

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การพัฒนารูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค้โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต ในครั้งนี้เป็นการวิจัยรูปแบบ Model Research (Richey & Klein, 2007) ซึ่งได้ดำเนินการเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค้โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต (Model Development)

ระยะที่ 2 การตรวจสอบความตรงของรูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค้โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต (Model Validation)

ระยะที่ 3 การใช้รูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค้โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต (Model Use)

1. ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บฯ (Model Development)

การพัฒนารูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค้โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต ได้ดำเนินการเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการด้านความคิดสร้างสรรค์ในวิชากลยุทธ์การสร้างสรรค้โฆษณา ภาควิชาการ โฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย คือนักศึกษาเอกเลือกการสร้างสรรค้ (Creative) ภาควิชาโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพชั้นปีที่ 2-4 มีจำนวนทั้งสิ้น 100 คน อาจารย์ผู้สอน 3 ท่าน
2. ตัวแปรที่ศึกษา คือ สภาพการเรียนการสอน ความคิดเห็นของผู้เรียน และคะแนนความคิดออกเนกนัยของผู้เรียน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการด้านความคิดสร้างสรรค์ในวิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา คือ แบบสอบถามความคิดเห็น จำนวน 1 ฉบับ แบบวัดความคิดคอนเนกซ์ 1 ฉบับ และแบบสัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอน 1 ฉบับ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำหนังสือถึงอาจารย์ผู้รับผิดชอบประจำสาขาวิชาโฆษณาเพื่อขอทำการเก็บข้อมูล โดยอาจารย์ประจำวิชาเป็นผู้แจกแบบสอบถามและแบบวัด จากนั้นผู้วิจัยเข้าทำการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอนพร้อมรับเครื่องมือกลับมาด้วยตนเอง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับคำถามปลายเปิด นำเสนอข้อมูลเป็นตารางและความเรียง

ส่วนที่ 2 การพัฒนารูปแบบกิจกรรมชีนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต ใช้การวิจัยโดยการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) โดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ศึกษาสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานขององค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การสร้างรูปแบบกิจกรรมชีนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของรูปแบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนบนเว็บ คุณลักษณะและองค์ประกอบ จาก Banan and Milheim(1997); Jolette(1998); Khan(1998); Oliver(2000); Ally(2005)

1.2 ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมชีนเน็คติคส์ คุณลักษณะวิธีการ รูปแบบ องค์ประกอบต่างๆ การออกแบบจาก William J.J. Gordon (1972); Joyce and Weil (1996); Barbara Anne Heavillin(1998); Jeanine M. Dell'Olio and Tony Donk(2007)

1.3 ศึกษาข้อมูล แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนสร้างสรรค์โฆษณา (Philip Kotle(1991); Maritne(2001); Arens (2002); Smith และ Yang (2004) Belch, G. E. & Belch , M. A. (2004); การจัดการ โฆษณา(2549)

1.4 ศึกษาข้อมูล แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ รวมถึง วิถีวัดและประเมินผลจากแบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ จาก Torrance (อ้างถึงใน อารี พันธุ์มณี (2540); สำนักเลขาธิการสภาการศึกษาแห่งชาติ (2550); สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2545)

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

ขั้นการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการ โดยการพิจารณารายละเอียดของ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละเรื่อง แล้วนำมาเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และสรุปประเด็นสำคัญ จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเพื่อนำไปกำหนดกรอบแนวคิดของกิจกรรมชิ้นนี้ คคคค ในการเรียนการสอนบนเว็บวิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณาในขั้นต่อไป

ขั้นที่ 3 การกำหนดกรอบแนวคิดและกรอบกิจกรรมชิ้นนี้ คคคค

ดำเนินการ โดยนำประเด็นสำคัญจากการสังเคราะห์การวิจัยรูปแบบ (Model Research) และข้อมูลในขั้นที่ 2 มากำหนดกรอบแนวคิดและกรอบหลักสูตร มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. กรอบแนวคิดการวิจัยรูปแบบ Model Research ของ Richey & Klein (2007) ซึ่ง แบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบกิจกรรม (Model Development) ระยะที่ 2 การ ตรวจสอบความตรงของรูปแบบกิจกรรม (Model Validation) และระยะที่ 3 การใช้รูปแบบกิจกรรม (Model Use)
2. กรอบแนวคิดออกแบบการเรียนการสอนบนเว็บโดยใช้องค์ประกอบรูปแบบ กิจกรรมการเรียนการสอนบนเว็บ วิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนบนเว็บ และกิจกรรมการเรียนการสอนบนเว็บตามแนวคิดของ Banan and Milhem, (1997)
3. การจัดกิจกรรมชิ้นนี้ คคคค คุณลักษณะวิธีการ รูปแบบ องค์ประกอบต่างๆ การ ออกแบบจาก William J.J. Gordon, (1972) กำหนดและออกแบบกิจกรรมให้สะดวกต่อการทำงาน และใช้กระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม
4. กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ ตามแนวทางสำนักงาน เลขาธิการสภาการศึกษา (2550), Wallach and Kogan, (2000)
5. กระบวนการจัดการเรียนรู้วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณาที่นำมากำหนดใน หลักสูตรการเรียน เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับเนื้อหากลยุทธ์การสร้างสรรค์ โฆษณา Alex Osbonm (1999)

ขั้นที่ 4 การสร้างรูปแบบกิจกรรมชิ้นนี้ คคคคในการเรียนการสอนบนเว็บตามกรอบ แนวคิด และองค์ประกอบที่กำหนด ดังนี้

- 4.1 วิเคราะห์โครงสร้าง เนื้อหา และหลักการของชิ้นนี้ คคคคที่ต้องใช้

- 4.2 การกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหา และกิจกรรม
- 4.3 การกำหนดรูปแบบกิจกรรมการเรียนการสอน
- 4.4 สร้างสื่อเว็บการเรียนรู้ตามเนื้อหาที่กำหนด
- 4.5 สร้างเอกสารแบบทดสอบ แบบประเมินและแบบบันทึกต่างๆ ที่ใช้ในกิจกรรม
- 4.1 วิเคราะห์โครงสร้าง เนื้อหา และหลักการชี้นำความคิดที่ใช้ในการเรียน

1. หลักการ คือ สนับสนุนสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นให้ผู้เรียนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์โดยใช้การอุปมาอุปไมย (Metaphorical Form and Analogy) หรือการเปรียบเทียบ รวมถึงกำหนดและออกแบบกิจกรรมให้สะดวกต่อการทำงาน และใช้กระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม

2. รูปแบบกิจกรรมชี้นำความคิด เป็นรูปแบบการสอนนี้มุ่งเน้นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียน โดยนำเนื้อหาที่เรียนไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่คุ้นเคยตามประสบการณ์ โครงสร้างผู้สอนเป็นผู้ริเริ่มกระบวนการเรียนการสอนส่วนนักเรียนมีบทบาทอย่างกระตือรือร้นและเป็นอิสระ ผู้สอนจำเป็นต้องเป็นผู้ที่เปิดกว้างต่อความคิดสร้างสรรค์และยอมรับแนวคิดของผู้เรียน จุดเด่นก็คือนำเอาการเปรียบเทียบมาให้ผู้เรียนได้คิดพิจารณา และเปรียบเทียบกันอย่างละเอียดและเป็นระบบ เมื่อการเปรียบเทียบมาถึงจุดหนึ่งผู้เรียนก็จะสามารถเสนองานในมิติที่แตกต่างไปจากกรอบแนวคิดเดิม ๆ จุดมุ่งหมายเพื่อแก้ปัญหาโดยใช้วิธีการคิดอย่างต่อเนื่องและเชื่อมโยงกับประเด็นอื่นๆ ที่ดูเหมือนไม่มีความเกี่ยวข้องกันช่วยให้ได้แนวคิดใหม่ๆ ในการออกแบบกลไกทางความคิด “การอุปมาอุปไมย” (analogy) จอยส์และวิลส์, (1996) กำหนดการอุปมาอุปไมยไว้ 3 แนวทางคือ การอุปมาอุปไมยตรง การอุปมาอุปไมยตามความรู้สึกส่วนตัว และการอุปมาอุปไมยแบบคู่คำขัดแย้ง

4.2 กำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหา และกิจกรรม

กิจกรรมการเรียนการสอนบนเว็บในวิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา แบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 หน่วย แต่ละหน่วยบรรยายจะมีจุดประสงค์การเรียนรู้แตกต่างกันไป และมีกิจกรรมชี้นำความคิด ควบคู่ในทุกหน่วยการเรียน ซึ่งรูปแบบกิจกรรมชี้นำความคิดในการเรียนการสอนบนเว็บที่พัฒนาควบคุมมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา

4.3 การกำหนดรูปแบบกิจกรรมการเรียนการสอน ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 ก่อนการดำเนินกิจกรรม คือ ปฐมนิเทศผู้เรียนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเรียนรู้ ให้คำแนะนำ แสดงภาพกว้างของการจัดกิจกรรมบนเว็บ แสดงภาพกว้างโดยรวมของ เนื้อหาว่ามีอะไร กิจกรรมใดที่ผู้เรียนต้องทำบ้าง การเรียนรู้กระบวนการแก้ปัญหาการสร้างสรรค์ รวมทั้งความรู้และทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เครือข่าย การจัดกลุ่มผู้เรียน การลงทะเบียนเรียนบนเว็บ การวัดระดับความคิดสร้างสรรค์ก่อนเรียน (Pre-test)

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการเรียนการสอนกิจกรรมบนเว็บ นำเสนอเนื้อหากลยุทธ์การออกแบบสร้างสรรค์โฆษณาและกิจกรรมซึนเน็คติคส์โดยใช้เวปเบราว์เซอร์และเครื่องมือที่มีอยู่บนระบบเครือข่าย ได้แก่ ห้องสนทนา (Chat-room) รวมทั้งการป้อนกลับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน โดยให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กันบนเว็บที่สร้างขึ้น

กิจกรรมการแก้ปัญหาในการสร้างสรรค์โฆษณา ด้วยเทคนิคซึนเน็คติคส์ที่พัฒนาขึ้น มี 9 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 กิจกรรมรับเนื้อหาข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์และแนวทางเปรียบเทียบ

ขั้นที่ 2 กิจกรรมการฝึกการเปรียบเทียบเพื่อทำความเข้าใจสินค้าในลักษณะและมุมมองต่างๆ

ขั้นที่ 3 กิจกรรมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเส้นทางการเชื่อมโยงความเป็นไปได้และเป็นไปไม่ได้

ขั้นที่ 4 กิจกรรมการกำหนดประเด็นปัญหาหลัก ความต้องการลูกค้า สิ่งที่จะนำมาคิดสร้างสรรค์

ขั้นที่ 5 กิจกรรมการอุปมาอุปไมยเห็นพ้องตรงกัน Direct Analogy สร้างสิ่งเปรียบเทียบที่พ้องต้องกัน เทียบเคียงกับปัญหา บันทึกทุกความคิดที่สมาชิกกลุ่มแสดงออกมา

ขั้นที่ 6 กิจกรรมการอุปมาอุปไมยจากความรู้สึกส่วนตัว Personal Analogy โดยใช้ความรู้สึกส่วนตัวกับข้อเปรียบเทียบจากการอุปมาอุปไมยตรง บันทึกทุกความคิดของสมาชิก

ขั้นที่ 7 กิจกรรมการอุปมาอุปไมยแบบตรงกันข้าม โดยการนำผลการเปรียบเทียบที่ได้จากกิจกรรมที่ 6 มาหาคำคู่ที่ขัดแย้งกันจับกันเป็นคู่ ลงมติเลือกมา 1 คู่

ขั้นที่ 8 กิจกรรมการใช้คู่คำขัดแย้งที่ได้ มาสร้างการอุปมาอุปไมยตรงอีกครั้ง

ขั้นที่ 9 กิจกรรมการย้อนกลับไปสู่เงื่อนไขปัญหาเริ่มต้นของการสร้างสรรค์ที่ได้ระบุดอนเริ่มเรียน นำคำตอบที่ได้จากการกระบวนการเปรียบเทียบขั้นสุดท้ายประกอบเป็นโครงร่างโฆษณาขึ้นมาเพื่อนำไปปฏิบัติและสร้างสรรค์โฆษณาต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การวัดและประเมินผล เป็นการวัดและประเมินผลการเรียนตามสภาพจริง โดยมีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้และกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยการประเมินจากกระบวนการแก้ปัญหาในงานออกแบบ ผลของกิจกรรม การร่วมมือในการทำงานกลุ่ม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การนำเสนองานหรือไอเดีย การวัดความคิดสร้างสรรค์หลังเรียน (Post-test) รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคและข้อคิดเห็นจากกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ

4.4 สร้างสื่อการเรียนรู้ตามเนื้อหาที่กำหนด

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างสื่อเว็บไซต์ เพื่อการเรียนการสอนกิจกรรมชินเน็คติคส์ (<http://std.kku.ac.th/5150400683/>) สำหรับวิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา มีขั้นตอนการสร้างสื่อเว็บไซต์ คือการออกแบบผังงาน (Flow Chart) ตามรูปแบบกิจกรรมชินเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ และออกแบบสตอรี่บอร์ด (Storyboard) นำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้ข้อเสนอแนะ ปรับปรุงสร้างเว็บไซต์ตามผังงานและสตอรี่บอร์ด ตามลำดับ

4.5 สร้างเอกสารแบบทดสอบ แบบประเมิน และแบบบันทึกต่างๆ ที่ใช้ในกิจกรรม

1. แบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ ใช้เครื่องมือวัดความคิดสร้างสรรค์ตามหลักการของทอร์เรนซ์ Torrance test of creative thinking (Figural test booklet B, 1968) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีความเป็นมาตรฐานในการวัดความคิดสร้างสรรค์ และเป็นแบบทดสอบที่ได้รับการมาตรฐานเป็นที่ยอมรับแล้ว โดยในแต่ละกิจกรรมจะตรวจให้คะแนน 4 ด้าน คือ ความคิดคล่อง ความคิดริเริ่ม ความคิดยืดหยุ่น และความคิดละเอียดลออ วัดค่าความเที่ยงของแบบทดสอบ (reliability) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson product moment coefficients ดังนี้ ด้านความคิดคล่อง .96 ความคิดริเริ่ม .94 ความคิดยืดหยุ่น .86 และความคิดละเอียดลออ .91 (Torrance, 1968) ประกอบด้วยกิจกรรม 3 ชุด

กิจกรรมชุดที่ 1 การวาดภาพ (Picture Construction) เป็นการวาดภาพต่อเติมจากรูปภาพใบที่กำหนด ให้มีลักษณะแปลกใหม่ น่าตื่นตึ่งและน่าสนใจที่สุด และให้ตั้งชื่อภาพให้แปลกที่สุด

กิจกรรมชุดที่ 2 การวาดภาพให้สมบูรณ์ (Picture Completion) เป็นการให้วาดต่อเติมภาพจากเส้นต่างๆที่กำหนดให้มีจำนวน 10 ภาพ ให้แปลกและน่าสนใจ พร้อมทั้งตั้งชื่อภาพให้น่าสนใจ

กิจกรรมชุดที่ 3 การใช้เส้น (Parallel line) เป็นการให้ต่อเติมภาพจากเส้นคู่ขนานจำนวน 30 คู่ กิจกรรมนี้เน้นการประกอบภาพ โดยใช้คู่ขนาน เป็นส่วนสำคัญของภาพและต่อเติมให้แตกต่างไม่ซ้ำกัน และตั้งชื่อภาพที่ต่อเติมให้แปลกและน่าสนใจ

การเลือกใช้แบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์

- ศึกษาเอกสาร หลักการ วิธีการสร้างเครื่องมือวัดความคิดสร้างสรรค์ของทอร์เรนซ์ Torrance test of creative thinking (Figural test booklet B, 1968)

- ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์ พร้อมรับคำแนะนำ ในการเลือกใช้แบบทดสอบ TTCT Form A สำหรับวัดความคิดสร้างสรรค์ในเนื้อหาที่เกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานโฆษณาของผู้เรียนระดับปริญญาตรี

- สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์

- นำเครื่องมือเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ตลอดจนความครบถ้วนสมบูรณ์และความครอบคลุมของข้อคำถาม จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขและตรวจทาน

- จัดพิมพ์แบบทดสอบเพื่อนำไปใช้ต่อไป

2. แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ สอบถามในด้านสภาพแวดล้อมการเรียนการสอน การปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูและผู้เรียน รวมไปถึงกระบวนการเรียนการสอน และศึกษาจากเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) โดยได้รับคำแนะนำการสร้างและปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญ

รายละเอียดการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์

- ศึกษาแนวคิด หลักการจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ

- กำหนดกรอบหรือองค์ประกอบของสิ่งที่ต้องการประเมิน

- เขียนข้อคำถามให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการประเมิน

- เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

- พิจารณาปรับปรุง แก้ไขและตรวจสอบความถูกต้อง

- นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์อีกครั้ง ก่อนจัดพิมพ์และนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

3. สร้างคู่มือการตรวจให้คะแนนแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ การศึกษา ลักษณะของคู่มือการตรวจให้คะแนนแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ โดยศึกษาจากคู่มือการตรวจให้คะแนนแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ของ Anastasi (1988), Cramond, B., Matthews-Morgan, J., Bandalos, D., & Zuo, L. (2005). เป็นแนวทาง

4. สร้างแบบประเมินความเหมาะสม และแบบตรวจสอบความตรงรูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ

- แบบประเมินความเหมาะสมด้านเนื้อหา (Content) วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์ โฆษณา

- แบบประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบการเรียนการสอนบนเว็บที่พัฒนาขึ้น

- แบบประเมินความเหมาะสมด้านกิจกรรมซึนเน็คติคส์ และ

- แบบตรวจสอบความตรงรูปแบบกิจกรรมซึนเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ

เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบความตรงของสื่อเว็บ (Web-based Instruction) ได้แก่ แบบประเมินต่างๆ ดำเนินการสร้างและพัฒนา ดังนี้

- ศึกษาแนวคิด หลักการจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวกับรูปแบบการการเรียนการสอนบนเว็บ โดย การสร้างและพัฒนาแบบประเมิน

- กำหนดกรอบหรือองค์ประกอบของสิ่งที่ต้องการประเมิน

- เขียนข้อคำถามให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการประเมิน

- เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

- พิจารณาปรับปรุง แก้ไขและตรวจสอบความถูกต้อง

- นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์อีกครั้ง ก่อนจัดพิมพ์และนำไปใช้

จากการดำเนินการสร้างรูปแบบทำให้ได้รับข้อเสนอแนะ โครงสร้างองค์ประกอบของรูปแบบกิจกรรมชิ้นเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต ผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะและปรับปรุงดังนี้

ข้อ	ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ	การปรับปรุง
1	มีความคิดเห็นว่าแต่ละหน่วยบรรยาย น่าจะนำบทสรุปของแต่ละบทมาใช้ด้วย เนื่องจากบทสรุปจะมีส่วนช่วยในการสรุปแนวคิด ซึ่งน่าจะเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการเรียนรู้	ทำ sheet สรุปท้ายบทเพื่อให้สามารถดาวน์โหลดไปเรียนรู้หลักจากการเรียนการสอน
2	เมนูอาหารน่าจะเปลี่ยนเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เรียนเข้าใจ และคุ้นเคยได้ง่ายๆ	นำเสนอรูปภาพของอาหารและสัดส่วนองค์ประกอบอาหารให้พอดีกับหน่วยบรรยาย เพื่อการเข้าใจ
3	ควรมีการเกริ่นนำวัตถุประสงค์การเรียนรู้ในแต่ละข้อ และอธิบายถึงการเชื่อมโยงในแต่ละข้อ	แทรกข้อมูลวัตถุประสงค์ไว้ในหน้าแรกของทุกๆ กิจกรรมในเว็บเพจ เพื่อเชื่อมโยงการทำงานและเข้าใจในภารกิจที่ต้องปฏิบัติ

ข้อ	ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ	การปรับปรุง
4	ในขณะดำเนินกิจกรรมควรเพิ่มช่วงเวลาเพื่อให้ผู้เรียนได้ค้นหาข้อมูลด้วยตนเองนอกเหนือจากแหล่งความรู้ที่จัดให้เรียน	ในการดำเนินกิจกรรม ได้ยกเลิกการกำหนดเวลาในแต่ละขั้นของทำกิจกรรมเพื่อผู้เรียนได้หาข้อมูลเพิ่มเติมและอภิปรายกลุ่มได้อย่างเต็มที่
5	ในขั้นกิจกรรมการแก้ปัญหาการสร้างสรรค์โฆษณาควรอธิบายและบรรยายละเอียดเพิ่มเติม	ผู้สอนนำคำตอบจากการเปรียบเทียบขั้นสุดท้ายของแต่ละกลุ่ม มาสรุปและอธิบายภารกิจที่ต้องทำให้แต่ละกลุ่มทราบอีกครั้ง
6	อธิบายการทำงานของเครื่องมือในกิจกรรมย่อยและแนวทางการปฏิบัติ	ผู้สอนเพิ่มเติมการแนะนำการใช้ห้องสนทนา (chat room) โดยหัวหน้าทีมจะมีช่องเพื่อส่งคำตอบ ยืนยันสู่ลูกทีมก่อนทำการส่งคำตอบจริง และนำทีมสู่กิจกรรมย่อยต่อไป ทำให้มีหน้าต่างห้องสนทนาที่แตกต่างจากลูกทีมที่มีเฉพาะช่องสนทนา

2. ระยะที่ 2 การตรวจสอบความตรงของรูปแบบกิจกรรมซินเน็คติกส์ในการเรียนการสอนบนเว็บฯ (Model Validation)

ในการตรวจสอบความตรงของรูปแบบกิจกรรมซินเน็คติกส์ในการเรียนการสอนบนเว็บฯ ใช้วิธีการประเมินความเที่ยงตรงทั้งภายในและภายนอกโดยผู้เชี่ยวชาญและการทดลองใช้รูปแบบกิจกรรมซินเน็คติกส์ ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในขั้นตรวจสอบความตรงนี้ เพื่อทดสอบการเลือกใช้สื่อต่อกระบวนการนั้นว่ามีความเหมาะสมผลเพียงใด เป็นการพิจารณาความสัมพันธ์การทดลองใช้รูปแบบไปสู่ผลที่ต้องการ นั่นคือการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียน มีการวัดความคิดสร้างสรรค์ก่อนและหลัง (One-Group Pretest-Posttest Study Design) รวมถึงเพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการทดลองกับผลที่เกิดขึ้น มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบกิจกรรมซินเน็คติกส์ในการเรียนการสอน วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา ด้าน โครงสร้างและหลักการของรูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 10 ท่าน จำแนกเป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โปรแกรม, ผู้เชี่ยวชาญด้านซินเน็คติกส์, ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบการเรียนการสอนบนเว็บ, ผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์, ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลกับนักศึกษา สาขาการโฆษณา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 28 คน โดยใช้เวลาในการทดลอง 4 สัปดาห์

1. ปฐมนิเทศนักศึกษาโดยการอธิบาย ชี้แจงทำความเข้าใจ แนะนำการลง ทะเบียนเรียน ในเว็บ การเข้าสู่บทเรียน การทำกิจกรรม การทำแบบฝึกหัด การทำแบบทดสอบหลังเรียน การส่งงานผ่านเว็บ การซักถามและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ และระหว่างนักศึกษาด้วยกัน ทำการแบ่งกลุ่มเพื่อจะเรียนรู้กิจกรรม

2. การทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ (Pre test)

3. เข้าสู่การดำเนินกิจกรรม นักศึกษาทำกิจกรรมการเรียนการสอนบนเว็บตามระยะเวลาและขั้นตอนที่กำหนดไว้รวมระยะทั้งหมดเวลา 4 สัปดาห์

4. นักศึกษาทำแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์หลังเรียน (Post-test) หลังจากเสร็จสิ้นการดำเนินรูปแบบกิจกรรมชนิดดังกล่าวในการเรียนการสอนบนเว็บ 4 สัปดาห์

5. ตรวจสอบให้คะแนนแบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ทั้งก่อนและหลังเรียน

รายละเอียดการตรวจให้คะแนนแบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ ดังนี้

1. ผู้วิจัยส่งหนังสือเพื่อดำเนินการขอแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญการตรวจให้คะแนนความคิดสร้างสรรค์ในการทดลอง ต่อภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2. ผู้วิจัยเข้าพบผู้เชี่ยวชาญที่จะตรวจสอบให้คะแนนความคิดสร้างสรรค์

3. ผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัย ทำการตกลงวิธีการตรวจให้คะแนน โดยใช้คู่มือการตรวจให้คะแนนความคิดสร้างสรรค์ของ Anastasi (1988) เป็นแนวทาง

4. ผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัยทำการซักซ้อมการตรวจ และนำผลการซักซ้อมมาเปรียบเทียบ เพื่อดูทิศทางของการให้คะแนนให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน การยอมรับได้ และยอมรับไม่ได้ของลักษณะการทำแบบทดสอบ

5. ผลการตรวจให้คะแนนมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัย ทำข้อตกลงในการตรวจให้คะแนนการทดลองจริง โดยให้ผู้วิจัยตรวจนับคะแนนในรายละเอียดตามเกณฑ์การให้คะแนนของ Anastasi, (1988) และผู้เชี่ยวชาญจะตรวจให้คะแนนในภาพรวม

6. เก็บรวบรวมผลการวัดความคิดสร้างสรรค์ก่อนและหลังนำมาตรวจให้คะแนน โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัยนำคะแนนการตรวจแบบละเอียดและแบบภาพรวมเปรียบเทียบทิศทางของคะแนนก่อนนำไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

ข้อมูลที่ได้จากแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษานำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ตรวจสอบให้คะแนน 4 ด้าน คือ ความคิดคล่อง ความคิดริเริ่ม ความคิดยืดหยุ่น และความคิดละเอียดลออ ซึ่งค่าความเที่ยงของแบบทดสอบ(reliability) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson product moment coefficients ดังนี้ ด้านความคิดคล่อง .96 ความคิดริเริ่ม .94 ความคิดยืดหยุ่น .86 และความคิดละเอียดลออ .91 (Torrance, 1968) วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าร้อยละ (Percentage: %) ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) นำมาวิเคราะห์หาค่าความ และสรุปผลการตรวจสอบความตรง รวมถึงพิจารณาความสัมพันธ์การทดลองใช้รูปแบบไปสู่ผลที่ต้องการ

3. ระยะที่ 3 การใช้รูปแบบกิจกรรมชนิดคิดส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ (Model Use)

เป็นการศึกษาผลของรูปแบบกิจกรรมที่พัฒนาขึ้น ไปสู่วัตถุประสงค์หลักของการวิจัย คือ การพัฒนารูปแบบกิจกรรมชนิดคิดส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์ โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต รวมถึงพิจารณาความคิดเห็นของผู้เรียน และพิจารณาความสัมพันธ์ของกิจกรรมที่สร้างขึ้น ไปสู่รูปแบบการออกแบบการสอน (ISD Model) และพิจารณาความสัมพันธ์ของกิจกรรมที่สร้างขึ้นกับผลที่ได้ไปสู่หลักทฤษฎี การใช้รูปแบบกิจกรรมชนิดคิดส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์ โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต การใช้รูปแบบกิจกรรมชนิดคิดส์ในการเรียนการสอนบนเว็บประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาเอกโฆษณา ภาควิชาเทคโนโลยี การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2553

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาเอกโฆษณา ภาควิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 28 คน ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา การสร้างสรรค์โฆษณา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2553 ได้มาโดยความสมัครใจ ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยใช้ วิธีการกำหนดตามตารางสำเร็จรูปของเฮนเดล (Darwin Hendel, 1977)

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรต้น รูปแบบกิจกรรมชินเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต

- ตัวแปรตาม ได้แก่ 1. ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา
2. ความคิดเห็นต่อกิจกรรมฯของนักศึกษา

2. การเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

1. รูปแบบกิจกรรมชินเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต

แบบแผนการทดลองเป็นการวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น Pre-Experimental แบบกลุ่มทดลองกลุ่มเดียวและมีการทดสอบก่อนและหลัง (One-Group Pretest-Posttest Study Design) มีแบบแผนดังนี้

O_1

X

O_2

สัญลักษณ์ที่ใช้ในแบบแผนการทดลอง

O_1 แทน การทดสอบก่อนจะจัดกระทำทดลอง (Pre-test)

X แทน การจัดกระทำ (Treatment) คือ รูปแบบกิจกรรมชินเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต

O_2 แทน การทดสอบหลังจากที่จัดกระทำทดลอง (Post-test)

2. แบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ก่อนเรียนและหลังเรียน

3. แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบกิจกรรมชินเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ

3. ดำเนินการใช้รูปแบบกิจกรรมชินเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต ดังนี้

การใช้รูปแบบเป็นการดำเนินกิจกรรมชินเน็คติคส์บนสื่อเว็บตามรูปแบบกิจกรรมชินเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต จะจัดขึ้นในภาคเรียนที่1 ปีการศึกษา 2553 ผู้วิจัยดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษากลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือ

ในการทดลองและใช้ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยก่อนการทดลองผู้วิจัยได้สอนทักษะในการใช้โปรแกรมดังกล่าว และสร้างความคุ้นเคยกับผู้เรียนจากนั้นจึงดำเนินการใช้ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

3.1 ขั้นก่อนการดำเนินกิจกรรม เป็นการปฐมนิเทศเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมชินเน็คติกส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต โดยแนะนำรูปแบบกิจกรรมชินเน็คติกส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ กิจกรรมการสร้างสรรค์โฆษณา การวัดและประเมินผล รวมถึงการฝึกทักษะการใช้เครื่องมือสื่อสารบนเว็บ ได้แก่ การใช้โปรแกรมสนทนา (Chat) การใช้กระดานสนทนา (Web board) และการส่งข้อมูลผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นต้น และฝึกทักษะการใช้เว็บไซต์ตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ การเข้าสู่เว็บไซต์ และการเข้าสู่ระบบ เป็นต้น ดำเนินการแบ่งกลุ่มโดยให้นิสิตจับกลุ่มตามความสมัครใจ ในแต่ละกลุ่มประกอบด้วยสมาชิก 7 คน จำนวน 4 กลุ่ม แจ้งกำหนดเวลาตารางเรียน และช่วงเวลาที่ผู้วิจัยทำหน้าที่ดำเนินการเข้ามาให้ผลป้อนกลับภายในเว็บไซต์ และภายในห้องเรียน ทำการทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ก่อนเรียน (Pre test) โดยแบบทดสอบ TTCT Form A.

3.2 ขั้นดำเนินการตามรูปแบบกิจกรรมชินเน็คติกส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา หรือ CAPUCHINO MODEL ประกอบด้วยขั้นตอน 9 ขั้นตอน

โดยขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์แบบเสมือนจริง ด้วยการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นเครื่องมือหรือสื่อในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ผู้เรียนร่วมทำกิจกรรมผ่านเครื่องมือสื่อสารบนเว็บ เช่น โปรแกรมสนทนา (Chat) การใช้กระดานสนทนา (Web board) และการส่งข้อมูลผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นต้น มีการทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย มีกิจกรรมที่ให้สมาชิกได้ร่วมอภิปรายแลกเปลี่ยนกับสมาชิกในกลุ่ม หาข้อตกลงร่วมกัน สรุปรูปเป็นฉันทมติของกลุ่ม และสำเร็จเป็นผลงานของกลุ่มในที่สุด ซึ่งใช้เวลาดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนบนเว็บ 4 สัปดาห์ 8 คาบเรียน โดยคาบเรียนแรกและคาบเรียนสุดท้ายผู้เรียนจะต้องทำแบบทดสอบเพื่อวัดระดับความคิดสร้างสรรค์

3.3 ขั้นการวัดและประเมินผล เป็นการวัดและประเมินผลการเรียนตามสภาพจริง การวัดความคิดเห็นของผู้เรียนต่อกิจกรรม และการวัดความคิดสร้างสรรค์หลังจากกิจกรรมชินเน็คติกส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ

4. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบทดสอบ แบบสอบถาม แบบประเมิน และแบบบันทึกต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้

4.1 แบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ เปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม กรณีกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระแก่กัน (Dependent) สูตรที่ใช้คำนวณค่าที (t-test) โดยใช้โปรแกรม SPSS17.0

รายละเอียดการตรวจให้คะแนนความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียน มีดังนี้

1. ผู้วิจัยเข้าพบผู้เชี่ยวชาญที่จะตรวจสอบให้คะแนนความคิดสร้างสรรค์
2. ผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัย ทำการตกลงวิธีการตรวจให้คะแนน โดยใช้คู่มือการตรวจ

ให้คะแนนความคิดสร้างสรรค์ของ Anastasi (1988) เป็นแนวทาง

3. ผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัยทำการซ้อมการตรวจ และนำผลการซ้อมมาเปรียบเทียบเพื่อดูความทิศทางของการให้คะแนนให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน การยอมรับได้ และยอมรับไม่ได้ของลักษณะการทำแบบทดสอบของผู้เรียน

4. ผลการตรวจให้คะแนนมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัยทำข้อตกลงในการตรวจให้คะแนนการทดลองจริง โดยให้ผู้วิจัยตรวจนับคะแนนในรายละเอียดตามเกณฑ์การให้คะแนนของ Anastasi (1988) และผู้เชี่ยวชาญจะตรวจให้คะแนนในภาพรวม

5. หลังจาก ได้ผลการคะแนนจากการเก็บข้อมูลจริงผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัยนำคะแนนการตรวจแบบละเอียดและแบบภาพรวมเปรียบเทียบทิศทางของคะแนนก่อนนำไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

4.2 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบกิจกรรมชิ้นนี้คิดส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

มีความเหมาะสมมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มีความเหมาะสมมาก	ให้	4	คะแนน
มีความเหมาะสมปานกลาง	ให้	3	คะแนน
มีความเหมาะสมน้อย	ให้	2	คะแนน
มีความเหมาะสมน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

และได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย โคนอาศัยเกณฑ์ประมาณค่า(Best, 1981:159) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

รวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากข้อเสนอแนะอื่นๆ นำมาวิเคราะห์และตีความ

5. สรุปผลการใช้

ผู้วิจัยนำผลคะแนนความคิดสร้างสรรค์ที่ได้จากการคำนวณค่าทางสถิติและแบบประเมินความคิดเห็นที่ลงคะแนนเรียบร้อยแล้วมาสรุปผลการดำเนินการใช้รูปแบบ รวมถึงพิจารณาความคิดเห็นของผู้เรียน และพิจารณาความสัมพันธ์ของกิจกรรมที่สร้างขึ้น ไปสู่รูปแบบการออกแบบการสอน (ISD Model) และพิจารณาความสัมพันธ์ของกิจกรรมที่สร้างขึ้นกับผลที่ได้ไปสู่หลักทฤษฎี

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยเรื่องการพัฒนา รูปแบบกิจกรรมชิ้นเน็คติคส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต สรุปได้ดังภาพที่ 8 ดังนี้





ภาพที่ 8 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัยการพัฒนารูปแบบกิจกรรมจีนเน็คติกส์ในการเรียนการสอนบนเว็บ วิชาการกลยุทธ์สร้างสรรค์โฆษณา เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต

