีวินัยในการเรียน ความตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเอง สถาบัน และสังคม

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 การกำหนดให้มีการเช็คชื่อเข้าชั้นเรียน

1.2.2 การกำหนดความรับผิดชอบในงานหรือกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย

1.2.3 ผู้สอนปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างแก่นักศึกษา

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 การเช็คชื่อเข้าชั้นเรียน

1.3.2 การตรวจผลงานหรือกิจกรรมที่มอบหมาย

1.3.3 การสังเกตพฤติกรรมด้านคุณธรรมจริยธรรม

2. ความรู้

2.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ด้านความรู้

นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญและองค์ประกอบของการสื่อสาร การกำหนดตลาดเป้าหมาย เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรวมถึงการทดสอบและประเมินผล

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 ใช้วิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การเรียนรู้แบบร่วมมือ และการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่ม ผ่านการอภิปรายกลุ่มย่อย การสอนแบบเกม การใช้กรณีศึกษา การใช้สถานการณ์จำลอง กิจกรรมบทบาทสมมุติ ฯลฯ รวมถึงการมอบหมายงานกลุ่มและงานเดี่ยวให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสรุปและนำเสนอข้อมูล

2.2.2 ใช้รูปแบบการเรียนรู้จากงานสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่เกิดขึ้นจริงในสถานการณ์ปัจจุบัน

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 การสอบกลางภาค

2.3.2 การสอบปลายภาค

2.3.3 การตรวจผลงานที่มอบหมาย

2.3.4 การสังเกตความสนใจและความร่วมมือในกิจกรรมที่กำหนด

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงความสามารถการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงเหตุผล การคิดเชิงบูรณาการ และการคิดเชิงสร้างสรรค์ในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 บูรณาการสอดแทรกกับการจัดการเรียนการสอนด้านความรู้ ผ่านวิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การเรียนรู้แบบร่วมมือ และการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่ม ผ่านการอภิปรายกลุ่มย่อย การสอนแบบเกม การใช้กรณีศึกษา การใช้สถานการณ์จำลอง กิจกรรมบทบาทสมมุติ รวมถึงการมอบหมายงานกลุ่มและงานเดี่ยวให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสรุปและนำเสนอข้อมูล

3.2.2 บูรณาการสอดแทรกกับงานวิจัยในชั้นเรียน เรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3.2.3 บูรณาการสอดแทรกกับงานบริการวิชาการ เรื่อง การคิดสร้างสรรค์ในงานธุรกิจ

3.3 วิธีการประมวลผล

3.3.1 การสังเกตความสนใจและความร่วมมือในกิจกรรมที่กำหนด

3.3.2 การตรวจผลงานที่มอบหมาย

3.3.3 การสอบกลางภาค

3.3.4 การสอบปลายภาค

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุวัฒนธรรมผ่านการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 บูรณาการสอดแทรกกับการจัดการเรียนการสอนด้านความรู้ ผ่านวิธีการสอนที่เน้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การเรียนรู้แบบร่วมมือ และการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่ม ผ่านการอภิปรายกลุ่มย่อย การสอนแบบเกม การใช้กรณีศึกษา การใช้สถานการณ์จำลอง กิจกรรมบทบาทสมมุติ รวมถึงการมอบหมายงานกลุ่มและงานเดี่ยวให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสรุปและนำเสนอข้อมูล

4.2.2 บูรณาการสอดแทรกกับงานวิจัยในชั้นเรียน เรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

4.2.3 บูรณาการสอดแทรกกับงานบริการวิชาการ เรื่อง การคิดสร้างสรรค์ในงานธุรกิจ

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 การสังเกตความสนใจและความร่วมมือในกิจกรรมที่กำหนด

4.3.2 การตรวจผลงานที่มอบหมาย

4.3.3 การเช็คชื่อร่วมงานกลุ่ม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

นักศึกษาสามารถแสดงออกถึงการมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และห้องสมุดเพื่อการแสวงหาความรู้ สามารถเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้และประยุกต์ความรู้ รวมถึงแสดงออกถึงความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ผ่านการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 บูรณาการสอดแทรกกับการจัดการเรียนการสอนด้านความรู้ ผ่านวิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การเรียนรู้แบบร่วมมือ และการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่ม ผ่านการอภิปรายกลุ่มย่อย การสอนแบบเกม การใช้กรณีศึกษา การใช้สถานการณ์จำลอง กิจกรรมบทบาทสมมุติ รวมถึงการมอบหมายงานกลุ่มและงานเดี่ยวให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสรุปและนำเสนอข้อมูล

5.2.2 บูรณาการสอดแทรกกับงานวิจัยในชั้นเรียน เรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

5.2.3 บูรณาการสอดแทรกกับงานบริการวิชาการ เรื่อง การคิดสร้างสรรค์ในงานธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 การสังเกตความสนใจและความร่วมมือในกิจกรรมที่กำหนด

5.3.2 การตรวจผลงานที่มอบหมาย

5.3.3 การนำเสนองานที่ได้รับมอบหมายหน้าชั้นเรียน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ /รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน /สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	**บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาด** -การตลาด ตลาด และการขาย -องค์ประกอบการตลาด -ส่วนประสมทางการตลาด -องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด -การดำเนินงานทางการตลาด	3	-ชี้แจงสร้างพันธสัญญาเงื่อนไขข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานอุดมศึกษาทั้ง 5 ด้าน -การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การสอนแบบเกม	ผศ. อัปสร อีซอ
2-3	**บทที่ 2 การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด** -ตลาดและประเภทของตลาดการตลาดเป้าหมาย -การแบ่งส่วนตลาด -หลักพิจารณาในการแบ่งส่วนตลาด -การเลือกตลาดเป้าหมาย -การวางตำแหน่งทางการตลาด	6	-การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้กรณีตัวอย่าง -การใช้กรณีศึกษา	
4	**บทที่ 3 การสื่อสารและการสร้างแบรนด์** -การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด -กระบวนการสื่อสาร -ตัวแบบการสื่อสาร 5 w's	3	-การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้กรณีตัวอย่าง -การบูรณาการกับการบริการวิชาการเรื่อง การคิดสร้างสรรค์ในงานธุรกิจ	

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

	-ความหมายของแบรนด์ -ความสำคัญของแบรนด์ -วิธีการสร้างแบรนด์ -การคิดสร้างสรรค์ในงานธุรกิจ			
5-6	**บทที่ 4 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน** -ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -ลักษณะสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -สาเหตุการเพิ่มขึ้นของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -Above the line และ Below the line -กลยุทธ์การสร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -ตัวอย่างการประยุกต์ใช้กลยุทธ์สร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -การบริหารการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -อุปสรรคการดำเนินงานการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	6	-การบรรยาย -การใช้กรณีตัวอย่าง -การศึกษาดูงาน	ผศ. อัปสร อีซอ
7	**บทที่ 5 การโฆษณา** -ความหมายของการโฆษณา -ประเภทของการโฆษณา -ยุทธวิธีการสร้างสรรค์งานโฆษณา -การกำหนดวัตถุประสงค์โฆษณา -การศึกษาข้อมูลเพื่อการโฆษณา -การกำหนดกลยุทธ์สร้างสรรค์งานโฆษณา -การประเมินผลโฆษณา	3	-การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้กรณีตัวอย่าง	

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

8	**บทที่ 6 การใช้พนักงานขาย** -ความหมายของการใช้พนักงานขาย -หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานขาย -ขั้นตอนกระบวนการขาย -ทฤษฎีการขาย : ทฤษฎี AIDAS -การใช้พนักงานขายกับการสื่อสาร การตลาดแบบผสมผสาน	3	-การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้สถานการณ์จำลอง -การใช้กรณีศึกษา	
9	**บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์** -ความหมายการประชาสัมพันธ์ -ภาพลักษณ์สินค้าและภาพลักษณ์ธุรกิจ -วิธีการประชาสัมพันธ์ -รูปแบบการประชาสัมพันธ์ -การประชาสัมพันธ์กับการสื่อสาร การตลาดแบบผสมผสาน	3	-การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้กรณีตัวอย่าง -การใช้กรณีศึกษา	
10	**บทที่ 8 การส่งเสริมการขาย** -ความหมายการส่งเสริมการขาย -สาเหตุการเพิ่มขึ้นของการส่งเสริมการขาย -ประเภท วัตถุประสงค์ และเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย -ประเภทของสิ่งจูงใจที่ใช้ส่งเสริมการขาย -การส่งเสริมการขายเพื่อการสื่อสาร การตลาดแบบผสมผสาน	3	-การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้กรณีศึกษา	ผศ. อัปสร อีซอ
11	**บทที่ 9 การตลาดทางตรง** -ความหมายของการตลาดทางตรง -ลักษณะเฉพาะของการตลาดทางตรง -ความแตกต่างของการตลาดทางตรงและการตลาดทั่วไป -สาเหตุของการเพิ่มขึ้นของการตลาดทางตรง -วัตถุประสงค์ของการใช้ฐานข้อมูลของการตลาดทางตรง	3	-การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้กรณีตัวอย่าง	

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

	-ประเภทเครื่องมือการตลาดแบบผสมผสาน -เครื่องมือการตลาดทางตรง -การตลาดทางตรงแบบผสมผสาน			
12	**บทที่ 10 การตลาดเชิงกิจกรรม** -ความหมายของการตลาดเชิงกิจกรรม -ประเภทของการตลาดเชิงกิจกรรม -ลักษณะกิจกรรมพิเศษของการตลาดเชิงกิจกรรม -รูปแบบการตลาดเชิงกิจกรรม -หลักการดำเนินงานการตลาดเชิงกิจกรรม	3	-การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้กรณีตัวอย่าง -การใช้กรณีศึกษา -มอบหมายงานให้ค้นคว้าข่าวธุรกิจเกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม พร้อมกับวิเคราะห์	
13	**บทที่ 11 การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์และการบริการ** -แนวคิดเครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่ -การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ -การสื่อสารด้วยตัวผลิตภัณฑ์ -การสื่อสารด้วยตราสินค้า -การสื่อสารด้วยบรรจุภัณฑ์ -การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์อื่น -การสื่อสารด้วยการบริการ	3	-การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้กรณีตัวอย่าง -การใช้กรณีศึกษา -การศึกษาดูงาน -มอบหมายงานให้ค้นคว้าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบไม่ใช้สื่อ	ผศ.อัปสรอีซอ
14	**บทที่ 12 การตลาดแบบบอกต่อ** -แนวคิดการตลาดแบบบอกต่อ -การตลาดแบบบอกต่อและการตลาดแบบไวรัส -ข้อดีและข้อเสียของการตลาดแบบบอกต่อ -เครื่องมือการตลาดแบบบอกต่อ -กลยุทธ์สร้างสรรค์การตลาดแบบบอกต่อให้ประสบผลสำเร็จ -แนวโน้มการตลาดแบบบอกต่อ	3	-การบรรยาย -การอภิปรายกลุ่มย่อย -การใช้กรณีตัวอย่าง	

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

15	**บทที่ 13 การทดสอบและประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน** -การทดสอบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -การประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	3	-การบรรยาย -การใช้กรณีตัวอย่าง -การใช้กรณีศึกษา	
16	นำเสนอรายงานกลุ่ม	3	-มอบหมายงานกลุ่มให้จัดทำผลงานการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน โดยบูรณาการสอดแทรกกับงานวิจัยในชั้นเรียน เรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคมฯ	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1.	บทที่ 1-5	สอบกลางภาค	สัปดาห์ที่ 6	25%
2.	บทที่ 6-14	สอบปลายภาค	สัปดาห์ที่ 17	40%
3.	ผลงานการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	ตรวจผลงานการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	สัปดาห์ที่ 14-15	20%
4.	บทที่ 1-14	เวลาเรียน การทำงานที่ได้รับมอบหมาย	ตลอดภาคเรียน	15%

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารตำราหลัก

อัปสร อีซอ. (2555). การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

Shimp, T.A. (2010). **Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion.** 8th ed. South-Western : Cengage Learning.

นิตยสารทางธุรกิจ เช่น นิตยสาร Brand Age, นิตยสาร 4 P's ฯลฯ

3.เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ตัวอย่างข้อมูลสินค้าเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

โดยการสนทนากลุ่ม และการให้นักศึกษาประเมินผ่านระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เวปไซท์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การให้นักศึกษาประเมินผู้สอนผ่านระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เวปไซท์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3. การปรับปรุงการสอน

ผลที่ได้จากการประเมิน นำไปปรับปรุงด้านวิธีการสอน กิจกรรมการสอน ตลอดจนสื่อที่ใช้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

โดยการเฉลยข้อสอบภายหลังเสร็จสิ้นการสอบ

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ผลที่ได้จากการประเมิน นำไปทบทวนปรับแผนการสอนให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 5

มคอ.5 วิชาการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

มคอ.5

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจฯ (การตลาด)

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา 3154329 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน
2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้ -
3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ และกลุ่มเรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัปสร อีซอ
4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา 1/2556 ชั้นปีที่ 4
5. สถานที่เรียน ห้องเรียน 03-305

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกินร้อยละ 25
บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาด -การตลาด ตลาด และการขาย -องค์ประกอบการตลาด -ส่วนประสมทางการตลาด -องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด -การดำเนินงานทางการตลาด	3	3	

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทที่ 2 การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด -ตลาดและประเภทของตลาดการตลาดเป้าหมาย -การแบ่งส่วนตลาด -หลักพิจารณาในการแบ่งส่วนตลาด -การเลือกตลาดเป้าหมาย -การวางตำแหน่งทางการตลาด	6	6	
บทที่ 3 การสื่อสารและการสร้างแบรนด์ -การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด -กระบวนการสื่อสาร -ตัวแบบการสื่อสาร 5 w's -ความหมายของแบรนด์ -ความสำคัญของแบรนด์ -วิธีการสร้างแบรนด์ -การคิดสร้างสรรค์ในงานธุรกิจ	3	3	
บทที่ 4 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -ลักษณะสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -สาเหตุการเพิ่มขึ้นของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -Above the line และ Below the line -กลยุทธ์การสร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -ตัวอย่างการประยุกต์ใช้กลยุทธ์สร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -การบริหารการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -อุปสรรคการดำเนินงานการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	6	6	

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทที่ 5 การโฆษณา -ความหมายของการโฆษณา -ประเภทของการโฆษณา -ยุทธวิธีการสร้างสรรค์งานโฆษณา -การกำหนดวัตถุประสงค์โฆษณา -การศึกษาข้อมูลเพื่อการโฆษณา -การกำหนดกลยุทธ์สร้างสรรค์งานโฆษณา -การประเมินผลโฆษณา	3	3	
บทที่ 6 การใช้พนักงานขาย -ความหมายของการใช้พนักงานขาย -หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานขาย -ขั้นตอนกระบวนการขาย -ทฤษฎีการขาย : ทฤษฎี AIDAS -การใช้พนักงานขายกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	3	3	
บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์ -ความหมายการประชาสัมพันธ์ -ภาพลักษณ์สินค้าและภาพลักษณ์ธุรกิจ -วิธีการประชาสัมพันธ์ -รูปแบบการประชาสัมพันธ์ -การประชาสัมพันธ์กับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	3	3	
บทที่ 8 การส่งเสริมการขาย -ความหมายการส่งเสริมการขาย -สาเหตุการเพิ่มขึ้นของการส่งเสริมการขาย -ประเภท วัตถุประสงค์ และเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย -ประเภทของสิ่งจูงใจที่ใช้ส่งเสริมการขาย -การส่งเสริมการขายเพื่อการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	3	3	

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทที่ 9 การตลาดทางตรง -ความหมายของการตลาดทางตรง -ลักษณะเฉพาะของการตลาดทางตรง -ความแตกต่างของการตลาดทางตรงและการตลาดทั่วไป -สาเหตุของการเพิ่มขึ้นของการตลาดทางตรง -วัตถุประสงค์ของการใช้ฐานข้อมูลของการตลาดทางตรง -ประเภทเครื่องมือการตลาดแบบผสมผสาน -เครื่องมือการตลาดทางตรง -การตลาดทางตรงแบบผสมผสาน	3	3	
บทที่ 10 การตลาดเชิงกิจกรรม -ความหมายของการตลาดเชิงกิจกรรม -ประเภทของการตลาดเชิงกิจกรรม -ลักษณะกิจกรรมพิเศษของการตลาดเชิงกิจกรรม -รูปแบบการตลาดเชิงกิจกรรม -หลักการดำเนินงานการตลาดเชิงกิจกรรม	3	3	
บทที่ 11 การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์และการบริการ -แนวคิดเครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่ -การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ -การสื่อสารด้วยตัวผลิตภัณฑ์ -การสื่อสารด้วยตราสินค้า -การสื่อสารด้วยบรรจุภัณฑ์ -การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์อื่น -การสื่อสารด้วยการบริการ	3	3	
บทที่ 12 การตลาดแบบบอกต่อ -แนวคิดการตลาดแบบบอกต่อ -การตลาดแบบบอกต่อและการตลาดแบบไวรัส -ข้อดีและข้อเสียของการตลาดแบบบอกต่อ -เครื่องมือการตลาดแบบบอกต่อ	3	3	

สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

-กลยุทธ์สร้างสรรค์การตลาดแบบบอกต่อให้ประสบผลสำเร็จ -แนวโน้มการตลาดแบบบอกต่อ			
บทที่ 13 การทดสอบและประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -การทดสอบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -การประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน -ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	3	3	
นำเสนอรายงานกลุ่ม	3	3	

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)	นัยสำคัญของหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน	แนวทางชดเชย
-	-	-

3. ประสิทธิผลของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
คุณธรรม จริยธรรม	1. การกำหนดให้มีการเช็คชื่อเข้าชั้นเรียน	/		
	2. การกำหนดความรับผิดชอบในงานหรือกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย	/		
	3. ผู้สอนปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างแก่นักศึกษา	/		
ความรู้	1. ใช้วิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การเรียนรู้แบบร่วมมือ และการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่ม ผ่านการอภิปรายกลุ่มย่อย การสอนแบบเกม การใช้	/		

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

		กรณีศึกษา การใช้สถานการณ์จำลอง กิจกรรมบทบาทสมมุติ ฯลฯ รวมถึง การมอบหมายงานกลุ่มและงานเดี่ยว ให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสรุปและนำเสนอข้อมูล			
	2.	ใช้รูปแบบการเรียนรู้จากงานสื่อสาร การตลาดแบบผสมผสานที่เกิดขึ้นจริง ในสถานการณ์ปัจจุบัน	/		
ทักษะทางปัญญา	1.	บูรณาการสอดแทรกกับการจัดการ เรียนการสอนด้านความรู้ ผ่านวิธีการ สอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการ เรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การเรียนรู้แบบ ร่วมมือ และการเรียนรู้แบบ กระบวนการกลุ่ม ผ่านการอภิปราย กลุ่มย่อย การสอนแบบเกม การใช้ กรณีศึกษา การใช้สถานการณ์จำลอง กิจกรรมบทบาทสมมุติ รวมถึงการ มอบหมายงานกลุ่มและงานเดี่ยวให้ นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสรุปและนำเสนอข้อมูล	/		
	2.	บูรณาการสอดแทรกกับงานวิจัยใน ชั้นเรียน เรื่อง การพัฒนาทักษะการคิด เชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสาร การตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์ สังคม สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏยะลา	/		
	3.	บูรณาการสอดแทรกกับงานบริการ วิชาการ เรื่อง การคิดสร้างสรรค์ในงาน ธุรกิจ	/		

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	1.	บูรณาการสอดแทรกกับการจัดการเรียนการสอนด้านความรู้ ผ่านวิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การเรียนรู้แบบร่วมมือ และการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่ม ผ่านการอภิปรายกลุ่มย่อย การสอนแบบเกม การใช้กรณีศึกษา การใช้สถานการณ์จำลอง กิจกรรมบทบาทสมมุติ รวมถึงการมอบหมายงานกลุ่มและงานเดี่ยวให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสรุปและนำเสนอข้อมูล	/		
	2.	บูรณาการสอดแทรกกับงานวิจัยในชั้นเรียน เรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา	/		
	3.	บูรณาการสอดแทรกกับงานบริการวิชาการ เรื่อง การคิดสร้างสรรค์ในงานธุรกิจ			
ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1.	บูรณาการสอดแทรกกับการจัดการเรียนการสอนด้านความรู้ ผ่านวิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การเรียนรู้แบบร่วมมือ และการเรียนรู้แบบกระบวนการกลุ่ม ผ่านการอภิปรายกลุ่มย่อย การสอนแบบเกม การใช้กรณีศึกษา การใช้สถานการณ์จำลอง กิจกรรมบทบาทสมมุติ รวมถึงการ	/		

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

		มอบหมายงานกลุ่มและงานเดี่ยวให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสรุปและนำเสนอข้อมูล			
	2.	บูรณาการสอดแทรกกับงานวิจัยในชั้นเรียน เรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา			
	3.	บูรณาการสอดแทรกกับงานบริการวิชาการ เรื่อง การคิดสร้างสรรค์ในงานธุรกิจ			

4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ในส่วนของรายงานกลุ่ม ควรมอบหมายให้นักศึกษาจัดทำแผนงาน IMC ของธุรกิจในท้องถิ่น เพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1.	จำนวนนิสิตที่ลงทะเบียนเรียน	รวม	41	คน
2.	จำนวนนิสิตที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา		41	คน
3.	จำนวนนิสิตที่ถอน (W)		-	คน
4.	การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)			

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ระดับคะแนน (เกรด)	จำนวน	ร้อยละ
A	7	17.07
B^+	7	17.07
B	9	21.95
C^+	9	21.95
C	6	14.63
D^+	-	-
D	1	2.44
E	1	2.44
W	1	2.44

5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)

-

6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

-

6.1 ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดเวลาการประเมิน

-

6.2 ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้

-

7. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิต

วิธีการทวนสอบ	**สรุปผล**
7.1 มีการแจ้งผลคะแนนสอบกลางภาค รวมถึงวิเคราะห์ภาพรวมการเรียนของนักศึกษาในรูปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	7.1 นักศึกษายอมรับผลสอบกลางภาค รวมทั้งเห็นภาพรวมการเรียนรู้ของตนเอง เปรียบเทียบกับนักศึกษาคนอื่นในห้อง
7.2 แจ้งคะแนนเก็บให้กับนักศึกษาทราบ และตักเตือนให้นักศึกษาที่ยังไม่ได้ส่งงาน สามารถส่งได้ก่อนสอบโดยได้คะแนนเพียงกึ่งหนึ่งของคะแนนที่ทำได้ เนื่องจากเป็นการส่งงานล่าช้ากว่าที่กำหนด	7.2 นักศึกษารับทราบและส่งงานก่อนสอบ

หมวดที่ 4 ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ

1. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัญหาในการใช้แหล่งทรัพยากรประกอบ การเรียนการสอน (ถ้ามี)	ผลกระทบ
1.1 ห้องเรียนเป็นแบบใช้กระดานดำและชอคค์	1.1 มีฝุ่นฟุ้งกระจายมาก เมื่อลบกระดาน ควรเปลี่ยนแปลงเป็นรูปแบบกระดานและปากกาไวท์บอร์ดแทน
1.2 เครื่องโปรเจคเตอร์ในห้องมีปัญหา ใช้งานยาก	1.2 ทำให้การเรียนการสอนด้อยประสิทธิภาพ

2. ประเด็นด้านการบริหารและองค์กร

ปัญหาด้านการบริหารและองค์กร (ถ้ามี)	ผลกระทบต่อผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
ไม่มี	-

หมวดที่ 5 การประเมินรายวิชา

1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนิสิต (แนบเอกสาร)

คะแนนเฉลี่ยผลการประเมิน 4.97 จาก 5

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนิสิต

1) จุดแข็ง

มีบุคลิกภาพและพฤติกรรมเหมาะสมกับความเป็นครู มีความน่าเชื่อถือ ศรัทธาเป็นแบบอย่างได้ มีการสอดแทรกอบรมคุณธรรมจริยธรรมในชั่วโมงที่สอน จัดการเรียนการสอนได้ครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชา สอนให้เกิดความรู้ความเข้าใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ใช้วิธีการสอนหลากหลายและคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ส่งเสริมให้นักศึกษารู้จักวางแผนในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ฯลฯ

2) จุดอ่อน

ขาดการส่งเสริมให้นักศึกษาใช้เทคนิคทางสถิติ/คณิตศาสตร์ในการวิเคราะห์

1.2 **ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ** 1.1

โดยลักษณะของรายวิชา ไม่ได้เกี่ยวข้องกับสถิติ/คณิตศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

จากการประเมินของคณะกรรมการสาขาวิชา

1) จุดแข็ง -

2) จุดอ่อน -

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

1. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงานของรายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงที่เสนอ ในภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
ในส่วนของรายงานกลุ่ม ควรมอบหมายให้นักศึกษาจัดทำแผนงาน IMC ของธุรกิจในท้องถิ่น	ได้มีการมอบหมายให้นักศึกษาจัดทำผลงานชุ้ม ถ่ายภาพส่งเข้าประกวดในงาน ยะล้า ยะลา แฟร์ ซึ่งจัดโดยหอการค้าจังหวัดยะลา ซึ่งนักศึกษาได้รางวัลที่ 1 และ 2 จากการประกวด รับเงินรางวัล 10,000 บาท และ 5,000 บาท ตามลำดับ พร้อมเกียรติบัตรรับรอง

2. การดำเนินการอื่น ในการปรับปรุงรายวิชา

2.1 ได้มีการบูรณาการสอดแทรกกับงานวิจัยในชั้นเรียน เรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2.2 ได้มีการจัดทำเอกสารคำสอนรายวิชา การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

ข้อเสนอ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ
ควรมีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน	ก่อนการเปิดเรียนครั้งต่อไป	ผู้สอน

4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

-ควรมีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

-ควรมีการปรับปรุงสื่อการสอนโปรเจกเตอร์ให้มีประสิทธิภาพ

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัปสร อีซอ

ลงชื่อ.....วันที่รายงาน 18 ตุลาคม 2556

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัปสร อีซอ

ลงชื่อ..... .....วันที่รับรายงาน 18 ตุลาคม 2556

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 3
แบบประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคม

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 4
เกณฑ์ประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคม

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 4
เกณฑ์ประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคม (ต่อ)

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 4
เกณฑ์ประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคม (ต่อ)

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 5
คะแนนประเมินผลงานสร้างสรรค์สังคมของนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 6
แบบสอบถามความพึงพอใจ

แบบสอบถามความพึงพอใจ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน “สร้างสรรค์สังคม” สำหรับนักศึกษาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / หน้าข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยไม่ต้องระบุชื่อผู้ตอบ ข้อมูลที่ได้จัดเป็นความลับ และจะถูกนำไปประมวลผลโดยภาพรวม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน“สร้างสรรค์สังคม”

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความพึงพอใจด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การคิดเชิงบูรณาการ : นักศึกษาสามารถคิดบูรณาการเครื่องมือสื่อสารได้อย่างมีความหมาย ผ่านการบูรณาการโดยใช้องค์ความรู้เรื่องกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสื่อสาร สโลแกน โลโก้ สี ฯลฯ					
2. ความพึงพอใจด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การแสดงออกซึ่งความสามารถเชิงบูรณาการ : การจัดนิทรรศการ					
3. ความพึงพอใจด้านรูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสร้างสรรค์สังคม					
4. ความพึงพอใจด้านแนวคิดการสื่อสารสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุ : เคล็ดลับสุขภาพดี / การใช้ชีวิตคู่ / การใช้ชีวิตให้มีความสุข / การเอาชนะอุปสรรคในชีวิต					
5. ความพึงพอใจด้านเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่พัฒนา : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ (5 เครื่องมือ)					
6. ความพึงพอใจด้านลูกค้าเป้าหมายที่กำหนด : เยาวชน จ.ยะลา					
7. ความพึงพอใจด้านงบประมาณเพื่อการสื่อสารการตลาดสร้างสรรค์สังคม					

8. ความพึงพอใจด้านสถานที่เพื่อการสื่อสารการตลาดสร้างสรรค์สังคม : อุทยานการเรียนรู้ (TK park) จังหวัดยะลา					
9. ความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการแสดงผลงานการสื่อสารการตลาดสร้างสรรค์สังคม : 15-29 กันยายน 2556					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการ โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน"สร้างสรรค์สังคม"

2.1 **ข้อดี**ของการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการในครั้งนี้

……

……

……..

2.2 **ข้อควรปรับปรุง**ของการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการในครั้งนี้

……

……

……..

2.3 **ข้อเสนอแนะ** สำหรับการพัฒนาทักษะการคิดเชิงบูรณาการครั้งต่อไป

……

……

……..

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 7
รายชื่อนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม

กลุ่ม	แนวคิดสื่อสาร	รายชื่อสมาชิกในกลุ่ม
1	เคล็ดลับการใช้ชีวิตคู่	1. นายอิบรอเฮม มะเกะ รหัส 405455018 2. นายอิบรอเฮม ตาเละ รหัส 405455027 3. นายอัมรัม ยูโซ๊ะ รหัส 405455036 4. นายนัสรูลฎิล สาแม รหัส 405455043 5. นายลุกมาน อูมา รหัส 405455053 6. นายสุลัยมาน มะมิง รหัส 405455049 7. นายรุสลัน บุดี รหัส 405455050 8. นายซอบรี อาลี รหัส 405455048
2	เคล็ดลับการใช้ชีวิตให้มีความสุข	1. น.ส.ไรฮัน สุงาบารู รหัส 405455006 2. น.ส.ซูฮัยดา เจ๊ะฮะ รหัส 405455017 3. น.ส.เหมือนฝัน มะหะมะ รหัส 405455022 4. น.ส.กัมมูนี เจ๊ะมะ รหัส 405455023 5. น.ส.อานีซะ กาซอ รหัส 405455024 6. น.ส.ซูไฮนี มิง รหัส 405455025 7. น.ส.อาซีหยะ อาแว รหัส 405455034 8. น.ส.มูรณี ตันหยงอุตง รหัส 405455037 9. น.ส.นูรไอนี กอดอแม รหัส 405455047 10.น.ส.อาซูวิง เจ๊ะหะ รหัส 405455054
3	เคล็ดลับการเอาชนะอุปสรรคในชีวิต	1. น.ส.วิชิตา กาญจนาภาโส รหัส 405455001 2. น.ส.สุภาพร โภชนานุกูล รหัส 405455002 3. น.ส.หวันโสง อาบาหลี รหัส 405455015 4. น.ส.ฟาซีหย๊ะ แจะแม็ง รหัส 405455021 5. น.ส.อานีสะ มาฮามะ รหัส 405455026 6. น.ส.กูพียา กูหนิ รหัส 405455028 7. น.ส.นูรมา จารง รหัส 405455032 8. น.ส.นิอัสรีดา แน รหัส 405455041 9. น.ส.สารีนา สาแต รหัส 405455042

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 7
รายชื่อนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม (ต่อ)

กลุ่ม	แนวคิดสื่อสาร	รายชื่อสมาชิกในกลุ่ม
4	เคล็ดลับการมีสุขภาพดี	1. น.ส.สากีนา สามะ รหัส 405455004 2. น.ส.ฟาตีม๊ะ บินตีมูฮำหมัด รหัส 405455005 3. น.ส.อาทิตยา สุขสายเมือง รหัส 405455008 4. นายกรวีร์ ลาวัลย์วุธ รหัส 405455009 5. น.ส.ญารอนา สันหลี รหัส 405455011 6. น.ส.สุมัยยะ ยะโกะ รหัส 405455016 7. น.ส.เพ็ญนภา บุญหลง รหัส 405455019 8. น.ส.ซูไวบ๊ะ จิมอ รหัส 405455020 9. น.ส.มณฑาทิพย์ บุญกอบ รหัส 405455033 10. นายนิอารีฟ หะยีแวและ รหัส 405455034 11.น.ส.ฟาตีเมาะ สตาปอ รหัส 405455040

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ภาคผนวก 8
ภาพถ่ายเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน
จากงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุ
ในเขตเทศบาลนครยะลา

การตลาดเชิงกิจกรรม

การประชาสัมพันธ์

การจัดอบรม

ภาคผนวก 8
ภาพถ่ายเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน
จากงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุ
ในเขตเทศบาลนครยะลา (ต่อ)

การโฆษณา

การใช้สื่อสัญลักษณ์ต่างๆ

ภาคผนวก 9

ภาพถ่ายเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : การสื่อสารด้วยผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม

ภาคผนวก 10

ภาพถ่ายนิทรรศการ “ยิ้มผู้สูงวัย” ระหว่างวันที่ 15-30 กันยายน 2556 ณ อุทยานการเรียนรู้ (TK park) จังหวัดยะลา

ภาคผนวก 10

ภาพถ่ายนิทรรศการ “ยิ้มผู้สูงวัย” ระหว่างวันที่ 15-30 กันยายน 2556

ณ อุทยานการเรียนรู้ (TK park) จังหวัดยะลา (ต่อ)

ภาคผนวก 11
ภาพถ่ายการประชุมระดมสมองพัฒนาการคิดเชิงบูรณาการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปัตตานี

ภาคผนวก 12
ภาพถ่ายนักศึกษาลงพื้นที่สัมภาษณ์เคล็ดลับต่างๆ จากผู้สูงอายุ

ภาคผนวก 13
คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ความแม่นตามโครงสร้าง

ข้อที่	คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R$	IC
1.	1	1	1	3	1
2.	1	1	1	3	1
3.	1	0	1	2	0.6
4.	0	1	1	2	0.6
5.	1	1	1	3	1
6.	1	1	1	3	1
7.	1	1	1	3	1
8.	1	1	1	3	1
9.	1	0	1	2	0.6

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล นางอัปสร อีซอ

Mrs. Apsorn E-sor

ที่อยู่ปัจจุบัน 5 ซอยหัวสะพาน 2 ถนนสิโรรส ตำบลสะเตง

อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000

การศึกษา ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สถานที่ทำงาน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

133 ถนนเทศบาล 3 ตำบลสะเตง

อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000

โทรศัพท์ 073 – 222329 โทรสาร 073 – 212108

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8

ประสบการณ์งานวิจัย

- งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการเรียน การสอน เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ของคณาจารย์ สถาบันราชภัฏยะลา (2541)
- งานวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทสมุนไพรลดความอ้วน (ศึกษากรณี 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้) (2548)
- งานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสอนแบบเกมในการจัดการเรียน การสอน สายวิชาการตลาด (ศึกษาเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้)
(2549-2550)
- งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดนักศึกษามุสลิมหญิง (ฮิญาบ) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้ (2551)
- งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดยะลา (2552-2553)
- งานวิจัยเรื่อง การใช้กิจกรรมประกวดเพื่อพัฒนาการคิดสร้างสรรค์สำหรับนักศึกษาการตลาด ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา (2554)
- งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัวข้าวเกรียบสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ (2554)
- งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา(2555)

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา