# บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media และ 3) ศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media ประกอบด้วยขั้นตอนการวิจัย 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพของการตรวจสอบระบบเครือข่าย ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ระยะที่ 2 พัฒนาระบบตรวจสอบและจัดการเครือข่าย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และ ระยะที่ 3 ศึกษาการยอมรับระบบตรวจสอบและจัดการเครือข่าย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้วิจัยนำเสนอ สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 5.1.1 การศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่า แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” ประกอบ 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 หลักสูตรการอบรม “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” จำนวน 2 หลักสูตร คือ หลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และ หลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน ส่วนที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยสื่อแบบรูปภาพ และ สื่อวีดีโอแบบ Info Graphic ส่วนที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การกำหนดเป้าหมาย การออกแบบและพัฒนาสื่อ และ วิธีการประชาสัมพันธ์ ส่วนที่ 4ช่องทางการสื่อสารบน Social Media ประกอบด้วย 2 ช่องทาง คือ Facebook และ line และส่วนที่ 5 ตัวชี้วัด จำนวน 5 ตัว คือ 1) ความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยี 2) ความเหมาะสมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ 3) ความเหมาะสมของสื่อการประชาสัมพันธ์ 4) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ และ 5) การรับรู้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายจากสื่อการประชาสัมพันธ์ และผลการสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อความเหมาะสมของแนวทาง โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ระดับมากที่สุด

5.1.2 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่า ผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อตามแนวคิดที่ได้ออกแบบไว้ ประกอบด้วยสื่อ 2 รูปแบบ คือ สื่อแบบรูปภาพ และ สื่อวีดีโอแบบ Info Graphic พร้อมกับนำสื่อที่ได้นำเสนอผ่านช่องทางที่กำหนด และนำไปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งโดยรวมและรายด้านมีความเหมาะสมสื่ออยู่ระดับมากที่สุด โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องในหลักการที่ได้ออกแบบไว้ สื่อรูปภาพโปสเตอร์และสื่อวีดีทัศน์ของทั้ง 2 หลักสูตร และ ช่องทางประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ

5.1.3 การศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่า ผู้วิจัยได้นำเสนอสื่อผ่านช่องทาง Facebook และ Line เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายคือ ครูที่สนใจเข้ารับการอบรม จำนวน 198 คน หลังจากนั้นสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า โดยรวมกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดย ครูผู้เข้าอบรมมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์โดย คือ สื่อรูปภาพโปสเตอร์ และสื่อวีดีทัศน์รวมทั้งการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media และมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media ที่ประกอบด้วยสื่อวีดีทัศน์ และสื่อรูปภาพโปสเตอร์ อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ

**5.2 อภิปรายผลการวิจัย**

### 5.2.1 การศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่า แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” พบว่าผลการสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อความเหมาะสมของแนวทาง โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ระดับมากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้วิจัยได้ศึกษาปัญหาและความต้องการ รวมทั้งช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับบริบทของครู จากครูกลุ่มเป้าหมายและนำมาออกแบบหลักการประชาสัมพันธ์ที่ประกอบ 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 หลักสูตรการอบรม “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” จำนวน 2 หลักสูตร คือ หลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และ หลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน ส่วนที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยสื่อแบบรูปภาพ และ สื่อวีดีโอแบบ Info Graphic ส่วนที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การกำหนดเป้าหมาย การออกแบบและพัฒนาสื่อ และ วิธีการประชาสัมพันธ์ ส่วนที่ 4 ช่องทางการสื่อสารบน Social Media ประกอบด้วย 2 ช่องทาง คือ Facebook และ line และส่วนที่ 5 ตัวชี้วัด จำนวน 5 ตัว คือ 1) ความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยี 2) ความเหมาะสมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ 3) ความเหมาะสมของสื่อการประชาสัมพันธ์ 4) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ และ 5) การรับรู้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายจากสื่อการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ อภิชัจ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตระรุจิ (2013, น. 24-38) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต องค์กรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้าและการบริการเพื่อช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ควรให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอ ตลอดจนรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์และการสนับสนุนองค์กร

5.2.2 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นโดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อตามแนวคิดที่ได้ออกแบบไว้ ประกอบด้วยสื่อ 2 รูปแบบ คือ สื่อแบบรูปภาพ และ สื่อวีดีโอแบบ Info Graphic พร้อมกับนำสื่อที่ได้นำเสนอผ่านช่องทางที่กำหนด และนำไปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งโดยรวมและรายด้านมีความเหมาะสมสื่ออยู่ระดับมากที่สุด โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นได้นำหลักการที่ได้ออกแบบไว้ มาสู่การพัฒนาสื่อรูปภาพโปสเตอร์และสื่อวีดีทัศน์ของทั้ง 2 หลักสูตร ให้เหมาะสมกับช่องกทางการนำเสนอ เพื่อการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ สุรศักดิ์ ปาเฮ (2556, น. 1-9) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพสื่อประชาสัมพันธ์ในยุคสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสังคมโลกออนไลน์ที่ทรงประสิทธิภาพในปัจจุบันนั้น สื่อทางอินเทอร์เน็ตประเภทการจัดทำเว็บไซต์ (Website) นับได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในความนิยมของทุกวงการหรือหน่วยงาน รวมทั้งสื่อส่วนบุคคลที่ได้สร้างขึ้นมาเพื่อสื่อสารเนื้อหาสาระไปสู่สังคมวงกว้างในยุคแห่งสังคมแบบเปิดหรือ Open Society ในปัจจุบัน ดังนั้นประสิทธิภาพของสื่อดังกล่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์จึงเป็นบทบาทสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องต้องสร้างและนาเสนอภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีของการผลิตสื่อและกระบวนการสื่อสารที่ต้องดาเนินไปอย่างคู่ขนานเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีพลังสร้างองค์กรให้ก้าวไปในกระแสสังคมได้อย่างมีคุณภาพและมีศักดิ์ศรี ภายใต้การนาเสนอเนื้อหาสาระหรือข้อมูลในรูปแบบสื่อยุคใหม่ที่เรียกว่า “สื่ออินเทอร์เน็ต” หรือการผลิตสื่อเว็บไซต์

5.2.3 การศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจาก ผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อที่สอดคล้องกับความต้องการของครู จากการสอบถามความคิดเห็นของครูและนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญปรับให้มีเนื้อหาประเด็นที่ครูต้องการทราบและลักษณะสื่อที่เหมาะสมกับช่องทางการนำเสนอที่ครูเข้าถึงได้สะดวก ง่าย และรวดเร็ว โดยเลือกช่องทางการนำเสนอสื่อผ่านช่องทาง Facebook และ Line เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายคือ ครูที่สนใจเข้ารับการอบรม ได้ศึกษาจากสื่อ หลังจากนั้นสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งช่องทางการนำเสนอ สื่อรูปภาพโปสเตอร์ และสื่อวีดีทัศน์ รวมทั้งการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media สอดคล้องกับ วิยะดา ฐิติมัชฌิมา (2560, น. 151-156) ได้ศึกษาเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์ : แนวโน้ม ปรากฏการณ์ และจริยธรรม ผลการศึกษา พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์คือพื้นที่สาธารณะที่คนจากทั่วโลกสามารถมาติดต่อสื่อสาร และแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ และสอดคล้องกับ อภิชัจ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตระรุจิ (2556, น. 24-38) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต องค์กรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้าและการบริการเพื่อช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

**5.3 ข้อเสนอแนะ**

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ จากการวิจัยพบว่า ครูส่วนใหญ่ต้องการสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อบอกต่อ หรือส่งต่อไปยังเพื่อนครูในกลุ่มของตนเอง แต่ครูบางคนยังไม่มีความเข้าใจการส่งต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มแนวทางหรือวิธีการส่งต่อสื่อแนบไปพร้อมสื่อนำเสนอ เพื่อสะดวกในการส่งต่อของครูที่สนใจต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ครูที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการทดลอง ส่วนใหญ่เป็นครูที่ผ่านการอบรมคูปองครูของหน่วยงานคณะเทคโนโลยีสารสนเทศในปีที่ผ่านมา และเป็นกลุ่มครูที่เป็นสมาชิกอยู่ในช่องทางการสื่อสารอยู่ก่อนแล้ว จึงมีหลักสูตรอบรมเข้าใจ และเลือกแนวทางการอบรมผ่านหน่วยงานพัฒนาครูที่เคยผ่านการอบรมอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไป หากทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างครูที่ไม่เคยเป็นสมาชิกหรือไม่เคยผ่านการอบรมของหน่วยพัฒนาครู กับครูที่เคยอบรมเพื่อศึกษาประเด็นความเข้าใจ ความสนใจ หรือการรับรู้สื่อต่อไป

5.3.2.2 ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำในการวัดผลการสมัครเข้าอบรมในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามว่าครูเข้ามาจากผลการเผยแพร่การเข้าถึงการนำส่งสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดียหรือไม่ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาผลการประชาสัมพันธ์อบรมที่ส่งผลต่อการสมัครเข้ารับการอบรมต่อไป