

1140 126547

การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม
ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC



นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



ใบอนุญาตวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

เรื่อง : การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC

ผู้วิจัย : นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง

ได้รับอนุมัติเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี

๕๕๕

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนิท ตีเมืองชัย)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละอองทิพย์ มัทธูรศ)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรปภา อารีราษฎร์)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สุนันtha กลิ่นถาวร)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เพด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร)

๕๕๕

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์)

ชื่อเรื่อง : การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้
วิชาชีพครู TM-PLC

ผู้วิจัย : นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง

ปริญญา : ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี)
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.เผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์

ปีการศึกษา : 2562

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ (1) ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media (2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media และ (3) ศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media กลุ่มเป้าหมายเป็นครูผู้สอนที่สนใจเข้ารับการอบรมในหลักสูตรการพัฒนาครูของศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน พ.ศ. 2561 คัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 200 คน โดยเป็นครูที่รายงานตัวเข้ารับการอบรมหลักสูตรอบรมของศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน จำนวน 3 รุ่น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู แบบรูปภาพ และ สื่อวิดีโอ และสถิติที่ใช้ในงานวิจัยคือ สถิติพื้นฐาน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่า แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 หลักสูตรการอบรม จำนวน 2 หลักสูตร ส่วนที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยสื่อแบบรูปภาพ และ สื่อวิดีโอแบบ 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 โดยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อความเหมาะสมของแนวทาง โดยรวม

มีความเหมาะสมอยู่ระดับมากที่สุด (2) ผล การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการ
ประยุกต์ใช้ Social Media พบว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมมีความ
เหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุดและ (3) ผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการ
ประยุกต์ใช้ Social Media พบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และการรับรู้
การประชาสัมพันธ์จากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media
โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : โซเชียลมีเดีย สื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ หลักสูตรอบรมครู ชุมชนวิชาชีพครู



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Title : Application of Social Media for Teaching Professional Training
Promotion to Community of TM-PLC

Author : Miss Kanchana Saeheng

Degree : Master of Science (Technology Management)
Rajabhat Maha Sarakham University

Advisors : Dr. Padej Phomasakha Na Sakolnakorn
Assistant Professor Dr. Tharach Arreerard

Year : 2019

ABSTRACT

The objectives of the research were: (1) to investigate the guidelines for promoting teaching professional training courses by applying social media; (2) to develop media for public relations of the training courses; and (3) to assess the results of using the media for public relations of the training courses. The target population were two hundred teachers who attended the teaching professional training courses of the Community ICT Learning Center in 2018. The instrument was media for public relations of the teaching professional training courses with photos and video. The statistics used were the percentage, mean and standard deviation.

The Results of Research were as follows: (1) the study showed that the guidelines for promoting the teaching professional training community consisted of (1.1) two training courses, (1.2) media for public relations with photos and video, (1.3) three steps of public relations process: target group, media design and development for public relations and method for promotion, 4 two communication channels: facebook and line, and 5 five indicators. The overall opinion of the experts toward

the appropriateness of the guidelines was at the highest level; (2) The overall opinion of the expert toward the appropriateness of the media for public relations of the teaching training courses was at the highest level; and (3) the overall satisfaction of the trainees with the media for public relation of the teaching training courses was at the highest level.

Keywords : Social media, Media for Public Relations, Teacher Training Course,
Teaching Professional Community



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Long D...'.

Major Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.เผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งได้ให้ความกรุณาให้ความช่วยเหลือ แนะนำให้คำปรึกษาต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งผู้วิจัยกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละอองทิพย์ มัทธูรศ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.สุนันทา กลิ่นถาวร กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิสอบวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย พร้อมทั้งตรวจสอบและประเมินเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ให้การสนับสนุน อำนวยความสะดวกในเรื่องสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ และบุคลากร ในการทดลองงานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระครูผู้สอนสังกัดสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่ให้การสนับสนุนการทำวิจัย เข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาข้อมูล การสัมภาษณ์ การทดลองงานวิจัย และร่วมติดตามประเมินผลการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณ บุคลากร คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ช่วยเหลือ สนับสนุน การทำวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณเจ้าของบทความ เอกสาร งานวิจัย เว็บไซต์ ที่กล่าวถึงและไม่กล่าวถึงในครั้งนี้

หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอมอบคุณงามความดีในครั้งนี้แก่มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยอันทรงคุณค่าควรแก่การเทิดทูน

นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ค
ABSTRACT	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	7
1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	8
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	10
2.1 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน	10
2.2 ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ PLC	11
2.3 สื่อสังคม (Social Media)	16
2.4 หลักการรับรู้ความสามารถของตนเอง	22
2.5 หลักการวัดความพึงพอใจ	27
2.6 หลักการประชาสัมพันธ์	30
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	38
ระยะที่ 1 สังเคราะห์รูปแบบการอบรมครูในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู	38
ระยะที่ 2 พัฒนาคู่มือการอบรมครูในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริม ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู	42

หัวเรื่อง	หน้า
ระยะที่ 3 ศึกษาผลการทดลองใช้คู่มือการอบรมครูในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู	48
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	50
4.2 ผลการศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media	50
4.3 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media	54
4.4 ผลการศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ Social Media.....	65
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	69
5.1 สรุปผลการวิจัย	69
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	70
5.3 ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม.....	73
ภาคผนวก.....	77
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย	78
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	81
ภาคผนวก ค การหาคุณภาพเครื่องมือ	94
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์	105
การเผยแพร่ผลงานวิจัย	114
ประวัติผู้วิจัย.....	115

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์	18
2.2 ข้อดี – ข้อเสียของสื่อสังคมออนไลน์	21
4.1 ความเหมาะสมแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC”	53
4.2 บทดำเนินเรื่องของวีดิทัศน์	56
4.3 ผลการประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์	62
4.4 ผลการประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์โดยครูผู้เข้ารับการอบรม	65
4.5 ผลการวัดการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media	66
4.6 ผลการศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ Social Media	67
ค.1 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความคำถามกับประเด็นการสอบถามความเหมาะสม แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC”	95
ค.2 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความคำถามกับประเด็นการสอบถามความเหมาะสม สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media	97
ค.3 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความคำถามกับประเด็นการสอบถามความเหมาะสม สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media สำหรับครู ..	100
ค.4 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความคำถามกับประเด็นการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์ หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media สำหรับครู .	101
ค.5 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความคำถามกับประเด็นการสอบถามการรับรู้ สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media	103

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย 8
4.1	การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยี 51
4.2	แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media 51
4.3	องค์ประกอบของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ 55
4.4	สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ แบบโครงงาน 58
4.5	สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา 59
4.6	สื่อวีดิทัศน์ 2 หลักสูตร 59
4.7	การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์บนโปรแกรมไลน์ 60
4.8	การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโปสเตอร์บนโปรแกรมเฟสบุ๊ก 60
4.9	การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวีดิทัศน์บนโปรแกรมเฟสบุ๊ก 61
4.10	ผลการเข้าถึงการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์บนโปรแกรมเฟสบุ๊ก 61
4.11	ผลการเข้าถึงการนำเสนอสื่อเปรียบเทียบ 2 หลักสูตรประชาสัมพันธ์บนโปรแกรมเฟสบุ๊ก ... 62
4.12	การนำเสนอสื่อให้ผู้เข้ารับการอบรม 65

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยได้จัดตั้งคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นหน่วยงานเทียบเท่าคณะเพื่อให้เป็นหน่วยงานหลักในการจัดการศึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ศึกษา วิจัย สร้างเครือข่ายพัฒนานวัตกรรม และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือ ไอซีที (Information and Communication Technology : ICT) แก่ชุมชนและท้องถิ่น ที่ดำเนินงานโดยศูนย์การเรียนรู้ ไอซีทีชุมชน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, 2559 น. 4) เป็นหน่วยงานหลักในการให้บริการด้านไอซีทีแก่ชุมชน ส่งเสริมการพัฒนาครู สร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ (Knowledge Base Society) ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Digital Divided) สร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและประเทศชาติอย่างต่อเนื่อง

ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน ได้ดำเนินการให้บริการด้านไอซีทีแก่ชุมชน เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการศึกษาและวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรอบรมและดำเนินการอบรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนและชุมชน และส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาสาระ สื่อและกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อยกระดับการเรียนรู้ของนักเรียน ชุมชน ประชาชน เยาวชน ครูและบุคลากรทางการศึกษา คณะกรรมการบริหารศูนย์เป็นคณะกรรมการที่มาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะหน่วยงานในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ภาพสินธุ์ ร้อยเอ็ด และขอนแก่น ทั้งที่เป็นครู บุคลากรทางการศึกษา ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและศึกษานิเทศก์ โดยศูนย์มีบุคลากรที่เป็นวิทยากรหลักในการดำเนินการศึกษาวิจัย พัฒนาหลักสูตรและประสานการให้บริการอบรม ร่วมกับทีมงานบุคลากร จากคณะ ศูนย์ สำนัก ในมหาวิทยาลัย รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิกายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ร่วมเป็นวิทยากรในการอบรม

ในปี พ.ศ. 2560 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน ได้นำเสนอหลักสูตรอบรมครูสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในโครงการ “คู่มือครู” และได้รับความเห็นชอบจำนวน 4 หลักสูตร ดังนี้ (ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน, 2560, น. 1)

1. รหัสหลักสูตร : 60982984 ชื่อหลักสูตร: การวิเคราะห์บริบทและความต้องการเพื่อวางแผนพัฒนาผู้เรียนผ่านเครือข่ายชุมชนแห่งการเรียนรู้ : RMU-PLC
2. รหัสหลักสูตร : 60982985 ชื่อหลักสูตร: การวางแผนการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยประยุกต์ใช้ไอซีที
3. รหัสหลักสูตร : 60982988 ชื่อหลักสูตร: การวิเคราะห์และสรุปผลการทดลองใช้เครื่องมือ/สื่อ/กิจกรรมการเรียนรู้และจัดทำรายงานสอดคล้องกับการศึกษา
4. รหัสหลักสูตร : 60982989 ชื่อหลักสูตร: การทำผลงานการพัฒนาสื่อ/กิจกรรมการเรียนรู้สู่การเผยแพร่ในรูปแบบบทความวิชาการหรือวิทยุทัศน์

ซึ่งทั้ง 4 หลักสูตรเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นการพัฒนาครูประยุกต์ใช้ไอซีทียกระดับการเรียนรู้สู่วิทยฐานะ นำสู่การพัฒนาสื่อหรือกิจกรรมการเรียนรู้ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนเชิงประจักษ์ตรงตามบริบทของสถานศึกษา บริบทปัญหา หรือความต้องการของครู ที่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ และ สพฐ. โดยผลงานเชิงประจักษ์จากการอบรมและพัฒนาครูทุกคนและทุกหลักสูตร จะได้รับการคัดเลือกในกระบวนการพัฒนาผลงานแนวปฏิบัติที่ดี หรือ Good Practice นำสู่การนำเสนอในงานประชุมวิชาการ NCTIM ที่จัดโดยคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ร่วมกับ สพฐ. สวทช. และเครือข่าย 10 มหาวิทยาลัย พร้อมก็นำเผยแพร่ผลงานผ่านเครือข่ายชุมชนการเรียนรู้ RMU-PLC เพื่อให้ครูและผู้สนใจทั่วไปได้ศึกษาเรียนรู้ รวมทั้งครูที่ผ่านการอบรม หากสนใจพัฒนาต่อยอดผลงานจะได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิและทีมงาน ในการส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดในรูปแบบ การวิจัยและขยายผลการพัฒนาต่อยอดสู่การพัฒนาผู้เรียน หรือการขยายผลผลทำวิจัยเพื่อการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หรือระดับปริญญาเอก ในสาขาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มุ่งเน้นการจัดการเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการบริบท โดยผสมผสานกับงานประจำด้วยกระบวนการแบบบูรณาการ

จากการดำเนินการอบรมที่ผ่านมา พบว่า หลักสูตรการพัฒนาครูในแต่ละหลักสูตร ได้จัดให้ครูเลือกลงตามความต้องการ ทั้งนี้ครูจะต้องดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการของตนเอง นำไปสู่การวางแผนการพัฒนาในระยะเวลา 1 ปี หรือ 5 ปีตามนโยบายของ สพฐ. จากการสำรวจข้อมูลการสมัครเข้ารับการอบรมผ่านระบบสารสนเทศของ สพฐ. พบว่า ในแต่ละหลักสูตรผลการรับสมัคร มีจำนวนครูสมัครเกินจำนวนที่รับจริง ทำให้เป็นรายชื่อผู้สำรอง และครูที่สมัครตัวจริงไม่เข้าใจกระบวนการและวิธีการ โดยในขั้นตอนการสมัครครูจะต้องยืนยันการเข้ารับการอบรม หลังจากการสมัคร 7 วัน หรือก่อนหลักสูตรเปิดอบรม 15 วัน มิฉะนั้น จะถูกตัดสิทธิ์และระบบจะเลื่อนผู้สมัครสำรองเข้าสู่ระบบต่อไป จากการอบรมของศูนย์ไอซีที จำนวน 72 รุ่น เปิดรับทั้งหมด จำนวน 1,440 คน พบว่าครูสมัครเต็มทุกรุ่น และมีครูที่สำรองรอเข้ารับการอบรมจำนวน 739 คน โดยแต่ละหลักสูตรมีจำนวนสำรอง 6 ถึง 34 คน ในการนี้มีครูที่มีสิทธิ์เข้ารับการอบรมจำนวน 1,440 คน เนื่องจากได้ยืนยันในระบบใน

ระยะเวลาที่กำหนดจำนวน 1,137 คน ส่งผลให้ครูจำนวน 303 คน หمتสิทธิ์ในการเข้ารับการอบรม เนื่องจากไม่รู้ว่กระบวนการสมัครเป็นอย่างไร และเมื่อสำรวจครูที่เข้ารับการอบรมในแต่ละหลักสูตร จำนวน 1,137 คน พบว่า 1) ในด้านข้อกำหนดของหลักสูตรอบรม ครู ร้อยละ 99.20 ทราบว่า หลักสูตรอบรมมีข้อกำหนดอย่างไร ร้อยละ 0.79 ไม่ทราบว่าหลักสูตรอบรมมีข้อกำหนดอย่างไร 2) เหตุผลในการสมัคร ร้อยละ 63.49 สมัครเพราะมีความเชื่อมั่นในการพัฒนาครูของศูนย์ไอซีที ร้อยละ 41.26 สมัครตามเพื่อน และ 3) การนำไปใช้และการติดตามผลของหลักสูตรอบรม ร้อยละ 87.30 ไม่ทราบแนวทางหรือการนำไปใช้หลักสูตรอบรม และร้อยละ 12.69 เข้าใจว่าอบรมแล้วก็เสร็จสิ้นกระบวนการ และ 4) การต่อยอดการอบรม ร้อยละ 88.09 ไม่ทราบการต่อยอดการอบรมและร้อยละ 11.90 ไม่ให้ความสนใจต่อยอดการอบรม

ในปี พ.ศ. 2561 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน ได้รับการรับรองหลักสูตรการพัฒนาครู ในด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ฉบับเพิ่มเติม) ลงวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 2 หลักสูตร คือ รหัสหลักสูตร 613012010 ชื่อหลักสูตรการจ้ดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และรหัสหลักสูตร 613102005 ชื่อหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจ้ดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน โดยในการดำเนินงาน ทางสพฐ. จะกำหนดช่วงเวลาให้ครูได้พิจารณาหลักสูตรต่าง ๆ ที่มีอยู่จำนวนมากในระยะเวลาที่สั้น ๆ เพื่อสมัครเข้ารับการอบรมผ่านทางระบบสารสนเทศที่ สพฐ. พัฒนาขึ้น โดยที่รายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ ของหลักสูตรนั้น ทาง สพฐ. จะใช้ข้อมูลที่ทางหน่วยพัฒนาครูส่งให้กับสำนักงานครูพัฒนา ซึ่งมี รายละเอียดต่าง ๆ จำนวนมาก ซึ่งเอกสารชุดหนึ่งอาจจะมีถึง 50-100 หน้า ดังนั้นการพิจารณา รายละเอียดหลักสูตรต่าง ๆ ของครู อาจจะไม่ทั่วถึง เนื่องจาก สพฐ. กำหนดระยะเวลา ในช่วงสั้น ๆ ทั้งนี้หน่วยงานพัฒนาครู ไม่ได้มีส่วนร่วมในการรับสมัคร หรือประชาสัมพันธ์หลักสูตร ให้กับครู

จากสภาพปัญหาที่สำรวจพบในการดำเนินงานปี 2560 และกระบวนการในการดำเนินงานให้ ครูสมัครเข้ารับการอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ผ่านระบบสารสนเทศที่ สพฐ. พัฒนาขึ้น ที่ส่งผลต่อการ เลือกหลักสูตรอบรมของครู ดังนั้นหน่วยงานพัฒนาครู จึงควรมีส่วนร่วมในการรับสมัคร หรือ ประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้กับครู เพื่อให้ครูได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วน โดยใช้เวลาในการอ่านที่ รวดเร็ว ดังนั้นการประยุกต์ใช้ Social Media จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น และมีความสำคัญต่อการ ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก เขมณัญญ์ มิ่งศิริธรรม (2013, น. 72-73) กล่าวว่า ปัจจุบัน Social Media เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยที่ Social Media หรือ สื่อ สังคมออนไลน์ เป็นสื่อดิจิทัลหรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของ ระบบเว็บหรือเว็บไซต์บน อินเทอร์เน็ตที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม ที่มีผู้สื่อสารจัดทำขึ้น โดยที่ ผู้เขียนจัดทำขึ้น เองหรือพบเจอสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวต่างๆ เหตุการณ์ บทความ ประสบการณ์ รูปภาพ วิดีโอ

และเพลง แล้วนำมาแบ่งปันเนื้อหาข้อมูล ข่าวสาร ประสบการณ์และพูดคุยให้ผู้ใช้ในโลกออนไลน์ในเครือข่ายของตนได้รับรู้ ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง กับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็ว มี ประสิทธิภาพรวมถึงการใช้ประโยชน์ร่วมกัน สอดคล้องกับ Williamson, Andy (2013, p. 9) กล่าวว่า เครือข่ายสังคม (Social Networking) เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือ หน่วยงานสามารถสร้างข้อมูล และเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่น สามารถเข้ามาแสดงความชอบ หรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือ แสดงความเห็น โต้ตอบการ สนทนา หรือแสดงความคิดเห็น เพิ่มเติมได้ นอกจากนี้ แสงเดือน ผ่องพุดม (2556, น. 1) กล่าวว่า ปัจจุบันกระแสการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ประเภท สมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพา เช่น แท็บเล็ต ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน องค์กร หรือกลุ่มบุคคลได้นำสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ประโยชน์ทั้งในการสื่อสารติดต่อกันภายใน หน่วยงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และการ ติดต่อสื่อสารกับประชาชนมากขึ้น ดังนั้น ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media นั้น เป็นช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ประหยัด ต้นทุนและเข้าถึงคนได้จำนวนมาก ทั้งนี้ Social Media ที่ใช้งานกันในปัจจุบันแบ่งออกเป็นหลาย ประเภท โดยเชมณัญญ์ มิ่งศิริธรรม (2013, pp. 72-73) ได้สรุปเป็นประเภทใหญ่ๆ ที่ สามารถนำ ประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) Blog 2) Social Networking 3) Microblog 4) Media Sharing และ 5) Social News and Bookmarking

จากการศึกษาเอกสาร ความสำคัญและความต้องการที่กล่าวมา ผู้วิจัยมีความสนใจประยุกต์ใช้ social media เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูของศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยศึกษาแนวทาง ช่องทางและชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับ บริบทและความต้องเข้าถึงเพื่อรับรู้สารสนเทศของครู เพื่อให้ครูมีโอกาสรับรู้หลักสูตรอบรมและ เงื่อนไขการอบรม นำมาประกอบการตัดสินใจก่อนการเลือกหลักสูตรอบรม ของคณะเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 2 หลักสูตร ในปีการศึกษา 2561 โดยการวิจัย ครั้งนี้จะส่งผลให้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศได้ประชาสัมพันธ์การอบรมที่สอดคล้องและตรงตาม ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ และกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อที่มีข้อมูลครบถ้วน ผู้วิจัยคาดหวังว่า การประชาสัมพันธ์หลักสูตรผ่าน social media จะส่งผล ให้ครูได้รับข้อมูล สาระ และเนื้อหา หลักสูตรที่ครบถ้วน สามารถใช้เป็นช่องทางการรับรู้ข้อมูล หลักสูตรอบรม นำมาประกอบการพิจารณาตัดสินใจเลือกเข้ารับการอบรมได้อย่างเหมาะสม

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media เป็นอย่างไร

1.2.2 สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media เป็นอย่างไร

1.2.3 ผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

1.3.2 เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

1.3.3 เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขั้นตอนการวิจัย

ระยะที่ 1 ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ระยะที่ 2 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ระยะที่ 3 ศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

1.4.2 กลุ่มเป้าหมาย

เป็นครูผู้สอนที่สนใจเข้ารับการอบรมในหลักสูตรการพัฒนาครูของศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในปี พ.ศ. 2561 โดยเป็นครูที่รายงานตัวเข้ารับการอบรมหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน หลักสูตร : 613102005 จำนวน 198 คน

1.4.3 ตัวแปรที่ศึกษา

1.4.3.1 ตัวแปรอิสระ แนวทางการและสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

1.4.3.2 ตัวแปรตาม ที่ศึกษาได้แก่

1) ความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

2) ความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

3) การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

1.4.3.4 ระยะเวลาการวิจัย เดือน เมษายน ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2561

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

“แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู” หมายถึง วิธีการนำข่าวสารการอบรมหลักสูตรอบรมครูของศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จัดทำเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยการประยุกต์ใช้ Social Media เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ไปยังครูกลุ่มเป้าหมาย ที่สะดวก รวดเร็ว ประหยัดและมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเข้ารับการอบรมของครูได้ทันเวลา

“สื่อประชาสัมพันธ์” หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย รูปภาพโปสเตอร์และสื่อวีดิทัศน์ ที่นำเสนอข้อมูลการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู จำนวน 2 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา รหัสหลักสูตร 613012010 และหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน รหัสหลักสูตร 613102005

“การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู” หมายถึง การที่ครู มีความรู้ ความเข้าใจ ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ครูได้รับจากช่องทางการสื่อสาร เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการอบรมหรือไม่เข้ารับการอบรมขอครู

“การประยุกต์ใช้ Social Media” หมายถึง การนำสื่อสังคมออนไลน์ หรือช่องทางการติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ช่องทาง Face book, Line หรือ YouTube มาเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมการพัฒนาครูของศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อเป็นช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในระยะเวลาที่กำหนด

“ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน” หมายถึง หน่วยงานส่งเสริมการพัฒนาครู สังกัดคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีภารกิจในการศึกษา วิจัย ออกแบบพัฒนาหลักสูตร อบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี หรือการพัฒนานวัตกรรม เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู

“หลักสูตรการพัฒนาคู TM-PLC” หมายถึง หลักสูตรที่ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน ได้รับการรับรองจาก สพค. ในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 2 หลักสูตร ได้แก่ รหัสหลักสูตร 613012010 ชื่อหลักสูตร การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และรหัสหลักสูตร 613102005 ชื่อหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน

“ความเหมาะสม” หมายถึง ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและครูผู้สอนที่เข้ารับการอบรมในหลักสูตรการพัฒนาคูของศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในปี พ.ศ. 2561 ที่มีต่อความเหมาะสมขององค์ประกอบของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู สื่อ และช่องทางที่ใช้

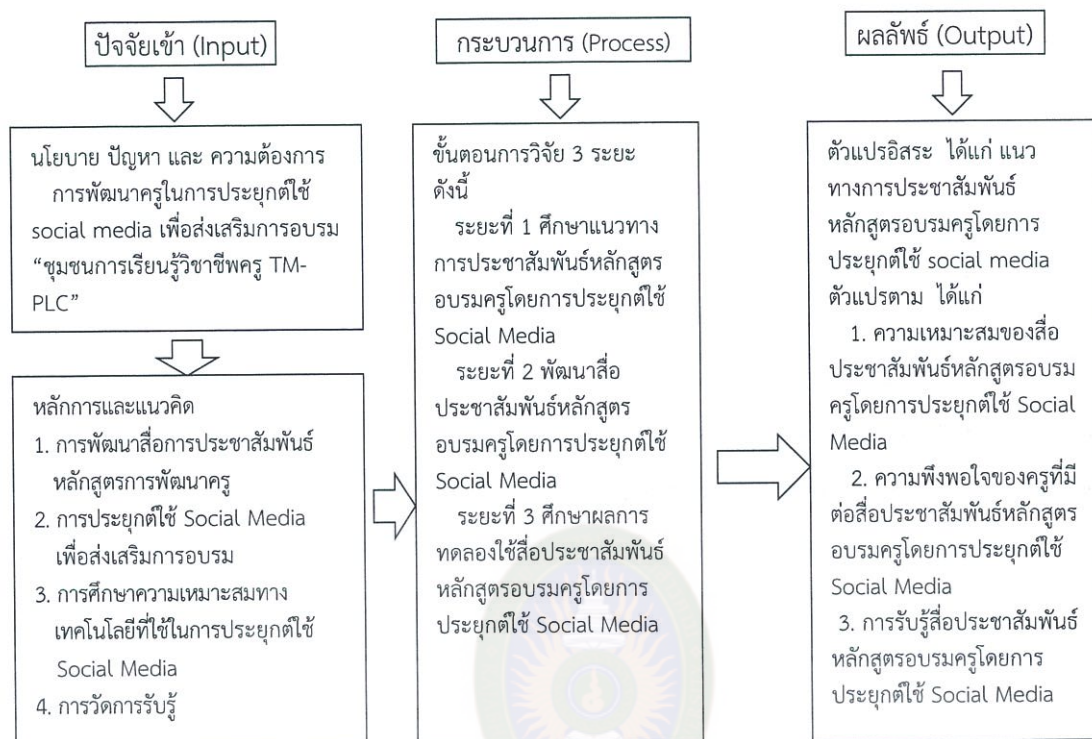
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1 ได้แนวทางการประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู นำเสนอผ่านช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมไปยังครูที่สนใจเข้ารับการอบรม ได้รับรู้และเข้าใจแนวทางการและวิธีการอบรมหลักสูตรการพัฒนาคูก่อนการตัดสินใจเลือกหลักสูตรอบรมครูได้อย่างเหมาะสม

1.6.2 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน มีช่องทางและสื่อการประชาสัมพันธ์ครูที่เหมาะสม ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ไปยังครูในกลุ่มเป้าหมายได้ทันเวลา ส่งผลให้ครูได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้ารับการอบรมได้อย่างเหมาะสม

1.6.3 เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจในการศึกษา วิจัย การพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูผ่านช่องทางสื่อสารแบบออนไลน์

1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพที่ 1.1 ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย ที่ประกอบด้วย ดังนี้ ปัจจัยเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ ซึ่งปัจจัยนำเข้าคือนโยบาย ปัญหา และ ความต้องการ พัฒนาครูในการประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม โดยมีหลักการ/แนวคิด/ทฤษฎี ดังนี้

1. การพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรการพัฒนาครู
2. การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม
3. การศึกษาความเหมาะสมทางเทคโนโลยีที่ใช้ในการประยุกต์ใช้ Social Media
4. การวัดการรับรู้

โดยมีกระบวนการขั้นตอนการวิจัยดำเนินการ 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ระยะที่ 2 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ระยะที่ 3 ศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ตัวแปรตาม ได้แก่ 1) ความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media 2) ความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media 3) การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ ครู TM-PLC ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน
2. ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ PLC
3. สื่อสังคม (Social Media)
4. หลักการรับรู้ความสามารถของตนเอง
5. หลักการวัดความพึงพอใจ
6. หลักการประชาสัมพันธ์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน

ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน เป็นหน่วยงานในกำกับของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการศึกษาและวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรอบรมและดำเนินการอบรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม ส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนและชุมชน และส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาสาระ สื่อและกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อยกระดับการเรียนรู้ของนักเรียน ชุมชน ประชาชน เยาวชน ครูและบุคลากรทางการศึกษา คณะกรรมการบริหารศูนย์เป็นคณะกรรมการที่มาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะหน่วยงานในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด และขอนแก่น ทั้งที่เป็นครู บุคลากรทางการศึกษา ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและศึกษานิเทศก์

ในปี พ.ศ. 2560 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน ได้นำเสนอหลักสูตรอบรมครูสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในโครงการ “คู่มือครู” และได้รับความเห็นชอบจำนวน 4 หลักสูตร ดังนี้

1. รหัสหลักสูตร : 60982984 ชื่อหลักสูตร: การวิเคราะห์บริบทและความต้องการเพื่อวางแผนพัฒนาผู้เรียนผ่านเครือข่ายชุมชนแห่งการเรียนรู้ : RMU-PLC
2. รหัสหลักสูตร : 60982985 ชื่อหลักสูตร: การวางแผนการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยประยุกต์ใช้ไอซีที

3. รหัสหลักสูตร : 60982988 ชื่อหลักสูตร: การวิเคราะห์และสรุปผลการทดลองใช้เครื่องมือ/สื่อ/กิจกรรมการเรียนรู้และจัดทำรายงานสอดคล้องกับการศึกษา

4. รหัสหลักสูตร : 60982989 ชื่อหลักสูตร: การทำผลงานการพัฒนาสื่อ/กิจกรรมการเรียนรู้สู่การเผยแพร่ในรูปแบบบทความวิชาการหรือวิทยุทัศน์

ซึ่งทั้ง 4 หลักสูตรเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นการพัฒนาครูประยุกต์ใช้ไอซีทียกระดับการเรียนรู้สู่วิทยฐานะ นำสู่การพัฒนาสื่อหรือกิจกรรมการเรียนรู้ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนเชิงประจักษ์ตรงตามบริบทของสถานศึกษา บริบทปัญหา หรือความต้องการของครู ที่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐและ สพฐ. โดยผลงานเชิงประจักษ์จากการอบรมและพัฒนาครูทุกคนและทุกหลักสูตร จะได้รับการคัดเลือกในกระบวนการพัฒนาผลงานแนวปฏิบัติที่ดี หรือ Good Practice นำสู่การนำเสนอ ในงานประชุมวิชาการ NCTIM ที่จัดโดยคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามร่วมกับ สพฐ. สวทช. และเครือข่าย 10 มหาวิทยาลัย พร้อมกับการนำเผยแพร่ผลงานผ่านเครือข่ายชุมชนการเรียนรู้ RMU-PLC เพื่อให้ครูและผู้สนใจทั่วไปได้ศึกษาเรียนรู้ รวมทั้งครูที่ผ่านการอบรม หากสนใจพัฒนาต่อยอดผลงานจะได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิและทีมงาน ในการส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดในรูปแบบ การวิจัยและขยายผลการพัฒนาต่อยอดสู่การพัฒนาผู้เรียน หรือการขยายผลแบบทำวิจัยเพื่อการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หรือระดับปริญญาเอก ในสาขาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มุ่งเน้นการจัดการเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการบริบท โดยประสานกับงานประจำด้วยกระบวนการแบบบูรณาการ

ในปี พ.ศ. 2561 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน ได้รับการรับรองหลักสูตรการพัฒนาครูในด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ฉบับเพิ่มเติม) ลงวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 2 หลักสูตร คือ รหัสหลักสูตร 613012010 ชื่อหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และรหัสหลักสูตร 613102005 ชื่อหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน

2.2 ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ PLC

ชุมชนการเรียนรู้ ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community : PLC) เป็นการรวมตัวกันเป็นกลุ่มของครูผู้สอนเพื่อร่วมมือรวมพลัง เรียนรู้ร่วมกันและสะท้อนผลการปฏิบัติอย่าง เป็นระบบ และต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายหลักคือเพื่อให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาการจัดการเรียนการสอน พัฒนาการเรียนรู้และพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน

2.2.1 ความหมายของชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ

จากการศึกษาเอกสารพบว่า คำว่า ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community : PLC) นั้น ยังไม่มีการให้คำนิยามที่เป็นสากล (Universal Definition) แม้ว่า Richard Du Four ผู้ได้รับยกย่องว่าเป็น “บิดาของ PLC” เริ่มทำงานวิจัยพัฒนาและส่งเสริมเรื่องชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ มาตั้งแต่ ค.ศ.1998 (พ.ศ. 2541) และตอนนี้ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพได้แพร่ขยายไปทั่วสหรัฐอเมริกา รวมทั้งประเทศอื่น ๆ ที่ต้องการพัฒนาคุณภาพของการศึกษาของประเทศ เช่น สิงคโปร์ (วิจารณ์ พาณิช, 2555, น. 139) และมีนักการศึกษาได้พยายามศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังไม่สามารถนิยามคำนี้ได้ อย่างชัดเจน ปัจจุบันจึงได้มีผู้ตีความ คำว่า ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ในบริบทที่แตกต่างกันเป็น 2 ลักษณะ (Burkley and Hicks, 2005) คือ 1) มุ่งเน้นศึกษากลุ่มย่อยในโรงเรียน (Subgroup Within School) 2) มุ่งเน้นการศึกษาทั้งโรงเรียนหรือในภาพรวมของโรงเรียน (School Wide Community) ซึ่งในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับแนวคิดกลุ่มศึกษาทั้งคณะ (Whole - faculty Study Group : WFSG) ของ Murphy and Dale (2005) ที่ดำเนินการศึกษาและพัฒนาระบบการที่เกิดขึ้นในระบบโรงเรียนทั้งหมด โดยกล่าวว่า “กลุ่มศึกษาทั้งคณะเปรียบเสมือนชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพย่อย ๆ” แม้ว่าในปัจจุบันยังไม่มีคำนิยามและคำจำกัดความเกี่ยวกับชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ หรือ PLC ที่ชัดเจน และอาจมีการตีความในบริบทที่แตกต่างกัน แต่พบว่า นักการศึกษาได้อธิบายลักษณะของชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ไว้อย่างสอดคล้องกัน อาทิ McLaughlin and Talbert (2006) ให้คำนิยามว่าชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพเป็นการร่วมมือร่วมพลังของครูในการทำงานเพื่อสะท้อนผลการปฏิบัติ และการตรวจสอบหลักฐานที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานของครูผู้สอน และผลการเรียนรู้ของผู้เรียนเพื่อช่วยให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนโดยเฉพาะอย่างยิ่งภายในชั้นเรียน

2.2.2 คุณลักษณะสำคัญที่ทำให้เกิดชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ

ในการกล่าวว่าโรงเรียนใดมี PLC นั้นนอกจากจะต้องประกอบด้วยสมาชิกซึ่งเป็นกลุ่มบุคคล ดังที่กล่าวไปแล้วนั้น การรวมตัวกันของสมาชิกชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพยังต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ สำคัญ โดยมีการกล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้เกิด PLC ไว้อย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตาม สามารถสรุปคุณลักษณะสำคัญที่สำคัญที่ทำให้เกิด PLC ได้ 5 ประการ คือ (Martin, 2011, Hord, Roussin and Sommers, 2010, Annenberg Institute for School Reform, 2013, Richard DuFour, 2007)

2.2.2.1 การมีบรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกัน (Shared Values and Vision) สมาชิกในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพต้องมีบรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกัน ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานสำคัญ เนื่องจากการมีพันธกิจที่ชัดเจนร่วมกันจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการพัฒนาเป็นชุมชนการเรียนรู้ หรือ Learning Community ในโรงเรียน ดังนั้นครูผู้สอนที่เป็นสมาชิกใน PLC จึงต้องมีบรรทัดฐาน ค่านิยม และความเชื่อเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ร่วมกัน

2.2.2.2 การร่วมกันรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของนักเรียน (Collective Responsibility for Students Learning) ผลการเรียนรู้ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในตัวนักเรียนนั้นย่อมต้องอาศัยแนวทาง และกลยุทธ์ที่หลากหลาย โดยสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้จากความคาดหวังที่ครูผู้สอนมีต่อนักเรียนในระดับสูง และอยู่บนฐานความเชื่อที่ว่านักเรียนทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ซึ่งเป็นการวางเป้าหมายเพื่อพัฒนาการ จัดการเรียนรู้และพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน โดยเป็นการวางเป้าหมายร่วมกันของครูที่เป็นสมาชิกในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพทุกคน

2.2.2.3 การสืบสอบเพื่อสะท้อนผลเชิงวิชาชีพ (Reflective Professional Inquiry) การพูดคุยสนทนากันระหว่างสมาชิกในชุมชนการเรียนรู้โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างครูผู้สอน ผู้เชี่ยวชาญ นักการศึกษาและผู้บริหารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานสอนและการจัดการเรียนรู้เพื่อสะท้อนผลการปฏิบัติรวมทั้งร่วมกันเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติที่ช่วยให้การเรียนรู้ของนักเรียนเกิดได้ดีขึ้น ซึ่งการสะท้อนผลและการชี้แนะการปฏิบัติจะเป็นเครื่องมือหรือกลไกในการทบทวนประเด็นพื้นฐานสำคัญที่จะก่อให้เกิดผลทางบวกต่อการเรียนการสอนและคุณภาพการจัดการศึกษาในโรงเรียน หรือช่วยพัฒนาการจัดการเรียนรู้และส่งผลให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

2.2.2.4 การร่วมมือรวมพลัง (Collaboration) ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพให้ความสำคัญกับการร่วมมือรวมพลังโดยการร่วมมือรวมพลังนี้จะต้องเป็นการร่วมมือรวมพลังของครูในภาพรวมทั้งหมดของโรงเรียน และสิ่งสำคัญของการร่วมมือรวมพลังในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ คือ การดำเนินกิจกรรมเพื่อมุ่งไปสู่ความสำเร็จภายใต้เป้าหมายเดียวกัน ทั้งนี้การร่วมมือรวมพลังจะให้ความสำคัญกับความรู้สึกร่วมกันและกันของสมาชิกในชุมชนระหว่างการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เช่น เกิดการแลกเปลี่ยนเทคนิคการสอน สื่อและแหล่งการเรียนรู้ และแนวทางการจัดการเรียนรู้ต่าง ๆ

2.2.2.5 การสนับสนุนการจัดลำดับโครงสร้างและความสัมพันธ์ของบุคลากร (Supportive Conditions Structural Arrangements and Collegial Relationships) การเตรียมพร้อมในด้านการ สนับสนุนให้บุคลากรหรือสมาชิกในชุมชนได้มีโอกาสสังเกตการสอน วิชาวิจัยการและสะท้อนการ ปฏิบัติงาน รวมทั้งการสอนของเพื่อนร่วมงานและของชุมชนการเรียนรู้เพื่อมุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้ ที่จะเกิดขึ้นในชุมชนและส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ที่จะเกิดขึ้นในตัวผู้เรียนจะช่วยสนับสนุนให้เกิดชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพได้อย่างสมบูรณ์ องค์ประกอบทั้ง

5 องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นไม่มีลักษณะเป็นลำดับชั้น (Hierarchy) แต่เป็น ลักษณะที่ใช้แบ่งแยกให้เห็นความแตกต่างระหว่าง PLC กับชุมชนหรือการรวมกลุ่มในโรงเรียนโดยทั่วไป นอกจากนี้ Hord, Roussin and Sommers (2010) ได้อธิบายว่าชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ยังสามารถ พิจารณาได้ในอีกลักษณะ คือ นอกจากจะประกอบด้วยองค์ประกอบหลักทั้ง 5 ประการแล้ว องค์ประกอบเหล่านี้ยังจัดเป็นองค์ประกอบภายนอกหรือกระบวนการที่ทำให้เกิดองค์ความรู้ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญของ ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โดยความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่กล่าวมาสรุปได้ว่าชุมชนการเรียนรู้ทาง วิชาชีพ จะประกอบด้วย 1) ส่วนที่เป็นผลลัพธ์ คือ องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มและสมาชิกชุมชน การเรียนรู้ทางวิชาชีพสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้และ 2) คุณลักษณะสำคัญที่ก่อให้เกิด องค์ความรู้โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถแสดงได้ดังแผนภาพ

2.2.3 การพัฒนาวิชาชีพครูโดยใช้ PLC

ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพหรือ PLC ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการกระทำที่แสดงถึงการแบ่งปันหรือการแลกเปลี่ยนของครู แต่มุ่งให้ความสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมการทำงานร่วมกัน ความจริงจังของสมาชิก และการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในโรงเรียน และมุ่งเน้นไปที่การสะท้อนผลการปฏิบัติ รวมทั้งร่วมกันเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน โดยมีสมมติฐานคือ สิ่งที่ครูทำร่วมกันนอกห้องเรียนในการวางแผน การออกแบบการจัดการเรียนรู้และการเตรียมการสอนมีความสำคัญเท่า ๆ กับการจัดการเรียนรู้ในห้องเรียน และกระบวนการต่าง ๆ เหล่านี้สามารถปรับโครงสร้างของโรงเรียน พัฒนาวิชาชีพครูและพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนได้ (Seashore, Anderson and Riedel, 2003) สอดคล้องกับนักการศึกษาอีกหลายท่านที่สรุปเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของ PLC ไว้ว่า ถึงแม้การสร้าง PLC ในโรงเรียนจะเป็นเรื่องยากแต่ทว่ากลับเป็นสิ่งที่ช่วยปรับปรุงการเรียนรู้ของ นักเรียนในโรงเรียนได้อย่างยั่งยืน (Louis, Kruse and Byrk, 1995, Newman and Wehlage, 1995, Hord, 1997, 2004, Olivier and Hipp, 2006, Rosenholtz, 1989, Sackney, Mitchell and Walker, 2005, Schmoker, 2006, อ้างถึงใน Hipp and Weber, 2008, Cranston, 2009) บทบาทของครูในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง และการจัดการศึกษา จะต้องเปลี่ยนจากการเน้นที่การสอนของครูเป็นเน้นที่การเรียนรู้ของนักเรียน และเปลี่ยนจากเน้นที่ การเรียนของแต่ละบุคคล (Individual Learning) มาเป็นเน้นที่การเรียนรู้ร่วมกันเป็นกลุ่ม (Team Learning) รวมทั้งเปลี่ยนจากการเรียนแบบเน้นการแข่งขันมาเป็นเน้นที่ความร่วมมือหรือช่วยเหลือแบ่งปันกัน จึงถือเป็นการเรียนรู้ร่วมกันไปกับกระบวนการเรียนรู้ของครูผู้สอนและสมาชิกที่อยู่ในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (วิจารณ์ พานิช, 2555, น. 139) นอกจากนี้มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งแสดงถึงผลที่เกิดจาก PLC ว่าสามารถช่วยส่งเสริมสมรรถนะการ สอนของครูได้ และช่วยให้นักเรียนเกิดการ เรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น (Annenberg Institute for School Reform, 2013) เนื่องจากชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพที่ เข้มแข็งมีประโยชน์ต่อการดำเนินงานของ

โรงเรียนและเขตพื้นที่การศึกษาในการช่วยให้ครูมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสาระที่ต้องจัดการเรียนรู้รวมทั้งรู้วิธีการและแนวทางในการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสม มีความพึงพอใจในการทำงาน ปฏิบัติการสอนมากขึ้น จึงช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนสูงขึ้น และชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพยังช่วยทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนทางโครงสร้างวัฒนธรรมการทำงาน ในโรงเรียน โดยครูรวมทั้งผู้บริหารมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติการ สอนในบรรยากาศที่เอื้อให้เกิดการพัฒนา โดยมีเป้าหมายหลักร่วมกัน คือเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

2.2.4 การนำแนวคิด PLC ไปปฏิบัติในบริบทไทยในปัจจุบัน

ในปัจจุบันประเทศไทยมีการนำแนวคิด PLC ไปปฏิบัติมากขึ้น เช่น การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพครู โดยใช้กระบวนการชี้แนะ และการเป็นพี่เลี้ยง ซึ่งเป็นการพัฒนาครูประจำการในสถานศึกษาเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 1 และ เขต 42 รวมทั้งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา จังหวัดตราด และระยอง เขต 2 โดยคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้การประสานงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เพื่อพัฒนาครูประจำการบนฐานโรงเรียนในขณะปฏิบัติการสอน หรือ การสร้างชุมชนการเรียนรู้ครูเพื่อศิษย์ ของมูลนิธิสฤตศรี-สฤตดิวงศ์ ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของสมาชิกครูที่มีความมุ่งมั่น มีอุดมการณ์และเป้าหมายร่วมกัน แม้จะมาจากสังกัดที่แตกต่างกัน รวมทั้ง ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพของโรงเรียนเพลินพัฒนา ที่นำวิธีการศึกษาผ่านบทเรียนหรือ Lesson Study เข้ามาปรับใช้ เป็นเครื่องมือในการฝึกครูให้เรียนรู้ไปกับการทำงาน ฝึกผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้ และเกิดความเข้าใจในความคิดของตนเอง การเรียนรู้ร่วมกันของกลุ่มครูในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจึงก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และช่วยให้ครูใหม่ได้เรียนรู้แบบปฏิบัติที่ดีของครูรุ่นพี่ เป็นต้น การดำเนินการในลักษณะดังกล่าว พบว่า ครูจะต้องเกิดการตื่นตัวและร่วมมือกันเพื่อพัฒนาการ เรียนรู้ของผู้เรียนเป็นหลัก ตามบริบท ธรรมชาติการอยู่ร่วมกันแต่ละพื้นที่ นอกจากนั้น หน้าที่ของ ฝ่ายบริหารภายในสถานศึกษาจำเป็นต้องเปลี่ยนจากการบริหารจัดการ กำกับ ควบคุมดูแล เป็นผู้ที่ คอยสนับสนุนให้ครูตื่นตัว ช่วยสนับสนุนให้ครูเกิดการเรียนรู้ เพื่อขับเคลื่อนการทำงานที่สอดคล้องกับ วิชาชีพได้อย่างมีความสุข และเป็นการดำเนินการในลักษณะต่อเนื่องที่ไม่มีรูปแบบแน่ชัดตายตัว แต่ เป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับสภาพและบริบทของสถานศึกษาแต่ละแห่ง สถานศึกษาที่ดำเนินการตามแนวคิด PLC จะช่วยให้เกิดการรวมตัวกันเรียนรู้ของกลุ่มครู และมี บรรยากาศในการเรียนรู้ที่มีความเป็นกัลยาณมิตรและพึ่งพาอาศัยกัน จนเกิดเป็น วงจรการเรียนรู้และ พัฒนาตนเองของครูอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการทำงานที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในลักษณะนี้จะช่วยให้ เกิดการมองเห็นงานของตนจากการเรียนรู้วิธีการทำงานของคนอื่นด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ใน ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจึงเป็นการปฏิวัติโครงสร้าง ระบบการทำงาน และ วัฒนธรรมการทำงาน ในโรงเรียน จากระบบตัวใครตัวมัน มาเป็นระบบทีม หรือวัฒนธรรมรวมหมู่ (Collective Culture) โครงสร้างของระบบงาน ระบบการจัดการเรียนการสอนจะต้องปรับเปลี่ยนให้

เอื้อต่อการช่วยกัน ดำเนินการช่วยเหลือนักเรียนที่เรียนช้าให้เรียนตามเพื่อนทัน โดยที่การช่วยเหลือ นั้นทำเป็นทีม มี หลายฝ่ายเข้ามาร่วมมือกัน และทำอยู่ภายในเวลาปฏิบัติงานปกติของโรงเรียน ไม่ใช่ สอนนอกเวลา ทำให้ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ หรือ PLC กลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อน คุณภาพของ ผลผลิตของโรงเรียน และสร้างสรรค์ให้โรงเรียนเป็นสถานที่ที่อยู่แล้วมีความสุข (Happy Workplace) ทั้งของนักเรียน ครู และผู้บริหาร แล้วดำเนินการต่อเนื่องยั่งยืนเป็นวงจรไม่รู้จบ ซึ่งก็คือ โรงเรียนได้ พัฒนาขึ้นเป็นองค์กรเรียนรู้ (Learning Organization) (วิจารณ์ พานิช, 2555)

จากการศึกษาค้นคว้า สรุปได้ว่า ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจะเปลี่ยนบรรยากาศของ “โรงเรียน” ช่วยให้สมาชิกอันได้แก่ ครูผู้สอน ผู้บริหาร นักการศึกษา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ นักเรียนหรือแม้กระทั่งผู้ปกครองมี ความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของโรงเรียนหรือชุมชนการเรียนรู้ทาง วิชาชีพอย่างเท่าเทียมกัน โดยมุ่งเน้นที่ การเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นหลัก และเพื่อให้นักเรียนเกิดการ เรียนรู้และบรรลุวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ ครูผู้สอนรวมทั้งสมาชิกทุกคนในชุมชนการเรียนรู้ทาง วิชาชีพจึงต้องร่วมกันคิดหาวิธีการใหม่ๆ ในการ จัดการเรียนรู้แล้วนำผลที่เกิดขึ้นมาปรึกษาหารือ หรือ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน โดยทุกคนมีความเชื่อมั่น ในตนเองและเชื่อมั่นซึ่งกันและกันว่า จะสามารถบรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้และสมาชิกทุกคนจะเกิดการ พัฒนาเนื่องจากคุณลักษณะสำคัญที่ช่วยให้เกิดเป็น ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพนั้น ครูผู้สอนรวมทั้ง สมาชิกในชุมชนจะต้องมีบรรทัดฐานและค่านิยม ร่วมกัน รวมทั้งร่วมกันรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของ นักเรียน โดยกระบวนการที่สมาชิกทุกคนต้อง ดำเนินการคือการสืบสอบเพื่อสะท้อนผลเชิงวิชาชีพ ซึ่ง กระบวนการทุกอย่างต้องอาศัยการร่วมมือ รวมพลังกัน และจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านการ จัดลำดับโครงสร้างและความสัมพันธ์ของ บุคลากรในโรงเรียนให้เอื้อต่อการวางแผนการจัดการเรียนรู้ร่วมกัน สามารถสังเกตและสืบสอบเพื่อ สะท้อนผลเชิงวิชาชีพได้ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจึงเปรียบเสมือน เครื่องมือสำหรับให้ครูรวมตัวกัน เป็นชุมชน (Community) และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับ “ปฏิรูป” การเรียนรู้ เพื่อ พัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนรวมทั้งพัฒนาวิชาชีพครู

2.3 สื่อสังคม (Social media)

แสงเดือน ผ่องพุด (2556, น. 1-19) กล่าวถึง รายละเอียดของสื่อสังคมออนไลน์ : แนว ทักษะการนำมาประยุกต์ใช้ (Social Media : How to Application) ไว้ ดังรายละเอียดดังนี้

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการสร้างและการเผยแพร่ข้อมูล ปัจจุบันกระแสการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพา เช่น แท็บเล็ต ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน องค์กร หรือกลุ่มบุคคลได้นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ทั้งในการสื่อสารติดต่อกันภายในหน่วยงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสารกับประชาชนมากขึ้น

2.3.1 ความหมายและคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีที่เรียกว่า เว็บ 2.0 (Web 2.0) คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรศัพท์ เคลื่อนที่ที่อนุญาตให้แต่ละบุคคลเข้าถึง แลกเปลี่ยน สร้างเนื้อหา และสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ และการเข้าร่วมเครือข่ายออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการนำมาใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ หรือการสื่อสารของหน่วยงานราชการ ตลอดจนองค์กรต่าง ๆ (Williamson, Andy, 2013, p. 9)

การสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์ มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญ กล่าวคือ 1) มีรูปแบบการทำงานในลักษณะออนไลน์ 2) สามารถที่จะใช้สร้างและเพิ่มเติมเนื้อหาได้

สื่อสังคมออนไลน์สามารถที่จะใช้งานได้ผ่านเครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือ แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์อื่น ๆ ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่หน่วยงานราชการจะนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ได้ สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารถึงกันได้ทันที และสามารถสื่อสารถึงกันแบบการสื่อสารสองทางได้ ทำให้มีการปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น

2.3.2 พัฒนาการและชนิดของสื่อสังคมออนไลน์

2.3.2.1 พัฒนาการของสื่อสังคมออนไลน์ นับแต่มีการพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ความเร็วสูงขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 1990 ทำให้เกิดเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้สร้างและนำเสนอเนื้อหาได้ด้วยตนเองบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น ในปี 1997 Six Degrees.com เป็นเว็บไซต์แรกที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีให้บริการ และตั้งแต่ปี 2002 เป็นต้นมา ได้มีการสร้างและขยายจำนวนสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยมีทั้งสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดกว้างแก่ทุกกลุ่มเป้าหมายและเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะด้าน เช่น Friendster และ Hubculture ต้นทศวรรษ 2000 สื่อสังคมออนไลน์มีการ

ขยายตัวการใช้งานหลากหลายมากขึ้น บางสื่อมีจำนวนผู้ใช้เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น เช่น Facebook ในเดือนกันยายน 2556 พบว่า มีจำนวนผู้ใช้ทั่วโลก 1.19 พันล้านคน Twitter เดือนกันยายน 2556 มีจำนวนผู้ใช้ มากกว่า 230 ล้านคน เป็นต้น (Facebook.com, 2013 และ twitter.com, 2013) ปัจจัยที่มีผลส่งผลให้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น คือ 1) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ทั้งการเพิ่มขีดความสามารถของเครือข่าย การปรับปรุง พัฒนาโปรแกรม รวมทั้งการพัฒนาขีดความสามารถของคอมพิวเตอร์ และมีสื่อให้มีประสิทธิภาพและการทำงานได้หลากหลายขึ้น 2) ปัจจัยทางสังคม ที่เกิดจากกลุ่มวัยรุ่นที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น 3) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์เพิ่มขึ้น เนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลให้อุปกรณ์ต่าง ๆ มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในขณะที่ราคาถูกลง รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ในเชิงธุรกิจมากขึ้น (Dewing, Michael, 2013, p. 2)

2.3.2.2 ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์มีหลายรูปแบบ ทั้งประเภทเครื่องมือ และการประยุกต์ใช้งานที่หลากหลาย ซึ่งอาจแบ่งได้ ดังนี้ (Williamson, Andy, 2013, p. 9)

ตารางที่ 2.1

ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์

ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์	คำอธิบาย	ตัวอย่าง
เครือข่ายสังคม (Social Networking Site)	เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงานสามารถสร้างข้อมูล และเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่รูปภาพ	- Facebook - Badoo - Google+
ไมโครบล็อก (Micro - blog)	ภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความชอบหรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือแสดงความเห็นโต้ตอบการ สนทนา หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้	- Linkdin - Orkut

(ต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์	คำอธิบาย	ตัวอย่าง
	เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลหรือข้อความสั้นในเรื่องที่สนใจเฉพาะด้าน รวมทั้งสามารถใช้เครื่องหมาย # (Hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้	- Twitter - Blauk - Weibo - Tout - Tumblr
เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and Photo Sharing Website)	เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถฝากหรือนำสื่อข้อมูล รูปภาพ วิดีโอขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปันแก่ผู้อื่น	- Flickr - Vimero - Youtube - Instagram - Pinterest
บล็อก ส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and Corporate Blogs)	เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เสมือนเป็นบันทึกไดอารี่ออนไลน์ สามารถเขียนในลักษณะไม่เป็นทางการและแก้ไขได้บ่อย ซึ่งบล็อกสามารถใช้ได้ทั้งส่วนบุคคลและกลุ่ม หรือองค์กร	- Blogger - Wordpress - Bloggang - Exteen
บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs Hosted by Media Outlet)	เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีความเป็นทางการน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ แต่มีรูปแบบความเป็นทางการมากกว่าบล็อก	theguardian.com เจ้าของคือหนังสือพิมพ์ The Gardian
วิกิ และพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and Online Collaborative Space)	เป็นเว็บไซต์ที่เป็นพื้นที่สาธารณะออนไลน์เพื่อรวบรวมข้อมูลและเอกสาร	- Wikipedia - Wikia

(ต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์	คำอธิบาย	ตัวอย่าง
กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, Discussion Board and Group)	เป็นเว็บไซต์หรือกลุ่มจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะมีทั้งที่เป็นกลุ่มส่วนตัวและสาธารณะ	- Google Groups - Yahoo Groups - Pantip - Second life
เกมส์ออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online Multiplayer Gaming Platform)	เป็นเว็บไซต์ที่เสนอรูปแบบการเล่นเกมส์ออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถเล่นได้คนเดียวหรือเป็นกลุ่ม	- World of Warcraft
ข้อความสั้น (Instant Messaging) การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial Tagging)	การรับส่งข้อความสั้นจากมือถือเป็นการแสดงตำแหน่งที่อยู่พร้อมความเห็นและรูปภาพในสื่อสังคมออนไลน์	- Facebook - Foursquare

ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์บางสื่อมีความสามารถและให้บริการการใช้มากกว่าหนึ่งอย่าง เช่น Facebook เป็นทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์และสามารถแบ่งปันรูปภาพ และภาพ เคลื่อนไหวด้วย หรือ Twitter ที่เป็นทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์และไมโครบล็อกและการแบ่งปันสถานะ เป็นต้น

2.3.3 ข้อดี – ข้อเสียของสื่อสังคมออนไลน์

ในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้อาจมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน แต่โดยรวมแล้วการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้นั้น ส่วนใหญ่เพื่อเป็นการส่งเสริมแนวความคิด สนับสนุนและขยายวิธีการสื่อสาร และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการเผยแพร่ให้ทั่วถึงมากขึ้น และสร้างประสบการณ์ใหม่แก่ผู้ใช้อย่างมากขึ้น แต่การนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้นั้น มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนี้ (Williamson, Andy, 2013, pp. 9-10)

ตารางที่ 2.2

ข้อดี – ข้อเสียของสื่อสังคมออนไลน์

ข้อดี	ข้อเสีย
1. สามารถใช้สร้างเป็นพื้นที่ในการสนทนา/ สื่อสารแก่สาธารณชนได้	1. มารยาท และรูปแบบการใช้งานแตกต่างจากสื่อรูปแบบอื่น
2. หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ สามารถเข้าไปใกล้ชิดกับสาธารณชนมากขึ้น	2. มีความเสี่ยงของความจริง การหลอกลวง ความซื่อสัตย์ และความไม่โปร่งใสในการทำงาน
3. สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจ	3. มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และอยู่เหนือการควบคุมของเจ้าของ
4. สนับสนุนความโปร่งใส และธรรมาภิบาล	4. การหาเครือข่ายใหม่ การสร้างเรื่องใหม่ ๆ เป็นเรื่องยากที่จะคาดเดาได้ว่าจะมีจำนวนผู้ใช้เท่าใดและไม่มีการรับรองผลว่าการสื่อสารจะเกิดขึ้นและส่งสารไปยังผู้รับสื่อ
5. สร้างโอกาสให้บุคคลหรือกลุ่มที่ 3 ในการเข้ามามีส่วนร่วม และสนับสนุนเผยแพร่	5. สื่อสังคมออนไลน์ไม่ใช่ทางลัดที่มีประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องนำสื่อหลักและหลักการสื่อสารที่ดีมาใช้ควบคู่กันไป
6. การส่งต่อข้อมูลในลักษณะทำซ้ำตัวเอง เป็นทอดๆ (Viral Distribution) ทำให้มีการกระจายข้อมูลอย่างรวดเร็ว	
7. ลดต้นทุนการดำเนินการ	
8. ช่วยให้เข้าใจความคิดเห็นของประชาชนได้มากขึ้น	
9. สามารถติดตามความเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา	
10. ลดเวลาที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารลง	
11. สามารถที่จะนำมาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการสื่อสาร และเป็นสื่อกลางในการขยายการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร และเผยแพร่ข่าวสาร	

2.4 หลักการรับรู้ความสามารถของตนเอง

2.4.1 ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเอง

Bandura (1986,1997) อธิบายว่าการรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง การตัดสินใจความสามารถของตนเอง ต่อการจัดการและแสดงผลพฤติกรรมของบุคคล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ นอกจากนี้ยังอธิบายเพิ่มเติมว่า การรับรู้ถึงความสามารถของตนเองเป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่สำคัญอันแสดงถึงการเลือกที่จะใช้ความพยายามกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล ระดับความรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อการกระทำและความย่อท้อต่อความล้มเหลวของบุคคล นอกจากนี้ยังส่งผลต่อรูปแบบความคิดและปฏิกิริยาทางอารมณ์ ในการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัวของแต่ละบุคคลอีกด้วย

Berry (1987, p. 188) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเองว่าเป็นความสามารถของบุคคลในการกระทำที่จะจัดการกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยบุคคลรับรู้ว่าตนเองมีความสามารถในเรื่องใดบ้าง และจะไม่ประเมินค่าในสิ่งที่ต้องเผชิญสูงมากนัก

Mcshane Von Glinow (2003, p. 51) กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองคือ ความเชื่อว่าตนเองมีความสามารถและแรงจูงใจที่จะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ไว้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพของบุคคล

Tella and Ayeni (2006) อธิบายเพิ่มเติมจากแนวคิดของแบนดูราว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองสร้างความแตกต่างระหว่างบุคคล เกี่ยวกับวิธีการคิด อารมณ์ และการแสดงผลพฤติกรรม บุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำจะเกิดความเครียด ความวิตกกังวล และมีความนับถือตนเองต่ำ ส่วนบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงนั้น จะสนุกกับภารกิจที่รับผิดชอบและมีความนับถือตนเองสูงด้วย

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง การตัดสินใจความสามารถของตนเอง ต่อการจัดการและแสดงผลพฤติกรรมของบุคคล โดยการประเมินจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมใดๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

2.4.2 อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถตนเองต่อพฤติกรรม

ตามแนวคิดของแบนดูรา (Bandura, 1986) อธิบายว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อพฤติกรรมผ่านกระบวนการต่าง ๆ 4 กระบวนการดังนี้

1. กระบวนการคิด (Cognitive Process) การรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีผลต่อกระบวนการคิด คือจะมีส่วนช่วยสนับสนุน หรือป้อนทอนความพยายามที่จะปฏิบัติภารกิจ โดยจากการประเมินและคาดการณ์ต่อสถานการณ์ในอนาคต ตามระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะคิดว่าตนเองสามารถที่จะปฏิบัติภารกิจนั้นๆ ให้

สำเร็จได้ ส่วนบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำจะคิดว่าตนเองจะไม่สามารถปฏิบัติภารกิจนั้นๆ ให้สำเร็จได้ คิดว่าตนจะต้องประสบความล้มเหลว

2. กระบวนการจูงใจ (Motivation Process) ผลจากกระบวนการคิด เมื่อบุคคลคิดถึงผลที่จากปฏิบัติภารกิจ จะเกิดความคาดหวัง ซึ่งความคาดหวังต่อผลที่จะเกิดขึ้นนี้จะเป็นแรงจูงใจเพิ่มความเชื่อมั่นที่จะกระทำภารกิจนั้น ๆ ให้สำเร็จ

3. กระบวนการด้านอารมณ์ (Affective Process) บุคคลที่มีระดับความรู้ความสามารถของตนเองต่างกันจะส่งผลต่อสภาวะทางอารมณ์ต่างกัน เมื่อเผชิญกับงานที่มีความยากและซับซ้อน คือ หากบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ จะเกิดความเครียด วิตกกังวล กลัว สับสน ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลมีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะไม่เกิดความเครียด ไม่วิตกกังวล ไม่กลัว และไม่สับสน นอกจากนี้ยังชอบที่จะทำงานที่มีความยาก ความท้าทาย ซึ่งจะส่งผลโดยตรงความสำเร็จของภารกิจต่าง ๆ

4. กระบวนการเลือก (Selection Process) เมื่อบุคคลประเมินหรือรับรู้ความสามารถตนเองแล้วจะส่งผลไปถึงขั้นของการตัดสินใจเลือกที่จะปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติภารกิจ ผู้ที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำมักจะหลีกเลี่ยง เพราะไม่มั่นใจต่อความสำเร็จของภารกิจนั้น ๆ

2.4.3 ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเอง

Bandura (1986, pp. 393-395) อธิบายว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล เนื่องจากเกี่ยวข้องกับกระบวนการคิด การจูงใจ รวมทั้งอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลนั้น ๆ โดนแบนดูราได้อธิบายรายละเอียดไว้ดังนี้

1. พฤติกรรมการเลือก (Choice Behavior) คือการตัดสินใจ เลือกที่จะแสดงพฤติกรรมใด ๆ เป็นระยะเวลาเท่าไร ซึ่งอยู่บนขอบเขตของการประเมินของบุคคลนั้นว่า จากความสามารถที่ตนมีอยู่จะสามารถดำเนินการให้ภารกิจต่าง ๆ ลุล่วงไปด้วยดีได้หรือไม่ นอกจากนี้ ผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงมักจะเลือกทำในสิ่งที่มีความท้าทาย และมีแรงจูงใจที่จะพัฒนาความสามารถของตนเองให้ก้าวหน้ามากขึ้น ส่วนผู้ที่ได้รับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ มักจะหลีกเลี่ยงที่จะเผชิญหน้ากับความท้าทาย มีความท้อถอย ขาดความมั่นใจ ซึ่งส่งผลให้ขาดโอกาสที่จะพัฒนาความสามารถของตนเองไปโดยปริยาย แม้ว่าการประเมินความสามารถของตนเองสูงนั้นจะทำให้บุคคลมักจะเลือกที่จะทำในสิ่งที่มีความยาก ท้าทาย ซับซ้อน แต่หากการประเมินนั้นเป็นการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ระดับสูงเกินความเป็นจริงจะทำให้ผู้นั้นประสบความล้มเหลว เกิดความเครียด ผิดหวัง และไม่สามารถยอมรับความล้มเหลวนั้น ส่วนบุคคลที่รับความสามารถของตนเองต่ำ มักจะเลือกทำในสิ่งที่ตนเองทำได้ ขาดความพยายาม ดังนั้น ที่ดีที่สุด คือ การรับรู้ความสามารถของตนในระดับที่สูงกว่าความเป็นจริง เล็กน้อย จึงจะถือว่าเป็นระดับที่เหมาะสม

2. การใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงาน (Effort Expenditure and Persistence) การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดว่าระดับความสามารถพยายามของบุคคล เพื่อนำไปสภาวะ หรือสถานการณ์ที่ปรารถนา โดยผู้ที่มีความรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับสูงนั้น จะพยายามและมุ่งมั่นในการกระทำสิ่งใด ๆ ยาวนานกว่าบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับต่ำ ดังนั้นเมื่อบุคคลมีความพยายามและมุ่งมั่นอย่างเต็มที่จึงมีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

3. รูปแบบการคิดและการตอบสนองของอารมณ์ (Thought Patterns and Emotion Reaction) การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อกระบวนการคิดและปฏิกิริยาทางอารมณ์ของบุคคลในขณะแสดงพฤติกรรม และการคาดเดาสถานการณ์ที่ตนเองเผชิญในอนาคต คือผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงมักจะเพิ่มความพยายามและใส่ใจในการกระทำต่าง ๆ มากขึ้น เมื่อต้องเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ ตรงข้ามกับผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ เมื่อต้องเผชิญกับอุปสรรคจะมีความเครียดสูง ไม่มีความสุข และแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างไม่เต็มทีนัก จึงมีโอกาสที่จะทำให้บุคคลไม่ประสบผลสำเร็จมากขึ้น ดังที่คอลลิน ได้แสดงความเห็นว่า “คนที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะมองความล้มเหลวจากการกระทำสิ่งใด ๆ นั้นเกิดจากการขาดความพยายามที่มากพอของตนเอง ส่วนความล้มเหลวจากการกระทำสิ่งใด ๆ นั้นเกิดจากการขาดความพยายามที่มากของตนเอง ส่วนความที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำนั้น จะมองความล้มเหลวที่เกิดขึ้นมากจากขาดความสามารถของตนเอง” (Collin,1982, Quoted in Bandura, 1986)

4. การกำหนดพฤติกรรมของตนเองของมนุษย์ (Human as Producers Rather Than Simply Forestallers of Behavior) การรับรู้ความสามารถของตนเองของบุคคล มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะมีพยายามและยอมรับผลที่เกิดจากการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของตนเองเลือกที่จะกระทำในสิ่งที่มีความท้าทาย ใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อให้ประสบผลตามที่ต้องการ และใช้ความล้มเหลวเป็นแรงเสริม สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จ ส่วนบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ จะหลีกเลี่ยงงานยาก ขาดความมั่นใจ ขาดความพยายาม มีความกังวล เกิดความเครียด และมักเชื่อว่าโชคชะตามีผลต่อความสำเร็จในงาน

2.4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง

Bandura (1986, pp. 399-401) อธิบายว่าปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง แบ่งเป็น 4 ปัจจัย

1. ประสบการณ์ความสำเร็จในอดีต (Enactive Mastery Experience)

ความสำเร็จในอดีตจะมีความเชื่อว่า ตนมีความสามารถที่จะปฏิบัติภารกิจที่ไม่ต่างกันได้สำเร็จ ตรงข้ามหากเคยประสบความล้มเหลวจะมีความเชื่อว่าตนไม่สามารถปฏิบัติภารกิจในลักษณะเดียวกันนี้ได้สำเร็จ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญ เนื่องด้วยระดับความเชื่อที่เกิดจากการกระทำของตนเองนั้นบุคคลจะถือว่ามีความมั่นใจสูง และยังมีประสบการณ์ความล้มเหลวเพิ่มขึ้น จะยังมีผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองของบุคคลนั้นมากขึ้นเรื่อย ๆ จนนำไปสู่การขาดความพยายามที่จะกระทำภารกิจต่างได้

2. การรับรู้ประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious Experience) บุคคลจะ

เปรียบเทียบความสามารถของตนเองกับบุคคลที่มีประสบการณ์กับภารกิจที่คล้ายกันนี้ โดยเฉพาะบุคคลที่เห็นว่ามีความสามารถไม่แตกต่างจากตนเอง หากเขาผู้นั้นประสบผลสำเร็จ จะมีผลทำให้บุคคลประเมินว่าตนก็สามารถปฏิบัติภารกิจเช่นนี้ให้ประสบผลสำเร็จได้เช่นกัน

3. การจูงใจด้วยคำพูด (Verbal Persuasion) เป็นความเชื่อมั่นที่เกิดจากการ

สะท้อนมาจากผู้อื่น หรือตนเอง เช่น คำชมเชย การให้กำลังใจ การชี้แนะ ซึ่งบุคคลจะนำเอาคำพูดจากการสะท้อนเหล่านั้นมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ โดยการพูดชักจูงนั้น จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความจริง ความเป็นไปได้จริงว่าบุคคลนั้นจะสามารถกระทำหรือแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุความต้องการได้ เพราะหากการพูดนั้นเกินความจริง เมื่อบุคคลได้พยายามกระทำสิ่งต่าง ๆ ไปแล้วแต่ผลปรากฏว่า ไม่สำเร็จ การจูงใจด้วยคำพูดนี้จะถูกลดระดับความเชื่อลงได้ และการพูดนี้จะมีผลมากขึ้นหากผู้ที่พูด เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อบุคคลนั้น และได้รับความเชื่อใจหรือความเคารพนับถือจากผู้ถูกชักจูง

4. สภาวะทางกายและอารมณ์ (Physiological and Affective State) ข้อมูล

ของสภาวะทางกายและอารมณ์เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่บุคคลใช้ประเมินความสามารถของตนเอง โดยบุคคลที่มีสภาวะทางการผิดปกติ เช่น ปวดศีรษะ อ่อนเพลีย อาการบาดเจ็บต่าง ๆ และบุคคลที่มีความแปรปรวนทางอารมณ์ถูกกระตุ้นด้วยอารมณ์ทางลบได้ง่าย อาทิ ความกังวล ความตื่นเต้น ความกลัว มากเกินไปจะมีผลให้การรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำลง ประเมินว่าตนจะไม่สามารถปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ เหล่านั้นให้ประสบผลสำเร็จได้

2.4.5 การประเมินระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง

การประเมินการรับรู้ความสามารถของ (Bandura, 1977, pp.84-85) แยกพิจารณาได้ใน 3 มิติ ที่ต่างกัน ดังนี้

มิติที่ 1 ระดับความยากและซับซ้อนของงาน (Magnitude) ความยากและซับซ้อนของงาน แสดงถึงความท้าทายของงานหรือกิจกรรมนั้น ๆ หากบุคคลใดประเมินตนเองว่าจะสามารถดำเนินหรือกิจกรรมใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ โดยเทียบกับระดับความยากและซับซ้อนนั้นหมายถึง ระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองของบุคคลนั้น

มิติที่ 2 ระดับความมั่นใจ (Strength) คือระดับความมั่นใจของบุคคลที่มีต่องานหรือกิจกรรมใด ๆ ที่จะกระทำสำเร็จในแต่ละระดับความยากและซับซ้อนของงานหรือกิจกรรม

มิติที่ 3 ระดับการสรุปโดยนัยสู่งานอื่น ๆ (Generality) บุคคลจะตีความระดับความสามารถของตนจากประสบการณ์ที่เคยประสบความสำเร็จ ไปกับงานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตามจากการศึกษาของลี และ บอบโค โดยสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอ จากการแบ่งรูปแบบการประเมิน เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) การประเมินระดับความมั่นใจของบุคคล (Self Efficacy Strength) เป็นรูปแบบมีการนำมาใช้มากที่สุด เป็นการประเมินว่าบุคคลมีความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด ในระดับความยากและซับซ้อนต่าง ๆ โดยข้อคำถามจะมีลักษณะการถามถึงความมั่นใจในการปฏิบัติงานที่ยากกว่าจะเพิ่มขึ้นได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งเป็นการประเมินเป็นช่วงคะแนน (Scale) หรือมาตราส่วน ระดับของการรับรู้ความสามารถของตนเองจะเป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ทั้งหมด 2) การประเมินระดับความยาก (Self Efficacy Magnitude) เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมรองลงมา โดยข้อคำถามจะมีลักษณะการถามถึงความมั่นใจในการปฏิบัติงานที่ยากเพิ่มขึ้นว่าจะทำได้หรือไม่ ซึ่งเป็นการประเมินเป็นมาตราส่วน 2 ระดับ (Binomial) เช่น ใช่/ไม่ใช่ ได้/ไม่ได้ ระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองจะเป็นสัดส่วนของคำตอบเชิงบวก (ใช่,ได้) ต่อข้อคำถามทั้งหมด 3) การประเมินผลแบบผสม (Self Efficacy Composites) เป็นรูปแบบการประเมินที่ผสมเอา 2 รูปแบบข้างต้น คือ การประเมินความมั่นใจของบุคคล และระดับความยากของงาน และมีรูปแบบการคำนวณผลได้ 2 ลักษณะ คือ 1) นำคะแนนจากแบบการประเมินระดับความมั่นใจของบุคคลที่มีลักษณะเป็นช่วงคะแนน (Scale) มาแปลงให้เป็นค่า z score ที่มีค่าได้ตั้งแต่ (-3) ถึง 3 คะแนน แล้วนำมาบวกกับคะแนนที่ได้จากแบบการประเมินระดับความยากที่มีลักษณะสัดส่วนของคำตอบเชิงบวก (ใช่,ได้) ต่อข้อคำถามทั้งหมดที่มีค่าได้ตั้งแต่ 0 ถึง 1 คะแนน 2) การประเมินด้วยคำถามเดียว (One Item task-specific Confidence Rating) เป็นรูปแบบการประเมินที่ใช้ข้อคำถามเพียง 1 ข้อ ในการประเมินการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยลักษณะให้คะแนนจะเป็นช่วงคะแนน (Scale) แต่การประเมินในลักษณะนี้อาจมีความคลาดเคลื่อนเนื่องจากผู้ถูกประเมินอาจตีความความมั่นใจไปเป็นความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นได้

จากเอกสารที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นการตัดสินใจ ความสามารถของตนเอง ต่อการจัดการและแสดงผลพฤติกรรมของบุคคล โดยการประเมินจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมใด ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยที่การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อพฤติกรรมผ่านกระบวนการต่าง ๆ 4 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการคิด กระบวนการจูงใจ กระบวนการด้านอารมณ์ และกระบวนการเลือก ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลในด้านพฤติกรรมทางเลือก การใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงาน รูปแบบการคิดและการตอบสนองของอารมณ์ และการกำหนดพฤติกรรมของ

ตนเอง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง แบ่งเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ ประสบการณ์ความสำเร็จในอดีต การรับรู้ประสบการณ์ของผู้อื่น การจูงใจด้วยคำพูด และสภาวะทางกายและอารมณ์ ในส่วนของการประเมินระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง ได้มีการแบ่งรูปแบบการประเมิน เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ การประเมินระดับความมั่นใจของบุคคล การประเมินระดับความยาก และการประเมินผลแบบผสม

2.5 หลักการวัดความพึงพอใจ

2.5.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, น. 56 - 58) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการ และคาดหวัง ความพึงพอใจเป็นความชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน อาจเนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษา ทางด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมความพึงพอใจของมนุษย์เป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด (Tension) หรือความกระวนกระวาย (Discomfort) หรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพ (Unequilibrium) ในร่างกายเมื่อ มนุษย์สามารถจัดสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไปได้แล้ว มนุษย์ย่อมจะได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนเอง ต้องการ

2.5.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.5.2.1 ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Need) (สมิต สัชฌุกร, 2542, น. 10 ; อ้างถึงใน Maslow, 1954) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของ Maslow (Abraham H. Maslow) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์นี้มีมากมายหลายอย่างด้วยกัน โดยที่มนุษย์จะมีความต้องการ ในขั้นสูง ๆ ถ้าความต้องการในขั้นต้น ๆ ได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจเสียก่อน มาสโลว์ได้กล่าวถึงความต้องการของบุคคลตามลำดับขั้นไว้ดังนี้

- 1) บุคคลย่อมมีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่เกิดจนตาย
- 2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจในพฤติกรรมอย่าง อื่นอีก ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจในพฤติกรรมของบุคคล
- 3) ความต้องการของบุคคลแต่ละบุคคลจะเรียงลำดับความสำคัญ จากความต้องการขั้นพื้นฐานจนถึงความต้องการขั้นสูงสุดเรียกว่า “ลำดับขั้นของความต้องการ” เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วบุคคลก็จะให้ความสนใจกับความต้องการระดับสูงขึ้นไป

4) ลำดับชั้นของความต้องการ Maslow ได้แบ่งลำดับชั้นความต้องการของบุคคลเป็น 5 ระดับตามความสำคัญ ดังนี้

4.1) ความต้องการทางสรีระวิทยา เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการพักผ่อน ความต้องการออกกำลังกาย

4.2) ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการแสวงความมั่นคง ปลอดภัยในการดำรงชีวิตและอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม

4.3) ความต้องการความรักและการยอมรับ เป็นความต้องการทางสังคมที่อยากให้มีคนเอาใจใส่แสดงความรัก ความห่วงใย และยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4.4) ความต้องการการยกย่องนับถือ เป็นความต้องการดีเด่นความสามารถของบุคคล อยากให้ผู้อื่นเห็นความสามารถของตน และยกย่องให้เกียรติ

4.5) ความต้องการความสำเร็จสูงสุดในชีวิต เป็นความต้องการขั้นสูงสุด ซึ่งเป็นความต้องการรู้จักและเข้าใจในตนเองด้วยความพยายามผลักดันชีวิตตนเองไปในทางที่คาดหวังให้ดีที่สุด

2.5.2.2 ทฤษฎีแมคเคลนแลนด์ (McClelland Motivation Theory) แมคเคลนแลนด์ได้ศึกษาความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1) ความต้องการความสำเร็จ (Needs for Achievement)

2) ความต้องการมีอำนาจ (Needs for Power)

3) ความต้องการความสัมพันธ์ (Needs for Affiliation) ความต้องการความสำเร็จ หรือที่เรียกกันว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง มีความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเยี่ยม พยายามจะเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ มีความสบายใจเมื่อประสบผลสำเร็จ และมีความวิตกกังวลเมื่อประสบความล้มเหลว บุคคลพวกนี้สนใจตำแหน่งผู้บริหาร อย่างไรก็ตามมนุษย์ทุกคนจะมีความต้องการ 3 ประเภท เพียงแต่ความต้องการแต่ละประเภทแตกต่างกัน

2.5.2.3 ทฤษฎี ERG Model ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierarchy Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ชนิด คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, น. 70)

1) ความต้องการเพื่อคงชีวิตรอด (Existence Needs) ซึ่งรวมถึงความต้องการสิ่งของและความต้องการต่าง ๆ ของร่างกาย เช่น อาหาร น้ำ เงิน และสภาพการที่ดีในการทำงาน เป็นต้น ความต้องการชนิดนี้สามารถเทียบได้กับความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) และความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ของมาสโลว์นั่นเอง

2) ความต้องการสัมพันธ์ไมตรี (Relatedness Needs) หมายถึงความต้องการที่อยากจะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หรือผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นต้น ซึ่งความต้องการชนิดนี้ของอันเดอร์เฟอร์ เป็นการรวมลักษณะของความต้องการทางสังคม (Social Needs) และความต้องการมีเกียรติยศ และมีคุณค่า (Esteem Needs) ของมาสโลว์เอาไว้

3) ความต้องการเจริญงอกงาม (Growth Needs) หมายถึง ความต้องการมีความคิดสร้างสรรค์หรือได้รับประโยชน์จากตนเอง และสิ่งแวดล้อม บุคคลจะเกิดความพึงพอใจในความต้องการนี้ เมื่อเขาได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ และได้พัฒนาความสามารถของตนเอง ความต้องการชนิดสุดท้ายของอันเดอร์เฟอร์นี้ เป็นลักษณะของการรวมความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ในส่วนของการมีเกียรติยศ และมีคุณค่า (Esteem Needs) และความต้องการประจักษ์แจ้งในตนเอง (Self-Actualization Needs) ไว้ด้วยกัน

2.5.3 การวัดความพึงพอใจ

บุญเรียง ขจรศิลป์ (2543, 27) ให้ทัศนะเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หรือทัศนคติหรือเจตคติเป็นนามธรรม เป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยอ้อมซึ่งจะทำได้โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตจำกัดซึ่งอาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดจากบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนนี้อาจเกิดขึ้นได้เป็นธรรมชาติของการวัดทั่ว ๆ ไป โดยเสนอว่าเทคนิคของ Likert เป็นแบบหนึ่งที่สามารถเทียบสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง และได้เพิ่มเติมว่าสามารถวัดทัศนคติได้เกือบทุกเรื่อง และให้ค่าเที่ยงตรงสูง สำหรับมาตรฐานการวัดความพึงพอใจจริง ๆ นั้นกระทำโดยวิธีการ ดังกล่าวต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถามเป็นวิธีการวัดที่นิยมแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยขอรับรองผู้ที่เราต้องการให้แสดงความคิดเห็นในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระคำถามที่ถามอาจจะถามเกี่ยวกับเรื่องการบริหาร ความสัมพันธ์สวัสดิการขององค์การที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ หรืออื่น ๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์หาข้อสรุปที่แน่นอนต่อไป

2. วัดโดยการสัมภาษณ์เป็นวิธีที่ต้องใช้เทคนิคและการวางอุบายอย่างมาก มิฉะนั้นจะได้คำตอบซึ่งมีความไม่เที่ยงตรงหรือไม่มีผล

3. การสังเกต วิธีนี้ไม่ค่อยแพร่หลาย และไม่สามารถทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานมาก ๆ คงทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานไม่มากนัก ซึ่งวิธีนี้ผู้สังเกตต้องใช้ความพยายามอย่างสูง และต้องใช้เวลาความถี่ในการสังเกตอย่างทั่วถึง Vavra (1992, p. 58) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกจ้างจะมีขอบเขตเท่า ๆ กับ ความคาดหวังของลูกจ้างได้ก็ต่อเมื่อมีผลประโยชน์ที่เป็นจริง (Actual Benefit) เกิดขึ้นแก่ลูกจ้างปัญหาอยู่ที่ว่าความคาดหวังของลูกจ้างได้เป็นสิ่งที่ลูกจ้างต้องการจริงหรือไม่

หรือเป็นเพียงอุดมคติเท่านั้น ส่วนปัญหาของบริษัท คือจะสามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุดได้อย่างไร โดยมีต้องมีการเพิ่มทุนมากจนเกินไป

2.6 หลักการประชาสัมพันธ์

ทัศนีย์ ผลชานิก (2560, น. 1-10) กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์ ไว้ ดังรายละเอียดดังนี้

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างกลุ่มบุคคล ทุกคนทุกองค์กร สามารถใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ภารกิจหลักเป็นไปอย่างราบรื่น ลดทอนปัญหาอุปสรรคลงให้น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้ มีทฤษฎีหรือตำราเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กล่าวไว้มากมายทั้งในและต่างประเทศ จึงขอสรุปเรียบเรียงไว้เพื่อสะดวกสำหรับการนำ ๆ ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง ๆ

2. ประเภทของการประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

2.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และ ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถภายในองค์การสถาบันให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคี กันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพันจงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ภายใน จึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การ สถาบันจะ ดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดี ภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์ อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์การสถาบันเป็นไปด้วย ความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจใน นโยบาย และการดำเนินงานของสถาบัน เป็นอย่างดีก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้าง ประสิทธิภาพแก่ การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา แบบ ชึ่งหน้า (Face of Face) อาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การ (House Journal) ช่วย เช่น หนังสือเวียนจดหมายของภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

2.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และ ความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอก กลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์การ สถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารผ่านด้วยอันได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันองค์การ สถาบันต่าง ๆ ก็นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

3. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

3.1 วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

3.1.1 เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน

3.1.2 เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย

3.1.3 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน

3.2 วัตถุประสงค์เฉพาะของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน สถาบัน องค์การต่าง ๆ

3.2.1 เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินธุรกิจของ หน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ได้ทราบถึงทัศนคติ มติ หรือ ความรู้สึก นึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน

3.2.3 เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากที่เกิดขึ้นภายใน หน่วยงาน

3.2.4 เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน เพื่อให้ลูกค้า ยอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ ทั้งมีส่วนเพิ่ม ปริมาณการขายทางอ้อม

3.2.5 เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหาต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน

3.2.6 เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความ เจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

3.3 วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ

3.3.1 เพื่อดึงดูดความสนใจ

3.3.2 เพื่อสร้างความเชื่อถือ

3.3.3 เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจ

ซึ่งทั้งสามประการนี้จะทำให้องค์การสถาบันสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ นั่นคือ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจ เชื่อถือ และความเข้าใจให้แก่ประชาชนพร้อมทั้งโน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วยกับการกระทำขององค์การสถาบัน

4. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสารที่มี ความสำคัญและเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวาง มีระบบงานที่ซับซ้อนแต่งงานประชาสัมพันธ์จะช่วยเหลือ ส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์กรและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจาก พนักงานภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่งซึ่งพอจะสรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

4.1 การประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น หมายถึง การสร้างความรู้สึกระหึ่มใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้งลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่ ขี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณค่าความดีให้เกิดความเลื่อมใสและสร้างความผูกพันทางใจ เช่น การที่ หน่วยงานประสบความสำเร็จมีกำไรพอควร และแบ่งส่วนของกำไรให้กับพนักงานในรูปของเงินเดือน ที่ สูงพอควร ตลอดจนมีสวัสดิการต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามอัตราภาพ ขณะเดียวกันก็เป็นสมาชิกที่มีความ รับผิดชอบต่อชุมชน เป็นเพื่อนบ้านที่ดีมีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบสูง มีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

4.2 การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน หมายถึง มีการพัฒนา ปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการ ของประชาชนแล้วโอกาสที่ ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิดหรือมองในแง่ร้ายซึ่ง จะเป็นผลในการนำไป วิพากษ์ วิจรณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมไม่มีหรือมีน้อยมากเพราะเรา ได้ตรวจสอบ ความคิดเห็น ทศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

4.3 การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง หมายถึง การทำให้เกิดความ ร่วมมือกับหน่วยงานและฝ่ายบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์เป็น การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่าง ฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงและ ความถูกต้อง มิได้เป็นการจงใจ หรือการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลววจา ย่อมทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ กับฝ่ายบริหารขึ้น 4. การ ประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด หมายถึง การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้นค่านิยม ทศนคติ ที่ดีให้เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชน มีค่านิยม ความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร การ โฆษณาสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็น แรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อใน ที่สุดประชาสัมพันธ์ที่มีการตรวจสอบทศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมายยังช่วยให้ฝ่าย การตลาดวางแผนงานตั้งแต่ผลิตสินค้าจัดจำหน่าย โฆษณา ฯลฯ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

5. หลักการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ๆ สำคัญๆ อยู่ 2 ประการด้วยกันคือ

5.1 การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การบอกกล่าวชี้แจงหรือเผยแพร่ให้ทราบนี้คือ การบอก กล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึง

5.1.1 นโยบาย

5.1.2 วัตถุประสงค์

5.1.3 การดำเนินงาน

5.1.4 ผลงาน บริการ และกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่ง ความเข้าใจในองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิด ความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน

5.2 การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Relation) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกัน ไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการ กระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

5.3 ประเภทของการแก้ไขความเข้าใจผิด ได้แก่

5.3.1 การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือการออกคำแถลง ถ้อยแถลง แถลงการณ์ หรือประกาศ ชี้แจงแก้ไข ความเข้าใจผิดนั้นไปยังกลุ่มประชาชนเพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตรงตามความเป็น จริง วิธีการแก้ไขความเข้าใจผิดวิธีนี้จึงเป็นวิธีแก้โดยตรงไปตรงมา กล่าวคือ ความจริงมีอยู่อย่างไรก็ แถลงไปตามนั้นอย่างไรก็ตามการแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง

5.3.2 การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ส่วนมากใช้ความเข้าใจผิดบาง ประการที่ไม่สมควรใช้วิธีการแก้ไขทางตรง เพราะอาจจะทำให้เกิดผลเสียหายมากกว่าผลดี การแก้ไข ความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ จึงมิใช่การออกประกาศชี้แจง หรือแถลงการณ์เหมือนวิธีแรก แต่เป็นการ กระทำ (deeds) ให้ประชาชนได้เห็นประจักษ์แก่ตนเอง เพื่อลบล้างความเข้าใจผิดหรือข่าวลืออกุศล ดังกล่าวเสีย ตัวอย่างเช่น มีข่าวลือหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความ สกปรกในการผลิต การบรรจุหีบห่อ ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทก็อาจจะแก้ไขความเข้าใจผิด ด้วยการกระทำและแสดงให้เห็น ข้อเท็จจริงโดยการเชิญสื่อมวลชนหรือตัวแทนกลุ่มประชาชนที่เข้าใจ ผิดเข้ามาเยี่ยมชมโรงงานหรือบริษัท หรือชมกรรมวิธีในการผลิตการบรรจุหีบห่อของสินค้าเป็นการลบ ล้างความเข้าใจผิดไปในตัว

5.3.3 การสำรวจประชามติหลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการสำรวจ วิจัยประชามติ เพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึง ความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชน ต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนท่าทีต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การ สถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติเพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่ง ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

6. บทบาทของการประชาสัมพันธ์

6.1 ต่อระบบสังคม มนุษย์มักจะรวมกลุ่มกันอยู่ในสังคม การรวมกลุ่มกันจะกลายเป็นสังคมชาติเพราะมนุษย์จะมีความรู้สึก ความคิดเห็นในแนวเดียวกันซึ่งเราเรียกว่าเป็นความรู้สึกที่ร่วมกันที่จะเป็นกลุ่มเดียวกัน มีความประพฤติ เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันยอมรับนับถือขนบธรรมเนียม ประเพณีอย่างเดียวกัน การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ไม่เพียงแต่มุ่งเผยแพร่ข่าวสารจากกลุ่มสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง แต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้กลุ่มสังคมต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาตัดสินคุณค่าของสังคม ช่วย ให้ความคิดและเป้าหมายรวมทั้งความต้องการร่วมกัน บรรลุสู่ทิศทางเดียวกันและเป็นจริงเป็นจังยิ่งขึ้น ในยุคโลกาภิวัตน์ การประชาสัมพันธ์ทำให้สังคมกลายเป็นสังคมที่มีการรับรู้ข่าวสารเหมือนกัน มีความ เข้าใจร่วมกันเกิดความรู้สึกเข้าใจ และเห็นใจระหว่างกลุ่มสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกเสียสละ อดทนและ เกิดความมั่นคงขึ้นในสังคม ผลก็คือทำให้ประชาชนในสังคม สามารถช่วยกันพัฒนาบ้านเมืองและสังคม อย่างก้าวหน้าด้วยความร่วมมือของประชาชนทุกกลุ่มในสังคมนั้นเอง

6.2 ต่อระบบเศรษฐกิจ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานพุทธศักราช 2525 ได้ให้ความหมายของคำว่า เศรษฐกิจ หมายถึง งานอันเกี่ยวกับการผลิตการจัดจำหน่ายแจกและการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน จากความหมายของคำว่า เศรษฐกิจ ดังกล่าวนั้น ความหมายของคำว่า ระบบเศรษฐกิจ ก็คืองานอัน เกี่ยวกับการผลิต การจัดจำหน่าย แจกแจก และการบริโภคสิ่งต่าง ๆ ของชุมชนนั้นคือ การทำธุรกิจและ อุตสาหกรรมนั่นเอง ในการประกอบธุรกิจและอุตสาหกรรมนั้น ถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญ ประการหนึ่งของการจัดการหรือการบริหารการทำธุรกิจและอุตสาหกรรมจะมั่นคง รวมทั้งได้รับการ ร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อชี้แจง แลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงให้บุคคลที่เกี่ยวข้องทราบถึงวัตถุประสงค์และนโยบายของหน่วยงาน หรือเพื่อติดต่อหา ' ข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เข้ามาช่วยตัดสินใจในการดำเนินกิจการของธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดขึ้นแก่หน่วยงาน สินค้า และบริการ ทำให้ประชาชนเกิดความนิยมและไว้วางใจหน่วยงาน และเกิดนิยมสินค้าและบริการ รวมทั้งได้รับการสนับสนุนในการ

ดำเนินงานจากกลุ่มต่าง ๆ การประชา สัมพันธ์ที่ดีทำให้ความสัมพันธ์ ภายในหน่วยงานเป็นไปด้วย ความราบรื่น และเกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจเสรีเป็นประโยชน์แก่ ประชาชนในการที่จะ พิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มี คุณภาพ

6.3 ต่อระบบการเมือง พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถานพุทธศักราช 2525 ได้ให้ ความหมายของคำว่า การเมือง หมายถึงงาน ที่เกี่ยวกับรัฐหรือแผ่นดิน เช่น วิชาการเมือง ได้แก่ วิชา ว่าด้วยรัฐการจัดส่วนแห่งรัฐและการดำเนินงาน ของรัฐ ดังนี้

6.3.1 การบริหารประเทศ เฉพาะที่เกี่ยวกับนโยบายในการบริหารประเทศ เช่น การเมืองระหว่าง ประเทศ ได้แก่การดำเนินนโยบายระหว่างประเทศ

6.3.2 กิจการอำนาจ หรือควบคุมการบริหารราชการแผ่นดิน เช่น ตำแหน่ง การเมือง ได้แก่ ตำแหน่ง ซึ่งมีหน้าที่อำนาจ (คณะรัฐมนตรี) หรือควบคุม (สภาผู้แทนราษฎร) การ บริหารแผ่นดิน

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัยวัฒน์ จิวพานิชย์ และปณิตา วรณพิรุณ (2555, น. 45-50) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบ การใช้สื่อทางสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบโครงการด้วยวิธีการถอดบทเรียน เพื่อพัฒนา ทักษะการแก้ปัญหา ของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต ผลการวิจัย พบว่า 1) การพัฒนารูปแบบการ ใช้สื่อทางสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบโครงการด้วยวิธีการถอดบทเรียนเพื่อพัฒนา ทักษะการแก้ปัญหา ของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ การใช้สื่อ สังคมออนไลน์ การเรียนแบบโครงการ การถอดบทเรียน ทักษะแก้ปัญหา และ 2) รูปแบบการใช้สื่อ ทางสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบโครงการด้วยวิธีการถอดบทเรียน เพื่อพัฒนาทักษะ การแก้ปัญหาของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต สามารถนำไปใช้ได้จริง เนื่องจากคุณภาพอยู่ในระดับ มากที่สุด

อภิชาจ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ (2556, น. 24-38) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ ภายใต้อิทธิพลสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์ และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต องค์กรใช้ สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้าและบริการเพื่อช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์ แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์ภายใต้อิทธิพลสื่อสังคมออนไลน์ควรให้ ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ ตลอดจนรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์และการสนับสนุนองค์กร

ระวี แก้วสุกใส และ ชัยรัตน์ จุสปาโล (2556, น. 195-205) ได้ศึกษาเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณี เฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน ผลการศึกษา พบว่า ความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี การสื่อสาร ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ทางสังคม ที่รู้จักอย่างแพร่หลายว่า “ สังคมออนไลน์ ” ซึ่งถูกใช้เป็นแหล่งพบปะติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนหรือคนรู้จัก หรือแม้แต่ใช้เป็นพื้นที่สาธารณะในการแบ่งปันข้อมูลและสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเพื่อการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิงร่วมกัน สื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายประเภท ทั้งนี้ เฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นหนึ่งของสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้เรียน ได้หลายลักษณะ เช่น โพสต์ข้อความลงในกระดานข่าว ของกลุ่มโพสต์รูปภาพและวิดีโอที่อัปโหลดโดยสมาชิก ตั้งคำถามและสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น (Poll) หรือใช้งานเฟสบุ๊กดอกร์หรือเอกสารของเฟสบุ๊ก ทั้งนี้ ก่อให้เกิดผลสำคัญกับผู้เรียน คือ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสังคมในชั้น กระตุ้นให้เกิดการศึกษาค้นคว้า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่กว้างขวาง ส่งเสริมการศึกษาตามความสนใจหรือความถนัด และส่งเสริมการบันทึกการอ่านแต่อย่างไรก็ตาม ผู้สอนควรศึกษาธรรมชาติของระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่จะนำมาใช้อย่างชัดเจน ศึกษาความพร้อมของผู้เรียน เป็นต้นแบบที่ดีในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ติดตามพฤติกรรมการใช้อย่างใกล้ชิดและสร้างเครือข่ายผู้สอนและผู้ปกครองเพื่อประสิทธิภาพของการดูแลผู้เรียนต่อไป

เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม (2556, น.72-81) ได้ศึกษาเรื่อง Social Media สื่อสร้างสรรค์เพื่อการศึกษา ผลการศึกษา พบว่า Social Media มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของเด็กและเยาวชน เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร แหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผู้สอนสามารถนำ Social Media มาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดีเพราะปัจจุบัน Social Media เป็นเทคโนโลยีที่นับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้เรียนไปแล้วซึ่งผู้เรียนให้ความสนใจและเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

สุรศักดิ์ ปาเฮ (2556, น. 1-9) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพสื่อประชาสัมพันธ์ในยุคสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสังคมโลกออนไลน์ที่ทรงประสิทธิภาพในปัจจุบันนั้น สื่อทางอินเทอร์เน็ตประเภทการจัดทาเว็บไซต์ (Website) นับได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในความนิยมของทุกวงการหรือหน่วยงาน รวมทั้งสื่อส่วนบุคคลที่ได้สร้างขึ้นมาเพื่อสื่อสารเนื้อหาสาระไปสู่สังคมวงกว้างในยุคแห่งสังคมแบบเปิดหรือ Open Society ในปัจจุบัน ดังนั้นประสิทธิภาพของสื่อดังกล่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์จึงเป็นบทบาทสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องต้องสร้างและนำเสนอภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีของการผลิตสื่อและกระบวนการสื่อสารที่ต้องดำเนินไปอย่างค้ำคูณานเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีพลังสร้างองค์กรให้ก้าวไปในกระแสสังคมได้อย่างมีคุณภาพ และมีศักดิ์ศรี ภายใต้การนำเสนอเนื้อหาสาระหรือข้อมูลในรูปแบบสื่อยุคใหม่ที่เรียกว่า “สื่ออินเทอร์เน็ต” หรือการผลิตสื่อเว็บไซต์

จักรกริช ปิยะ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการบริหารงานก่อสร้าง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทคโนโลยีเดอ (2001) อำเภอเมือง จังหวัด นครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า หลังจากใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แล้วงานบริหารการก่อสร้าง ในด้านการรับ-ส่งข้อมูล และการจัดการข้อมูลโครงการ ด้านการสื่อสารระหว่างทีมงาน แบบโต้-ตอบ ด้านการสื่อสารแบบทางเดียว (การสั่งงาน, การรายงานความคืบหน้า, การแจ้งข่าวสาร) และด้านการสืบค้นความรู้นอกองค์กร ใช้ระยะเวลาในการสื่อสารรวดเร็วขึ้นมาก ลดต้นทุนและเพิ่มกำไร การแก้ไขงานผิดพลาดน้อยลง ส่งมอบงานทันเวลา และมีประสิทธิภาพมากขึ้น พนักงาน ห้างหุ้นส่วน จำกัด เทคโนโลยีเดอ (2001) อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความพึงพอใจต่อการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการบริหารงานก่อสร้าง อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.58 เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52

วิยะดา ฐิติมีชฌิมา (2560, น. 151-156) ได้ศึกษาเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์: แนวโน้มปรากฏการณ์ และจริยธรรม ผลการศึกษา พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์คือพื้นที่สาธารณะที่คนจากทั่วโลกสามารถมาติดต่อสื่อสาร และแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายประเภท ได้แก่ เว็บบล็อก เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เว็บไซต์สำหรับแบ่งปันวิดีโอ ไมโครบล็อก วิกิ และโลกเสมือน เป็นต้น การเติบโตอย่างมหาศาลและรวดเร็วของเครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่สำคัญในระดับโลกหลายอย่าง เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นกิจกรรมบนเว็บที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่ง เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันคือเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์กลายเป็นเครื่องมือส่งข้อความสั้นระหว่างสมาชิกและเครื่องมือรายงานข่าวที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ยูทูปกลายเป็นแหล่งเผยแพร่และแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอที่ใหญ่ที่สุด เกมออนไลน์กลายเป็นแหล่งบันเทิงที่สร้างทั้งความบันเทิงและรายได้ทางธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล เครือข่ายสังคมออนไลน์มีทั้งประโยชน์และโทษ ประเด็นที่สังคมให้ความสำคัญคือ เรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัว มารยาท และจริยธรรมในการใช้งาน การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ถูกต้อง มีมารยาทและจริยธรรม คือใช้อย่างพอดี คิดก่อนเขียน ถูกต้อง เหมาะสม และสร้างสรรค์

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media และ 3) ศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media การดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ระยะที่ 2 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ระยะที่ 3 ศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ในแต่ละระยะของการวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. จุดประสงค์การดำเนินการวิจัย
2. กลุ่มเป้าหมาย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การสร้างเครื่องมือการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

1. จุดประสงค์การดำเนินการวิจัย

ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัย เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยีการประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม

ขั้นตอนที่ 3 สรุปแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ขั้นตอนที่ 4 สรุปผลการประเมิน ปรับปรุงแก้ไขแนวทางตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

2. กลุ่มเป้าหมาย

2.1 กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เป็นกลุ่มเป้าหมายทำหน้าที่สัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยีการประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรม โดยแบ่งเป็น คีษานิตศก จำนวน 1 คน ครูหรือผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 3 คน และ อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา ในสาขาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 คน

2.1 กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก เพื่อเป็นกลุ่มเป้าหมายทำหน้าที่ประเมินความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู จัดแบ่งเป็น คีษานิตศก จำนวน 1 คน ครูหรือผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 1 คน และ อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาในสาขาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยีการประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรม

3.2 แบบสอบถาม ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ social media

4. การสร้างเครื่องมือการวิจัย

4.1 แบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยีการประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรม ดำเนินการดังนี้

4.1.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด เกี่ยวกับการสร้างแบบสัมภาษณ์

4.1.2 กำหนดโครงสร้างแบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำชี้แจงเบื้องต้นเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยีการประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรม

4.1.3 สร้างแบบสัมภาษณ์ตามโครงสร้างที่กำหนด ดังนี้

แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง ที่มีประเด็นคำถามและคำตอบในลักษณะเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย โดยใช้เกณฑ์แปลผลและเป็นความถี่และร้อยละ

4.1.4 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา ความสอดคล้องของข้อความกับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยนำแบบสัมภาษณ์ ที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบและประเมินความสอดคล้อง โดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้ (วรปภา อารีราษฎร์, 2558, น. 96)

ให้คะแนน	+1	ถ้าแน่ใจว่าข้อความนั้นสอดคล้องเนื้อหา
ให้คะแนน	0	ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา
ให้คะแนน	-1	ถ้าแน่ใจว่าข้อความนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหา

4.1.5 ปรับปรุงข้อความ และคำนวณหาค่าความสอดคล้องของข้อความกับเนื้อหา แบบสัมภาษณ์ มีค่าความสอดคล้องอยู่ที่ 1.00 (ภาคผนวก จ หน้า 86-87)

4.1.6 จัดทำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์เพื่อเป็นเครื่องมือการวิจัยต่อไป

4.2 แบบสอบถาม ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ Social Media ดำเนินการดังนี้

4.2.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด เกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถาม

4.2.2 กำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำชี้แจงเบื้องต้นเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์

หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ Social Media

4.2.3 สร้างแบบสอบถาม โดยตอนที่ 3 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบ่งระดับคะแนน ดังนี้ (วรปภา อารีราษฎร์, 2558, น. 95) โดยกำหนดให้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

4.2.4 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา และความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยนำแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบและประเมินความสอดคล้อง

4.2.5 ปรับปรุงข้อคำถาม และคำนวณหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา แบบสอบถามมีค่าความสอดคล้องอยู่ที่ 1.00 (ภาคผนวก จ หน้า 94-95)

4.2.6 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อเป็นเครื่องมือการวิจัยต่อไป

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

5.1.1 ประสานกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์ และจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ นัดหมาย

5.1.2 ดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาขึ้น พร้อมบันทึก และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม

5.1.3 เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์พร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน วิเคราะห์ และสรุปผลการสัมภาษณ์และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

5.2.1 ประสานกลุ่มเป้าหมายในการจัดเก็บข้อมูล และจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ นัดหมาย

5.2.2 ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง โดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น พร้อมบันทึกและเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

5.2.3 เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน วิเคราะห์ และสรุปผลการสอบถามและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ Social Media ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้เกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ย แบ่งระดับคะแนน ดังนี้ (วรปภา อารีราษฎร์, 2558, น. 95)

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	4.50 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	3.50 - 4.49	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	2.50 - 3.49	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.50 - 2.49	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.00 - 1.49	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ระยะที่ 2 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media

1. จุดประสงค์การดำเนินการวิจัย

เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media มีการดำเนินงาน ดังนี้

1.1 การออกแบบ ผู้วิจัยนำแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ Social Media ที่ได้จากระยะที่ 1 มาเป็นกรอบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู

1.2 การพัฒนา ผู้วิจัยพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู ตามที่ออกแบบไว้

1.3 การทดลองใช้ ผู้วิจัยนำสื่อไปทดลองใช้กับครูที่รายงานตัวเข้ารับการอบรมหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา : 613012010 จำนวน 90 คน

1.4 การประเมินผล

1.4.1 ผู้วิจัยได้นำสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู ที่พัฒนาขึ้น นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินความเหมาะสม จำนวน 3 คน

1.4.2 นำผลการสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ค่าสถิติ และสรุปผล

2. กลุ่มเป้าหมาย

2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก เพื่อเป็นกลุ่มเป้าหมายทำหน้าที่ประเมินความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู จัดแบ่งเป็น ศึกษานิเทศก์ จำนวน 1 คน ครูหรือผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 1 คน และ อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาในสาขาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 คน

2.2 เป็นครูผู้สอนที่สนใจเข้ารับการอบรมในหลักสูตรการพัฒนาครูของศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในปี พ.ศ. 2561 โดยเป็นครูที่รายงานตัวเข้ารับการอบรมหลักสูตร การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา : 613012010 จำนวน 90 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

3.2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ Social Media

3.3 แบบสอบถามความคิดเห็นของครูในด้านความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

3.4 แบบสอบถามความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

3.5 แบบวัดการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

4. การสร้างเครื่องมือ

4.1 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ Social Media ดำเนินการดังนี้

4.1.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด เกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถาม

4.1.2 กำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำชี้แจงเบื้องต้นเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

4.1.3 สร้างแบบสอบถาม โดยตอนที่ 3 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบ่งระดับคะแนน ดังนี้ (วรปภา อารีราษฎร์, 2558, น. 95) โดยกำหนดให้

5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

4.1.4 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของ ภาษา และความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยนำแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบและประเมินความสอดคล้อง

4.1.5 ปรับปรุงข้อคำถาม และคำนวณหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหาแบบสอบถามมีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 (ภาคผนวก จ หน้า 96-99)

4.1.6 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อเป็นเครื่องมือการวิจัยต่อไป

4.2 แบบสอบถามความคิดเห็นของครูในด้านความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media ดำเนินการดังนี้

4.2.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด เกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถาม

4.2.2 กำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำชี้แจงเบื้องต้นเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media

4.2.3 สร้างแบบสอบถาม โดยตอนที่ 3 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบ่งระดับคะแนน ดังนี้ (วรปภา อารีราษฎร์, 2558, น. 95) โดยกำหนดให้

5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

4.2.4 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา และความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยนำแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบและประเมินความสอดคล้อง

4.2.5 ปรับปรุงข้อคำถาม และคำนวณหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหาแบบสอบถามมีค่าความสอดคล้องอยู่ที่ 1.00 (ภาคผนวก จ หน้า 99-100)

4.1.6 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อเป็นเครื่องมือการวิจัยต่อไป

4.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media

4.3.1 กำหนดโครงสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ เป็นการประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

- 4.3.2 กำหนดโครงสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ
- ตอนที่ 1 คำชี้แจงเบื้องต้นเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
 - ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดย

การประยุกต์ใช้ social media

4.3.3 สร้างแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลตอนที่ 3 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบ่งระดับคะแนน ดังนี้ (วรปภา อารีราษฎร์, 2558, น. 95) โดยกำหนดให้

- 5 หมายถึง พึงพอใจระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง พึงพอใจระดับมาก
- 3 หมายถึง พึงพอใจระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง พึงพอใจระดับน้อย
- 1 หมายถึง พึงพอใจระดับน้อยที่สุด

4.3.4 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา และความสอดคล้องของข้อความกับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยนำแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คนตรวจสอบและประเมินความสอดคล้อง

4.3.5 ปรับปรุงข้อคำถาม และคำนวณหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา แบบสอบถามมีค่าความสอดคล้องอยู่ที่ 1.00 (ภาคผนวก จ หน้า 100-101)

4.3.6 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อเป็นเครื่องมือการวิจัยต่อไป

4.4 แบบวัดการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

4.4.1 กำหนดโครงสร้างแบบวัดการรับรู้ เป็นการประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (Best, 1997, p. 190) ใช้เกณฑ์การหาค่า

4.4.2 กำหนดโครงสร้างแบบวัดการรับรู้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 คำชี้แจงเบื้องต้นเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
- ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 3 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social

Media

4.4.3 สร้างการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media โดยนำข้อมูลตอนที่ 3 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบ่งระดับคะแนน ดังนี้ (วรปภา อารีราษฎร์, 2558, น. 95) โดยกำหนดให้

- 5 หมายถึง รับรู้ระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง รับรู้ระดับมาก
- 3 หมายถึง รับรู้ระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง รับรู้ระดับน้อย
- 1 หมายถึง รับรู้ระดับน้อยที่สุด

4.4.4 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของ ภาษา และความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยนำแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คนตรวจสอบและประเมินความสอดคล้อง

4.4.5 ปรับปรุงข้อคำถาม และคำนวณหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา แบบวัดการรับรู้มีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 (ภาคผนวก จ หน้า 102-103)

4.4.6 จัดทำแบบวัดการรับรู้ฉบับสมบูรณ์เพื่อเป็นเครื่องมือการวิจัยต่อไป

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

5.1.1 ประสานกลุ่มเป้าหมายในการจัดเก็บข้อมูล และจัดทำหนังสือขอความ อนุเคราะห์ นัดหมาย

5.1.2 ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง โดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น พร้อม บันทึกรายชื่อ และเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

5.1.3 เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน วิเคราะห์ และสรุปผลการสอบถามและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นครู ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

5.2.1 ผู้วิจัยนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

5.2.2 ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลดังนี้

5.2.2.1 ความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

5.2.2.2 ความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

5.2.2.3 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

5.2.3 บันทึกข้อมูล และหาคุณภาพเครื่องมือ และนำเสนอผลต่ออาจารย์ที่ปรึกษา

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้เกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ย แบ่งระดับคะแนน ดังนี้ (วรปภา อารีราษฎร์, 2558, น. 95)

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	4.50 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	3.50 - 4.49	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	2.50 - 3.49	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.50 - 2.49	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.00 - 1.49	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media แบบสอบถามความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media และแบบวัดการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media ผู้วิจัยใช้สถิติในการวัดคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ IOC

ระยะที่ 3 ศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

1. จุดประสงค์การดำเนินการวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media มีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 นำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media ต่อกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลดังนี้

1. ความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

2. ความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ และสรุปผล

2. กลุ่มเป้าหมาย

เป็นครูผู้สอนที่สนใจเข้ารับการอบรมในหลักสูตรการพัฒนาครูของศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในปี พ.ศ. 2561 โดยเป็นครูที่รายงานตัวเข้ารับการอบรมหลักสูตร การประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงานหลักสูตร : 613102005 จำนวน 198 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

3.2 แบบสอบถามความคิดเห็นของครูในด้านความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

3.4 แบบวัดการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

4.2 ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลดังนี้

4.2.1 ความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้

Social Media

4.2.2 ความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการ

ประยุกต์ใช้ Social Media

4.2.3 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social

Media

4.3 บันทึกข้อมูล และหาคุณภาพเครื่องมือ และนำเสนอผลต่ออาจารย์ที่ปรึกษา

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media แบบสอบถามความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media และแบบวัดการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ใช้เกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ย แบ่งระดับคะแนน ดังนี้ (วรปภา อารีราษฎร์, 2558, น. 95)

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 - 4.49 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 - 3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 - 2.49 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 - 1.49 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media และ 3) ศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media ประกอบด้วยขั้นตอนการวิจัย 3 ระยะ ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผลการศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media
3. ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media
4. ผลการศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

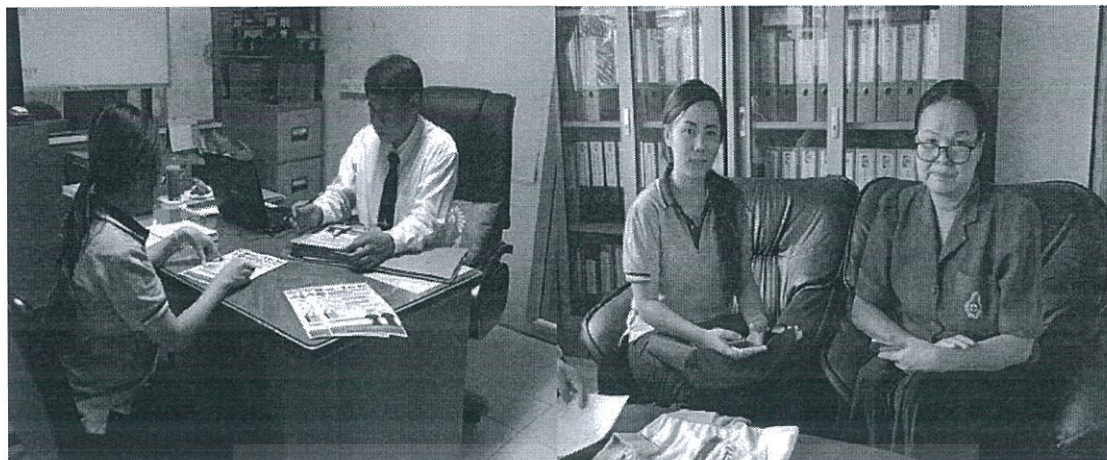
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
%	หมายถึง	ร้อยละ
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

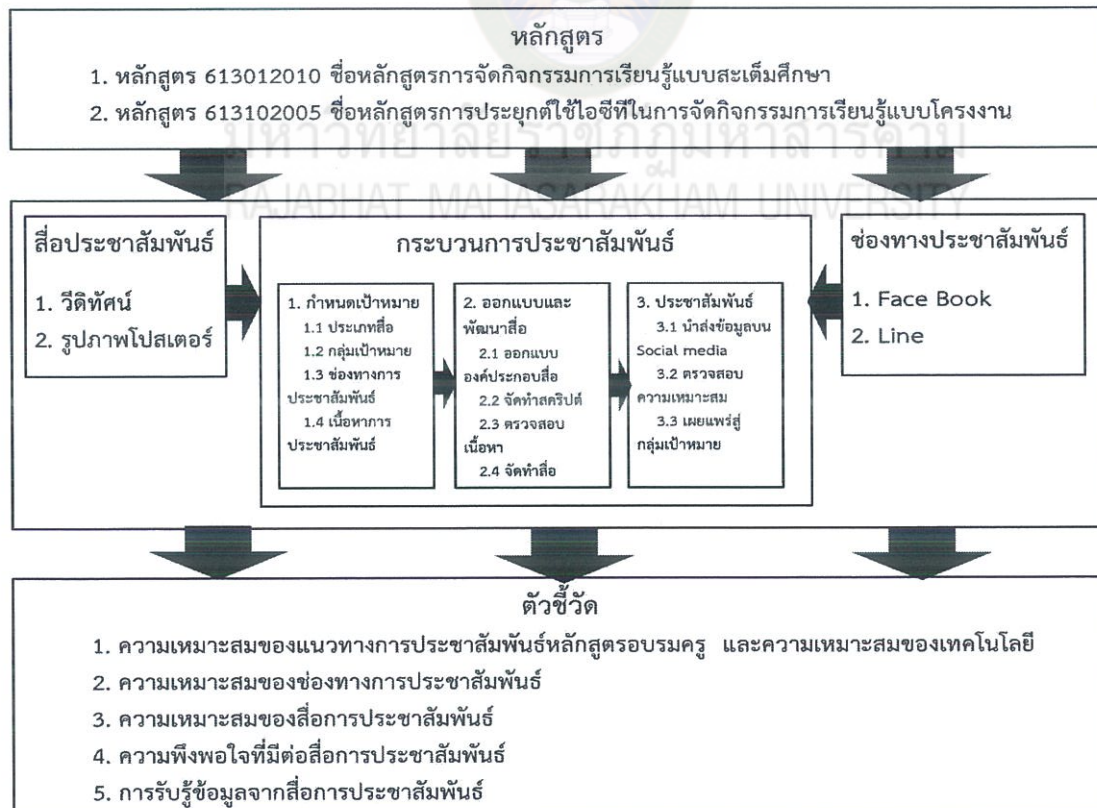
4.2 ผลการศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ผู้วิจัย ดำเนินการศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media โดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัย เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม และสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยีการประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม ดังแสดงในภาพที่ 4.1 และผู้วิจัยนำมาเขียนเป็นกรอบแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการ

ประยุกต์ใช้ Social Media ได้ตามภาพที่ 4.2 และนำไปประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ผลการประเมินแสดงในตารางที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยี



ภาพที่ 4.2 แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

จากภาพที่ 4.2 แนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC มีประกอบ 5 ส่วน รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 หลักสูตรการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC ประกอบด้วยหลักสูตรการอบรม จำนวน 2 หลักสูตร คือ

1. รหัสหลักสูตร 613012010 หลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา
2. รหัสหลักสูตร 613102005 หลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงการ

ส่วนที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

1. รูปภาพ มีลักษณะที่เด่นชัด โทนสีไม่ฉูดฉาดเกินไป มีความเป็นเอกลักษณ์ ข้อความไม่มาก ไม่น้อยจนเกินไป และสามารถอ่านและเข้าใจเนื้อหาหลักสูตรได้ทันที
2. วิดีโอ มีลักษณะกระชับ ได้ใจความเนื้อหาในวิดีโอไม่ยาวจนเกินไป และใช้เวลาเพียงเล็กน้อยเพื่อให้ผู้เข้ามาชมวิดีโอ เข้าใจเนื้อหาของหลักสูตร ทำให้ผู้ชมวิดีโอไม่เบื่อและทราบข้อมูลครบถ้วนในการรับชมวิดีโอ

ส่วนที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

1. การกำหนดเป้าหมาย ประกอบด้วย การกำหนดประเภทสื่อ กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาการประชาสัมพันธ์
2. การออกแบบและพัฒนาสื่อ ประกอบด้วย การออกแบบองค์ประกอบสื่อ การจัดทำสคริปต์ การตรวจสอบเนื้อหา และการจัดทำสื่อ
3. การประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การนำส่งข้อมูลบน Social Media การตรวจสอบความเหมาะสม และการเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 4 ช่องทางการสื่อสารบน Social Media ประกอบด้วย

1. Facebook มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และศูนย์การเรียนรู้ไอซีที
2. line มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้บัญชีไลน์ของกลุ่มที่ศูนย์การเรียนรู้ไอซีที จัดสร้างขึ้น เพื่อทำการประชาสัมพันธ์กลุ่มเป้าหมายโดยตรง

ส่วนที่ 5 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย

1. ความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยี
2. ความเหมาะสมของช่องทางการประชาสัมพันธ์
3. ความเหมาะสมของสื่อการประชาสัมพันธ์

4. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์
5. การรับรู้ข้อมูลจากสื่อการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.1

ความเหมาะสมแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพรู TM-PLC”

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1. ด้านความเหมาะสมองค์ประกอบของแนวทาง	4.93	0.25	มากที่สุด
1.1 แนวทางประกอบด้วย 5 ส่วน	4.80	0.45	มากที่สุด
1.2 ส่วนหลักสูตร	5.00	0.00	มากที่สุด
1.3 ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์	5.00	0.00	มากที่สุด
1.4 ส่วนกระบวนการประชาสัมพันธ์	4.80	0.45	มากที่สุด
1.5 ส่วนช่องทางประชาสัมพันธ์	5.00	0.00	มากที่สุด
1.6 ส่วนตัวชี้วัด	5.00	0.00	มากที่สุด
2. ด้านความเหมาะสมของหลักสูตร	5.00	0.00	มากที่สุด
2.1 หลักสูตร 613012010 ชื่อหลักสูตรการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขา ศึกษาศาสตร์	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2 หลักสูตร 613102005 ชื่อหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัด กิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน	5.00	0.00	มากที่สุด
3. ด้านความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์	5.00	0.00	มากที่สุด
3.1 สื่อวีดิทัศน์	5.00	0.00	มากที่สุด
3.2 สื่อรูปภาพโปสเตอร์	5.00	0.00	มากที่สุด
4. ด้านความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์	5.00	0.00	มากที่สุด
4.1 ขั้นตอนกำหนดเป้าหมาย	5.00	0.00	มากที่สุด
4.2 ขั้นตอนออกแบบและพัฒนาสื่อ	5.00	0.00	มากที่สุด
4.3 ขั้นตอนประชาสัมพันธ์	5.00	0.00	มากที่สุด
5. ด้านความเหมาะสมของช่องทางประชาสัมพันธ์	4.90	0.32	มากที่สุด
5.1 ช่องทาง Face Book	5.00	0.00	มากที่สุด
5.2 ช่องทาง Line	4.80	0.45	มากที่สุด
6. ด้านความเหมาะสมของตัวชี้วัด	4.92	0.28	มากที่สุด
6.1 ด้านแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสม ของเทคโนโลยี	5.00	0.00	มากที่สุด
6.2 ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์	5.00	0.00	มากที่สุด
6.3 ด้านสื่อการประชาสัมพันธ์	5.00	0.00	มากที่สุด
6.4 ด้านความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์	5.00	0.00	มากที่สุด

(ต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
6.5 ด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อการประชาสัมพันธ์	4.60	0.55	มากที่สุด
7. ด้านความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่ใช้	5.00	0.00	มากที่สุด
7.1 การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อวีดิทัศน์ และสื่อรูปภาพโปสเตอร์	5.00	0.00	มากที่สุด
7.2 การใช้ Social media เป็นช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ได้แก่ Face Book และ Line	5.00	0.00	มากที่สุด
เฉลี่ยโดยรวม	4.95	0.21	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อความเหมาะสมของแนวทาง โดยรวมเฉลี่ยอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.95$, SD. = 0.21) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านองค์ประกอบของแนวทางอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.93$, SD. = 0.25) ด้านหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, SD. = 0.00) ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, SD. = 0.00) ด้านกระบวนการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, SD. = 0.00) ด้านช่องทางประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$, SD. = 0.32) ด้านตัวชี้วัดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$, SD. = 0.28) และด้านความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่ใช้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, SD. = 0.00)

4.3 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

4.3.1 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยนำแนวทางที่ได้จากระยะที่ 1 มาเป็นกรอบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ซึ่งประกอบไปด้วยสื่อวีดิทัศน์ และสื่อรูปภาพโปสเตอร์ ดังแสดงในภาพที่ 4.3 และตารางที่ 4.2

ส่วนแสดงชื่อหน่วยงานพัฒนาครู
ส่วนแสดงชื่อหลักสูตร
ส่วนแสดงความรู้/ผลลัพธ์ที่ครูจะได้รับ
ส่วนแสดงเอกสาร วุฒิบัตร และสิ่งอื่น ๆ ที่จะครูได้รับ
ส่วนแสดงรายชื่อผู้ประสานงาน
ส่วนแสดงข้อมูลการติดต่อ




ภาพที่ 4.3 องค์ประกอบของสื่อรูปภาพโปสเตอร์

จากภาพที่ 4.3 สื่อรูปภาพโปสเตอร์จัดแบ่งองค์ประกอบของภาพเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนแสดงชื่อหน่วยงานพัฒนาครู
2. ส่วนแสดงชื่อหลักสูตร
3. ส่วนแสดงความรู้/ผลลัพธ์ที่ครูจะได้รับ
4. ส่วนแสดงเอกสาร วุฒิบัตร และสิ่งอื่น ๆ ที่จะครูได้รับ
5. ส่วนแสดงรายชื่อผู้ประสานงาน
6. ส่วนแสดงข้อมูลการติดต่อ

ตารางที่ 4.2

บทดำเนินเรื่องของวิดีโอ

ลำดับที่	รายการแสดง	องค์ประกอบของจอภาพ
1	แสดงชื่อสถาบันครูพัฒนา	 <p style="text-align: center;">TPDI สถาบันครูพัฒนา</p>
2	แสดงชื่อของหน่วยพัฒนาครู	 <p style="text-align: center;">หน่วยพัฒนาครู คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม</p>
3	แสดงชื่อของหลักสูตร	 <p style="text-align: center;">รหัส หลักสูตร</p> <p style="text-align: center;">ชื่อหลักสูตร</p>
4	แสดงรายละเอียดหลักสูตร	 <p style="text-align: center;">ระยะเวลา การอบรม</p> <p style="text-align: center;">ค่าลงทะเบียน</p> <p style="text-align: center;">จำนวนชั่วโมง การอบรม</p> <p style="text-align: center;">ที่พักระหว่าง การอบรม</p>

(ต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ลำดับที่	รายการแสดง	องค์ประกอบของจอภาพ
5	แสดงรายละเอียด หลักสูตร	
6	ส่วนแสดงความรู้/ ผลลัพธ์ที่ครูจะได้รับ	
7	ส่วนแสดงเอกสาร วุฒ บัตร และสิ่งอื่น ๆ ที่จ จะครูได้รับ	
8	แสดงข้อมูลการ ลงทะเบียนหลักสูตร	
9	แสดงข้อมูลการ ประสานงาน/ติดต่อ	

4.3.2 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

4.3.2.1 สื่อรูปภาพโปสเตอร์ ผู้วิจัยนำองค์ประกอบของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ ที่ออกแบบตามภาพที่ 4.3 มาสร้างรูปภาพโปสเตอร์ จำนวน 2 ภาพ ดังแสดงในภาพที่ 4.4 และ 4.5

ส่วนแสดงชื่อหน่วยงานพัฒนาครู
ส่วนแสดงชื่อหลักสูตร
ส่วนแสดงความรู้/ผลลัพธ์ที่ครูจะได้รับ
ส่วนแสดงเอกสาร วุฒิบัตร และสิ่งอื่น ๆ ที่ครูจะได้รับ
ส่วนแสดงรายชื่อผู้ประสานงาน
ส่วนแสดงข้อมูลการติดต่อ

หน่วยงานพัฒนาครู **คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม**

PBL รหัสหลักสูตร : **613102005**
ชื่อหลักสูตร : การประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน

ผลลัพธ์ที่ครูจะได้ จำนวน 36 ชั่วโมง หรือ 6 วัน ค่าลงทะเบียน 8,560 บาท พร้อมที่พัก

1. มีความรู้ในด้านการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานและด้านไอซีทีเพื่อการเรียนรู้
2. มีความรู้ในด้านการบูรณาการการสอน/การจัดการเรียนรู้ระหว่างเนื้อหาสาระ กับรูปแบบการเรียนรู้ และไอซีที
3. มีทักษะในการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน ทักษะการใช้ไอซีทีเพื่อการเรียนรู้
4. มีการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงานโดยประยุกต์ใช้ไอซีทีหลังการอบรม

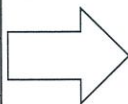
ผู้เข้าอบรมจะได้รับ เอกสาร กระเป๋า เสื้อ วุฒิบัตร พร้อมของรางวัลอีกมากมาย

RMU-PLC
ศูนย์วิจัย ICT ศูนย์
ม.ราชภัฏมหาสารคาม

ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ผศ.ดร.วราปภา อารีราษฎร์ (ดร.อ๋า)
ติดต่อประสานงาน ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน 043-721919, 081-3205207
คุณกาญจนา คงสงกรม 082-8522565 คุณอินทิรา คำพิชัย 088-5754194
อีเมล rmuict@gmail.com Line ID : itrmu เว็บไซต์ itrmu.net/ict

ภาพที่ 4.4 สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน

ส่วนแสดงชื่อหน่วยงานพัฒนาครู
ส่วนแสดงชื่อหลักสูตร
ส่วนแสดงความรู้/ผลลัพธ์ที่ครูจะได้รับ
ส่วนแสดงเอกสาร วุฒิบัตร และสิ่งอื่น ๆ ที่ครูจะได้รับ
ส่วนแสดงรายชื่อผู้ประสานงาน
ส่วนแสดงข้อมูลการติดต่อ



หน่วยงานพัฒนาครู **คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรสุพรรณบุรี**

รหัสหลักสูตร : 613012010
การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีแบบสะเต็มศึกษา

จำนวน 24 ชั่วโมง หรือ 4 วัน
 ค่าลงทะเบียน 8,500 บาท
 หรือที่ฝึก

ผลลัพธ์ที่ครูจะได้

1. มีความรู้ ความเข้าใจในเป้าหมาย หลักการ แนวคิด และแนวทางการจัดการเรียน การเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา
2. ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวทางสะเต็มศึกษาค้นหาสาระการเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับบริบทและภาวะการเรียนรู้ของผู้เรียน
3. มีทักษะการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ปฏิบัติการสอนตามแนวทางสะเต็มศึกษาในชั้นเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ ที่ได้ออกแบบไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
5. แลกเปลี่ยนเรียนรู้การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาจากการพัฒนา ผู้เรียนให้สอดคล้องกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

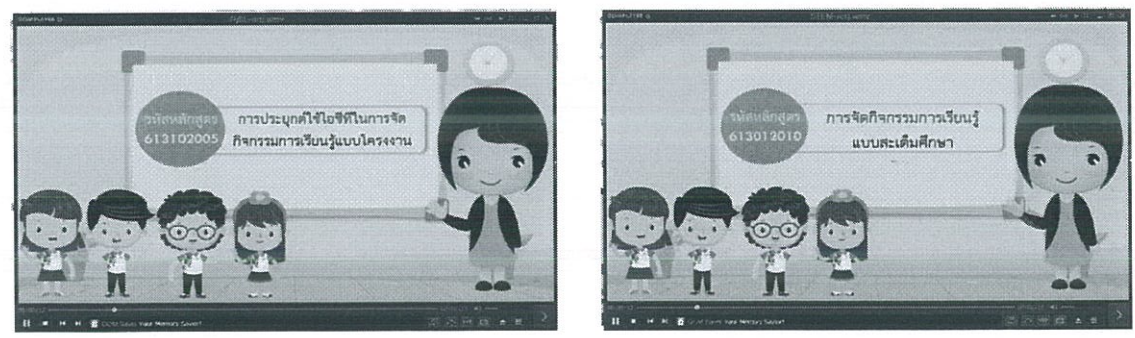
ผู้เข้าอบรมจะได้รับ เอกสาร กระเป๋า เสื้อ วุฒิบัตร หรือของรางวัลอีกมากมาย

RMU-PLC
 ศูนย์วิจัย ICT ชุมชน
 ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ผศ.ดร.วราปภา อารีราษฎร์ (ดร.อ่า)
 ติดต่อประสานงาน ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน 043-721919, 081-3205207
 คุณกาญจนา ลงสนทราณ 082-8522565 คุณอินทนิล คำพิชิต 088-5754194
 อีเมล rmuict@gmail.com Line ID : itrnu เว็บไซต์ itrnu.net/ict

ภาพที่ 4.5 สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีแบบสะเต็มศึกษา

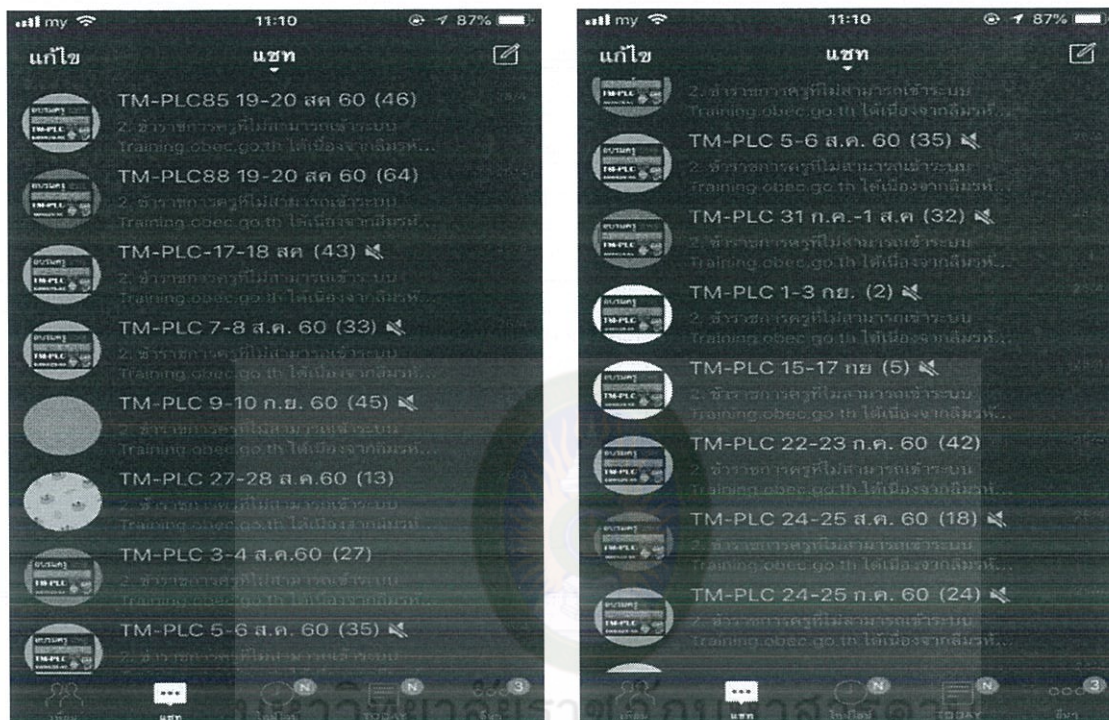
4.3.2.2 สื่อวีดิทัศน์ ผู้วิจัยนำบทความเรื่องทีออกแบบไว้ดังแสดงในตารางที่ 4.2 มาสร้างสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ วีดิทัศน์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ และวีดิทัศน์ของหลักสูตรการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีแบบสะเต็มศึกษา ดังแสดงในภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 สื่อวีดิทัศน์ 2 หลักสูตร

4.3.3 การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์บน Social Media

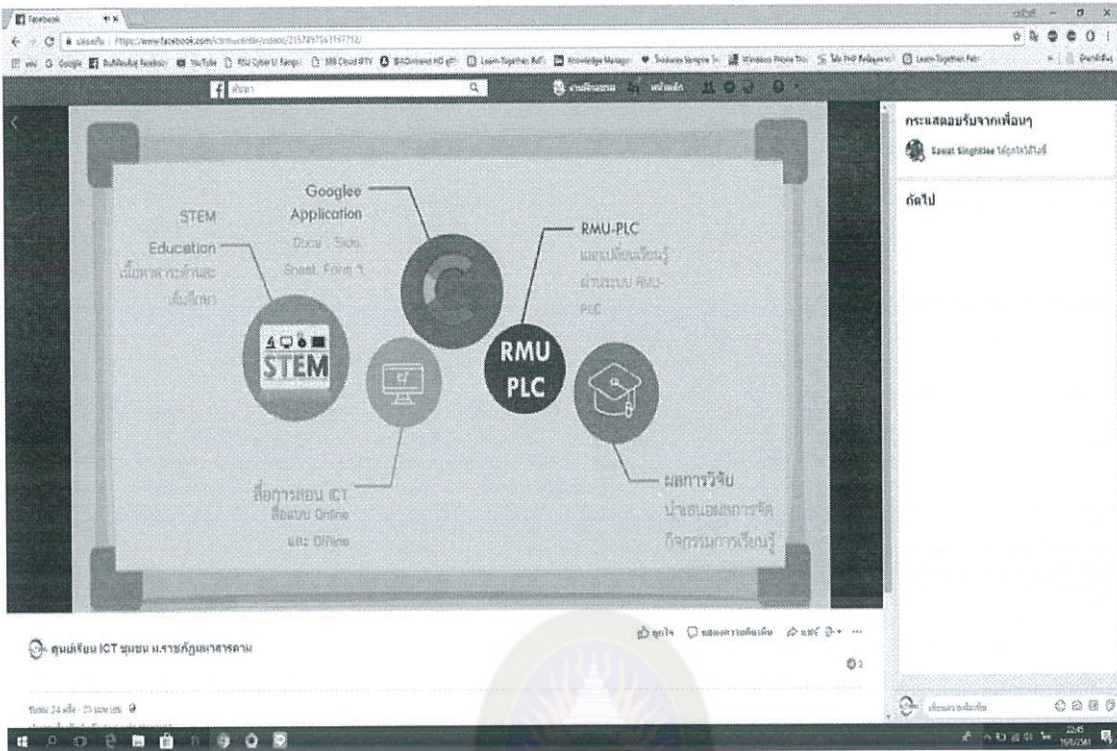
ผู้วิจัยนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์บน Social Media ผ่านทางโปรแกรม Facebook และ โปรแกรมไลน์ ของศูนย์การเรียนรู้ไอซีที เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร ดังแสดงในภาพที่ 4.7-4.9



ภาพที่ 4.7 การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์บนโปรแกรมไลน์



ภาพที่ 4.8 การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโปสเตอร์บนโปรแกรมเฟซบุ๊ก



ภาพที่ 4.9 การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวีดิทัศน์บนโปรแกรมเฟสบุ๊ค

ชื่อแคมเปญ	การนำเสนอ	ผลคลิก	การเข้าถึง	อิมเพรสชัน	ต้นทุนต่อผลคลิก	จำนวนเงินที่ใช้จ่ายไป	อันดับ	ความถี่	การคลิกสูงถึงที่โฆษณา
จำนวนผู้เข้าชม	* โฆษณาสู่	527 การคลิก	16,533	20,605	฿ 72 ผลคลิก	฿905.53	ทำงานเฉลี่ย...	1.24	459
จำนวนผู้เข้าชม	* โฆษณาสู่	563 การคลิก	16,146	22,101	฿ 37 ผลคลิก	฿909.55	ทำงานเฉลี่ย...	1.37	581
จำนวนผู้เข้าชม	* ไม่ได้ดำเนินการ	— การคลิก	—	—	— ผลคลิก	฿0.00	24 เมษายน 2016	—	—
จำนวนผู้เข้าชม	* ไม่ได้ดำเนินการ	— การคลิก	—	—	— ผลคลิก	฿0.00	ทำงานเฉลี่ย...	—	—
จำนวนผู้เข้าชม	* ไม่ได้นำไป	— การคลิก	—	—	— ผลคลิก	฿0.00	ทำงานเฉลี่ย...	—	—
เฉลี่ยจาก 5 แคมเปญ		1,190 การคลิก	26,303 เฉลี่ย	42,786 รวม	฿1.53 ผลคลิก	฿1,815.09 รวมเฉลี่ย		1.62 เฉลี่ย	999 รวม

ภาพที่ 4.10 ผลการเข้าถึงการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์บนโปรแกรมเฟสบุ๊ค

The screenshot shows a Facebook page with a table of advertising results. The table has the following columns: 'ชื่องานโฆษณา' (Ad Name), 'ผลลัพธ์' (Results), 'การเข้าถึง' (Reach), 'อิมเพรสชัน' (Impressions), 'ต้นทุนต่อผลลัพธ์' (Cost per Result), 'จำนวนวันที่ใช้จ่ายไป' (Number of days spent), 'สิ้นสุด' (End), 'ความถี่' (Frequency), and 'การคลิกต่อผู้ใช้ที่มองเห็นโฆษณา' (Clicks per user who saw the ad). Two rows of data are visible.

ชื่องานโฆษณา	ผลลัพธ์	การเข้าถึง	อิมเพรสชัน	ต้นทุนต่อผลลัพธ์	จำนวนวันที่ใช้จ่ายไป	สิ้นสุด	ความถี่	การคลิกต่อผู้ใช้ที่มองเห็นโฆษณา
หลักสูตร การจัดการระบบสารสนเทศ... อยู่ระหว่างวันที่ 2561 รหัสหลักสูตร 6130123... ใช้เงินโฆษณา 1 ชิ้น	839 การคลิกต่อผลลัพธ์	20,464	29,725	฿1.59 ต่อผลลัพธ์	฿1,241.94	—	1.45	708
หลักสูตรเทคโนโลยีในการจัดการระบบ... อยู่ระหว่างวันที่ 2561 รหัสหลักสูตร 6131023... ใช้เงินโฆษณา 1 ชิ้น	674 การคลิกต่อผลลัพธ์	20,422	27,210	฿1.83 ต่อผลลัพธ์	฿1,231.43	—	1.33	571

ภาพที่ 4.11 ผลการเข้าถึงการนำเสนอเปรียบเทียบ 2 หลักสูตรประชาสัมพันธ์บนโปรแกรมเฟสบุ๊ค

4.3.4 การประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยดำเนินการประเมินความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ผลการประเมินแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3

ผลการประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้อง	4.80	0.41	มากที่สุด
1.1 สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี แบบสะเต็มศึกษา สอดคล้องกับองค์ประกอบของรูปภาพที่ออกแบบไว้	4.80	0.45	มากที่สุด
1.2 สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดการเรียนรู้อย่างบูรณาการ สอดคล้องกับองค์ประกอบของรูปภาพที่ออกแบบไว้	4.80	0.45	มากที่สุด
1.3 สื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีแบบสะเต็มศึกษา สอดคล้องกับบทดำเนินเรื่องที่ออกแบบไว้	4.80	0.45	มากที่สุด

(ต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1.4 สื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน สอดคล้องกับบทดำเนินเรื่องที่ยืดหยุ่น	4.80	0.45	มากที่สุด
2. ด้านความเหมาะสมของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา	4.70	0.47	มากที่สุด
2.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ	4.80	0.45	มากที่สุด
2.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ	4.40	0.55	มากที่สุด
2.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้	4.60	0.55	มากที่สุด
2.5 ความเหมาะสมของสี สีสัน ความสมดุลของภาพ	4.80	0.45	มากที่สุด
2.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความชัดเจนของรูปภาพ	4.60	0.45	มากที่สุด
3. ด้านความเหมาะสมของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน	4.67	0.48	มากที่สุด
3.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	4.60	0.55	มากที่สุด
3.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ	4.60	0.55	มากที่สุด
3.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ	4.60	0.55	มากที่สุด
3.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้	4.60	0.55	มากที่สุด
3.5 ความเหมาะสมของสี สีสัน ความสมดุลของภาพ	4.60	0.55	มากที่สุด
3.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความชัดเจนของรูปภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด
4. ด้านความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา	4.63	0.49	มากที่สุด
4.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	4.60	0.55	มากที่สุด
4.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ	4.40	0.55	มากที่สุด
4.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ	4.40	0.55	มากที่สุด
4.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้	4.40	0.55	มากที่สุด
4.5 ความเหมาะสมของสี สีสัน ความสมดุลของภาพ	4.60	0.55	มากที่สุด
4.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความชัดเจนของรูปภาพ	4.80	0.45	มากที่สุด
4.7 ความเหมาะสมของเวลา	4.80	0.45	มากที่สุด
4.8 ความเหมาะสมของตัวการ์ตูน และเสียงเพลง	4.80	0.45	มากที่สุด

(ต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
5. ด้านความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน	4.73	0.45	มากที่สุด
5.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	5.00	0.00	มากที่สุด
5.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ	4.60	0.55	มากที่สุด
5.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ	4.60	0.55	มากที่สุด
5.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้	4.60	0.55	มากที่สุด
5.5 ความเหมาะสมของสีสัน ความสมดุลของภาพ	4.60	0.55	มากที่สุด
5.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความชัดเจนของรูปภาพ	4.80	0.45	มากที่สุด
5.7 ความเหมาะสมของเวลา	4.80	0.45	มากที่สุด
5.8 ความเหมาะสมของตัวการ์ตูน และเสียงเพลง	4.80	0.45	มากที่สุด
6. ด้านความเหมาะสมของช่องทางประชาสัมพันธ์	4.80	0.42	มากที่สุด
6.1 ช่องทาง Face book	5.00	0.00	มากที่สุด
6.2 ช่องทาง Line	4.60	0.55	มากที่สุด
เฉลี่ยโดยรวม	4.70	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, SD. = 0.46) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสอดคล้อง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, SD. = 0.41) ด้านความเหมาะสมของช่องทางประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, SD. = 0.42) ด้านความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, SD. = 0.45) ด้านความเหมาะสมของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, SD. = 0.47) ด้านความเหมาะสมของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, SD. = 0.48) ด้านความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, SD. = 0.49)

4.4 ผลการศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการ ประยุกต์ใช้ Social Media

ผู้วิจัยนำสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งรูปภาพโปสเตอร์ และสื่อวีดิทัศน์ ให้ผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน ดังแสดงในภาพที่ 4.9 โดยผู้วิจัยนำเสนอสื่อให้ผู้เข้ารับการอบรม หลังจากนั้นได้จัดเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ตามกระบวนการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 4.4 - 4.6



ภาพที่ 4.12 การนำเสนอสื่อให้ผู้เข้ารับการอบรม

ตารางที่ 4.4

ผลการประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์โดยครูผู้เข้ารับการอบรม

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1. สื่อวีดิทัศน์	4.54	0.63	มากที่สุด
1.1 ความเหมาะสมของ Video สื่อนำเสนอแบบ Infographic	4.53	0.57	มากที่สุด
1.2 ความเหมาะสมของการนำเสนอเนื้อหา/สาระ ในการประชาสัมพันธ์	4.54	0.59	มากที่สุด
1.3 สื่อประชาสัมพันธ์ทำให้ผู้ชมเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเสนอ	4.53	0.59	มากที่สุด
1.4 ครูได้รับเนื้อหา/ประโยชน์ การอบรมจากสื่อนำเสนอ	4.55	0.66	มากที่สุด

(ต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1.5 ครูสนใจเข้าอบรมหลักสูตรที่นำเสนอ	4.53	0.72	มากที่สุด
2. สื่อรูปภาพโปสเตอร์	4.55	0.63	มากที่สุด
2.1 ความเหมาะสมของสื่อแนะนำเสนอแบบโปสเตอร์	4.54	0.60	มากที่สุด
2.2 ความเหมาะสมของการนำเสนอเนื้อหา/สาระ ในการประชาสัมพันธ์	4.54	0.60	มากที่สุด
2.3 สื่อประชาสัมพันธ์ทำให้ผู้ชมเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเสนอ	4.60	0.59	มากที่สุด
2.4 ครูได้รับเนื้อหา/ประโยชน์ การอบรมจากสื่อแนะนำเสนอ	4.52	0.65	มากที่สุด
2.5 ครูสนใจเข้าอบรมหลักสูตรที่นำเสนอ	4.57	0.68	มากที่สุด
เฉลี่ยโดยรวม	4.55	0.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความคิดเห็นของครูที่เข้ารับการอบรมที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวม มีความเหมาะสมอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, SD. = .063) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าสื่อวีดิทัศน์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, SD. = 0.63) และสื่อรูปภาพโปสเตอร์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.55$, SD. = 0.62)

ตารางที่ 4.5

ผลการวัดการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1. ด้านสื่อวีดิทัศน์	4.62	0.73	มากที่สุด
1.1 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นหน่วยพัฒนาครูที่นำเสนอหลักสูตร	4.85	0.69	มากที่สุด
1.2 รายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตร ได้แก่ ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัดอบรม ค่าลงทะเบียน	4.57	0.78	มากที่สุด
1.3 ผลที่ครูจะได้จากการอบรม	4.58	0.74	มากที่สุด
1.4 สิ่งที่ครูจะได้รับ เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	4.59	0.74	มากที่สุด
1.5 ข้อมูลการลงทะเบียนเข้ารับการอบรม เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	4.52	0.70	มากที่สุด
1.6 ข้อมูลการติดต่อประสานงานกับหน่วยพัฒนา	4.58	0.74	มากที่สุด

(ต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
2. ด้านสื่อโปสเตอร์	4.53	0.62	มากที่สุด
2.1 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นหน่วยพัฒนาครูที่นำเสนอหลักสูตร	4.55	0.57	มากที่สุด
2.2 รายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตร ได้แก่ ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัดอบรม ค่าลงทะเบียน	4.50	0.55	มากที่สุด
2.3 ผลที่ครูจะได้รับการอบรม	4.51	0.73	มากที่สุด
2.4 สิ่งที่ครูจะได้รับ เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	4.55	0.56	มากที่สุด
2.5 ข้อมูลการลงทะเบียนเข้ารับการอบรม เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	4.57	0.57	มากที่สุด
2.6 ข้อมูลการติดต่อประสานงานกับหน่วยพัฒนา	4.51	0.73	มากที่สุด
เฉลี่ยโดยรวม	4.57	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ครูที่เข้ารับการอบรมรับรู้เนื้อหาสาระจากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$, SD. = 0.68) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สื่อวีดิทัศน์ให้การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, SD. = 0.73) และสื่อรูปภาพโปสเตอร์ให้การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, SD. = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6

ผลการศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1. ด้านสื่อวีดิทัศน์	4.52	0.62	มากที่สุด
1.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่ครบถ้วน เช่น ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัดอบรม ค่าลงทะเบียน ผลที่ครูจะได้รับการอบรม เป็นต้น	4.54	0.59	มากที่สุด
1.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานพัฒนาครูที่ครบถ้วน เช่น ข้อมูลการติดต่อ	4.54	0.59	มากที่สุด
1.3 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนการอบรม เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	4.57	0.60	มากที่สุด
1.4 เสียบบรรยายที่ชัดเจน สอดคล้องกับภาพที่นำเสนอ	4.53	0.64	มากที่สุด
1.5 ระยะเวลาการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.58	0.69	มากที่สุด

(ต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
2. ด้านสื่อโปสเตอร์	4.54	0.63	มากที่สุด
2.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่ครบถ้วน เช่น ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัดอบรม ค่าลงทะเบียน ผลที่ครูจะได้จากการอบรม เป็นต้น	4.53	0.59	มากที่สุด
2.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานพัฒนาครูที่ครบถ้วน เช่น ข้อมูลการติดต่อ	4.54	0.60	มากที่สุด
2.3 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนการอบรม เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	4.55	0.59	มากที่สุด
2.4 การจัดวางองค์ประกอบของภาพที่ชัดเจน ตรงประเด็น	4.54	0.64	มากที่สุด
2.5 ข้อมูลที่นำเสนอ ใช้สีตัวอักษร ภาพ ที่เหมาะสม	4.54	0.70	มากที่สุด
3. ด้านการประยุกต์ใช้ Social Media	4.55	0.59	มากที่สุด
3.1 Face book และ Line ใช้งานง่าย สะดวก และผู้ใช้งานเข้าถึงได้ทุกคน	4.56	0.58	มากที่สุด
3.2 Face book และ Line ส่งเสริมให้เผยแพร่สื่อได้อย่างทั่วถึง	4.55	0.59	มากที่สุด
3.3 Face book และ Line ส่งเสริมให้สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้สะดวก	4.55	0.61	มากที่สุด
เฉลี่ยโดยรวม	4.55	0.62	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู โดยการประยุกต์ใช้ social media โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, SD. = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ คือด้านการประยุกต์ใช้ Social Media ($\bar{X} = 4.55$, SD. = 0.59) ด้านสื่อโปสเตอร์ ($\bar{X} = 4.54$, SD. = 0.63) และด้านสื่อวีดิทัศน์ ($\bar{X} = 4.52$, SD. = 0.62)

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” ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 หลักสูตรการอบรม “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” จำนวน 2 หลักสูตร คือ หลักสูตรการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และ หลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน ส่วนที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยสื่อแบบรูปภาพ และ สื่อวิดีโอแบบ 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) ความเหมาะสมของแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูและความเหมาะสมของเทคโนโลยี 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 สื่อวิดีโอแบบ Info Graphic พร้อมกับนำสื่อที่ได้นำเสนอผ่านช่องทางที่กำหนด และนำไปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งโดยรวมและรายด้านมีความเหมาะสมสื่ออยู่ระดับมากที่สุด โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องในหลักการที่ได้ออกแบบไว้ สื่อรูปภาพ โปสเตอร์และสื่อวีดิทัศน์ของทั้ง 2 หลักสูตร และ ช่องทางประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ

5.1.3 การศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่า ผู้วิจัยได้นำเสนอสื่อผ่านช่องทาง Facebook และ Line เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายคือ ครูที่สนใจเข้ารับการอบรม จำนวน 198 คน หลังจากนั้นสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า โดยรวมกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยครูผู้เข้าอบรมมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์โดย คือ สื่อรูปภาพโปสเตอร์ และสื่อวีดิทัศน์รวมทั้งการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media และมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media ที่ประกอบด้วยสื่อวีดิทัศน์ 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 และหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน ส่วนที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยสื่อแบบรูปภาพ และ สื่อวิดีโอแบบ 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) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

ที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ และ 5) การรับรู้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายจากสื่อการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ อภิชาติ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตร์ระรุจิ (2013, น. 24-38) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการ สื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงาน ประชาสัมพันธ์และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นใน อนาคต องค์กรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้าและบริการเพื่อช่วยเสริม สื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคม ออนไลน์ควรให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การสื่อสารเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ ตลอดจนรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อ การประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์และการสนับสนุนองค์กร

5.2.2 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นโดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อตามแนวคิดที่ได้ออกแบบไว้ ประกอบด้วย สื่อ 2 รูปแบบ คือ สื่อแบบรูปภาพ และ สื่อวิดีโอแบบ Info Graphic พร้อมกับนำเสนอผ่าน ช่องทางที่กำหนด และนำไปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งโดยรวมและราย ด้านมีความเหมาะสมสื่ออยู่ระดับมากที่สุด โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นได้นำหลักการที่ได้ ออกแบบไว้ มาสู่การพัฒนาสื่อรูปภาพโปสเตอร์และสื่อวีดิทัศน์ของทั้ง 2 หลักสูตร ให้เหมาะสมกับช่อง ทางการนำเสนอ เพื่อการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ สุรศักดิ์ ปาเฮ (2556, น. 1-9) ซึ่งได้ศึกษา เรื่อง ศักยภาพสื่อประชาสัมพันธ์ในยุคสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในสังคมโลกออนไลน์ที่ทรงประสิทธิภาพในปัจจุบันนั้น สื่อทางอินเทอร์เน็ตประเภทการจัดทำเว็บไซต์ (Website) นับได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในความนิยมของทุกวงการหรือหน่วยงาน รวมทั้งสื่อ ส่วนบุคคลที่ได้สร้างขึ้นมาสื่อสารเนื้อหาสาระไปสู่สังคมวงกว้างในยุคแห่งสังคมแบบเปิดหรือ Open Society ในปัจจุบัน ดังนั้นประสิทธิภาพของสื่อดังกล่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์จึงเป็นบทบาท สำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องต้องสร้างและนำเสนอภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีของการผลิตสื่อและ กระบวนการสื่อสารที่ต้องดำเนินไปอย่างคุ่มานเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดสื่อประชาสัมพันธ์ที่มี พลังสร้างองค์กรให้ก้าวไปในกระแสสังคมได้อย่างมีคุณภาพและมีศักดิ์ศรี ภายใต้การนำเสนอเนื้อหา สาระหรือข้อมูลในรูปแบบสื่อยุคใหม่ที่เรียกว่า “สื่ออินเทอร์เน็ต” หรือการผลิตสื่อเว็บไซต์

5.2.3 การศึกษาผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการ ประยุกต์ใช้ Social Media โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจาก ผู้วิจัย ได้พัฒนาสื่อที่สอดคล้องกับความต้องการของครู จากการสอบถามความคิดเห็นของครูและนำเสนอต่อ

ผู้เชี่ยวชาญปรับให้มีเนื้อหาประเด็นที่ครูต้องการทราบและลักษณะสื่อที่เหมาะสมกับช่องทางการนำเสนอที่ครูเข้าถึงได้สะดวกง่าย และรวดเร็ว โดยเลือกช่องทางการนำเสนอสื่อผ่านช่องทาง Facebook และ Line เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายคือ ครูที่สนใจเข้ารับการอบรม ได้ศึกษาจากสื่อ หลังจากนั้นสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งช่องทางการนำเสนอ สื่อรูปภาพโปสเตอร์ และสื่อวีดิทัศน์ รวมทั้งการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media สอดคล้องกับ วิยะดา ฐิติมัทธินิมา (2560, น. 151-156) ได้ศึกษาเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์ : แนวโน้ม ปรากฏการณ์ และจริยธรรม ผลการศึกษา พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์คือพื้นที่สาธารณะที่คนจากทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสาร และแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ และสอดคล้องกับ อภิชาต พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระจฤจิ (2556, น. 24-38) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต องค์กรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ องค์กร สินค้าและการบริการเพื่อช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ จากการวิจัยพบว่า ครูส่วนใหญ่ต้องการสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อบอกต่อ หรือส่งต่อไปยังเพื่อนครูในกลุ่มของตนเอง แต่ครูบางคนยังไม่มีความเข้าใจ การส่งต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มแนวทางหรือวิธีการส่งต่อสื่อแนบไปพร้อมสื่อแนะนำ เพื่อสะดวกในการส่งต่อของครูที่สนใจต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ครูที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการทดลอง ส่วนใหญ่เป็นครูที่ผ่านการอบรมคู่มือครูของหน่วยงานคณะเทคโนโลยีสารสนเทศในปีที่ผ่านมา และเป็นกลุ่มครูที่เป็นสมาชิกอยู่ในช่องทางการสื่อสารอยู่ก่อนแล้ว จึงมีหลักสูตรอบรมเข้าใจ และเลือกแนวทางการอบรมผ่านหน่วยงานพัฒนาครูที่เคยผ่านการอบรมอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไป หากทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างครูที่ไม่เคยเป็นสมาชิกหรือไม่เคยผ่านการอบรมของหน่วยพัฒนาครู กับครูที่เคยอบรมเพื่อศึกษาประเด็นความเข้าใจ ความสนใจ หรือการรับรู้สื่อต่อไป

5.3.2.2 ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำในการวัดผลการสมัครเข้าอบรมในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามว่าครูเข้ามาจากผลการเผยแพร่การเข้าถึงการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดียหรือไม่ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาผลการประชาสัมพันธ์อบรมที่ส่งผลต่อการสมัครเข้ารับการอบรมต่อไป



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. (2556). รายงานผลการดำเนินงานปี การศึกษา 2552-2556. มหาสารคาม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม.
- เชมณัญญ์ มิ่งศิริธรรม. (2013). Social Media สื่อสร้างสรรค์เพื่อการศึกษา. *วารสาร Veridian E-Journal*, 6(1) January – April.
- เดชพล ใจปันทา (2559). รูปแบบการส่งเสริมครูประยุกต์ใช้สื่อผสมเพื่อการเรียนการสอน วิทยาศาสตร์ด้วยกระบวนการ. งานประชุมวิชาการ NCCIT-2016. คณะเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ชัยวัฒน์ จิวพานิชย์ และปณิตา วรรณพิรุณ. (2555). การพัฒนารูปแบบการใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบโครงการด้วยวิธีการถอดบทเรียน เพื่อพัฒนาทักษะการ แก้ปัญหา ของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต. *วารสารวิจัยและพัฒนา* มหาวิทยาลัยราชภัฏ สอนสุนันทา ปีที่ 4 (2555), 45-50.
- ทัศนีย์ ผลชานิกโก. (2560). *การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)*. สืบค้นจาก http://www.prd.go.th/ewt_dl_link.php?nid=124414
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2548). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : แชนพอร์ พรินต์ติ้ง.
- เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กระทรวง. (2557). *แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ และการ สื่อสาร (ฉบับที่ 3) ของประเทศไทย พ.ศ. 2557-2561*. กรุงเทพฯ : กระทรวงเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร.
- ธวัชชัย สหวงษ์. (2560). *รูปแบบการส่งเสริมการเรียนรู้โรงเรียนทสรช. ด้วยกิจกรรมค่ายอาสา เยาวชนทั่วถิ่นไทยเรียนรู้ได้ไ้ร่วมมือพระบารมีเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. งานประชุมวิชาการ NCCIT-2017. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *รูปแบบการวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น
- สมิต สัจฉกร. (2542). *การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ : วิญญูชน.
- ระวิ แก้วสุกใส และ ชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณี เฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. *วารสาร Princess of Naradhiwas University Journal* ฉบับพิเศษ 2556, 195-205.

- รายงานผลการดำเนินงานศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน สังกัดคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. (2560). คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- วิยะดา จิติมัชฌิมา. (2553). เครือข่ายสังคมออนไลน์: แนวโน้ม ปราบกฏการณ์ และจริยธรรม. *วารสาร Executive Journal*. 30(1), 150-156.
- วรปภา อารีราษฎร์. (2558). *การยอมรับนวัตกรรมระบบการจัดกลุ่มสื่อ อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้*. งานประชุมวิชาการ NCCIT-2015. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์ม และไซเทกซ์.
- สลยุทธ์ สว่างวรรณ. (2546). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่5). กรุงเทพฯ : เพียร์สันแอนด์ ดุเคชั่นอินโดไชน่า.
- แสงเดือน ผ่องพุ่ม. (2556). *สื่อสังคมออนไลน์ : แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้*. สืบค้นจาก http://library.senate.go.th/document/Ext6685/6685991_0004.PDF
- สุรศักดิ์ ปาเฮ (2556). *ศักยภาพสื่อประชาสัมพันธ์ในยุคสังคมออนไลน์*. สืบค้นจาก <http://www.addkutec3.com>
- อภิชาต พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระจิก. (2556). การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์. *Journal of Public Relations and Advertising*. 6(2),25-38.
- อภิชาติ เหล็กดี (2558). *การพัฒนากิจกรรมค่ายอาสาโดยใช้วัฏจักร PAOR เพื่อการเรียนรู้สื่ออีดีแอลทีวี สำหรับโรงเรียนขนาดเล็กเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. งานประชุมวิชาการ NCCIT-2015. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- Bandula. (1986). *A Social Foundation of Thought and action, A Social Cognitive Theory*. N.J. : Prentice-Hall.
- Berry, J. M. (1987). *A self-efficacy model of memory performance*. Paper presented at the American Psychological Association meeting, September 1987. New York.
- DuFour, R., DuFour R., & Eaker, R. (2007). *Professional learning communities at work planbook*. Bloomington, IN: Solution Tree
- Hord, S. M., Roussin, J. L., & Sommers, W. A. (2010). *Guiding professional learning communities: Inspiration, challenge, surprise, and meaning*. Thousand Oaks, CA: Corwin.

- Dewing, Michael. (2010). *Social Media: Introduction*. Retrieved from : URL
[http://www.parl.gc.ca/Content/LOP/ResearchPublications/
2010-03-e.pdf](http://www.parl.gc.ca/Content/LOP/ResearchPublications/2010-03-e.pdf)
- McShane, S. L., and Von, G. Mary A. (2003). *Organization behavior : Emerging realities for the workplace revolution* (2nd ed.) New York : McGraw-Hill.
- Martin M. (2011). *Professional Learning Communities*. In *Contemporary Issues in Learning and Teaching*, London : SAGE Publications Ltd.
- Tella, A., and Ayeni, C. O. (2006). *The Impact of Self-Efficacy and Prior Computer Experience on the Creativity of New Librarians in Selected Universities Libraries in Southwest Nigeria*. Retrieved from: URL
<http://www.webpages.uidaho.edu/~mbolin/tella.htm>
- Vavra, T.G. (1992). *After Marketing : How to keep Customer for Life through Relationship Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Williamson, Andy. (2013). *Social Media Guidelines for Parliaments*. Retrieved from: URL <http://www.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf>



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน สำหรับการประเมินความเหมาะสม ดังนี้

1. ความเหมาะสมแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพอครู TM-PLC”
2. ความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์

ที่	ชื่อ-สกุล	รายละเอียด
1	ดร.วิญญู อุดระ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ที่อยู่ : สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 24 กาฬสินธุ์ 2. คุณวุฒิ : ประ.ด. คอมพิวเตอร์ศึกษา 3. ตำแหน่ง : ศึกษานิเทศก์
2	ดร.เทอดชัย บัวผาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ที่อยู่ : สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ขอนแก่น เขต 2 2. คุณวุฒิ : ประ.ด. คอมพิวเตอร์ศึกษา 3. ตำแหน่ง : ศึกษานิเทศก์
3	ดร.ธวัชชัย สหพงษ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ที่อยู่ : คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม 2. คุณวุฒิ : ประ.ด. คอมพิวเตอร์ศึกษา 3. ตำแหน่ง : อาจารย์
4	ดร.ฐิติมา ผ่องแผ้ว	<ol style="list-style-type: none"> 1. ที่อยู่ : โรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด 2. คุณวุฒิ : ประ.ด. คอมพิวเตอร์ศึกษา 3. ตำแหน่ง : ครู วิทยฐานะเชี่ยวชาญพิเศษ
5	ดร.สุนันทา กลิ่นถาวร	<ol style="list-style-type: none"> 1. ที่อยู่ : คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2. คุณวุฒิ : ประ.ด. คอมพิวเตอร์ศึกษา 3. ตำแหน่ง : อาจารย์

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน สำหรับการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม

ที่	ชื่อ-สกุล	รายละเอียด
1	ดร.อภิดา รุณวาทย์	1. ที่อยู่ : คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม 2. คุณวุฒิ : ประ.ด. คอมพิวเตอร์ศึกษา 3. ตำแหน่ง อาจารย์
2	ดร.นรากร ศรีวาปี	1. ที่อยู่ : สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศึกษา มหาสารคาม เขต 1 2. คุณวุฒิ : ประ.ด. คอมพิวเตอร์ศึกษา 3. ตำแหน่ง ศึกษานิเทศก์
3	ดร.กาญจนา ดงสงคราม	1. ที่อยู่ : คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม 2. คุณวุฒิ : ประ.ด. คอมพิวเตอร์ศึกษา 3. ตำแหน่ง นักวิชาการคอมพิวเตอร์



ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร

ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหัวข้อวิจัย

การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC”

2. ข้อมูลผู้วิจัย

ผู้วิจัย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

หมายเลขโทรศัพท์ 064-3311151 อีเมล 598270080101@rmu.ac.th

3. อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
 RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4. ระดับความคิดเห็น

ระดับที่ 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง ระดับมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง ระดับปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง ระดับน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ความเหมาะสมแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC

รายการ	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
1. ด้านความเหมาะสมองค์ประกอบของแนวทาง					
1.1 แนวทางประกอบด้วย 5 ส่วน					
1.2 ส่วนหลักสูตร					
1.3 ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์					
1.4 ส่วนกระบวนการประชาสัมพันธ์					
1.5 ส่วนช่องทางประชาสัมพันธ์					
1.6 ส่วนตัวชี้วัด					
2. ด้านความเหมาะสมของหลักสูตร					
2.1 หลักสูตร 613012010 ชื่อหลักสูตรการจกตกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา					
2.2 หลักสูตร 613102005 ชื่อหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน					
3. ด้านความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์					
3.1 สื่อวีดิทัศน์					
3.2 สื่อรูปภาพโปสเตอร์					
4. ด้านความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์					
4.1 ขึ้นกำหนดเป้าหมาย					
4.2 ขึ้นออกแบบและพัฒนาสื่อ					
4.3 ขึ้นประชาสัมพันธ์					
5. ด้านความเหมาะสมของช่องทางประชาสัมพันธ์					
5.1 ช่องทาง Face Book					
5.2 ช่องทาง Line					
6. ด้านความเหมาะสมของตัวชี้วัด					
6.1 ด้านแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู และความเหมาะสมของเทคโนโลยี					
6.2 ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์					
6.3 ด้านสื่อการประชาสัมพันธ์					
6.4 ด้านความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์					
6.5 ด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อการประชาสัมพันธ์					
7. ด้านความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่ใช้					
7.1 การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อวีดิทัศน์ และสื่อรูปภาพโปสเตอร์					
7.2 การใช้ Social Media เป็นช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ได้แก่ Face Book และ Line					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้
นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้

Social Media

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหัวข้อวิจัย

การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC

2. ข้อมูลผู้วิจัย

ผู้วิจัย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ็ง

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

หมายเลขโทรศัพท์ 064-3311151 อีเมลล์ 598270080101@rmu.ac.th

3. อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์
 RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4. ระดับความคิดเห็น

ระดับที่ 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง ระดับมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง ระดับปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง ระดับน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

รายการ	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
1. ด้านความสอดคล้อง					
1.1 สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา สอดคล้องกับองค์ประกอบของรูปภาพที่ออกแบบไว้					
1.2 สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน สอดคล้องกับองค์ประกอบของรูปภาพที่ออกแบบไว้					
1.3 สื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา สอดคล้องกับบทดำเนินเรื่องที่ออกแบบไว้					
1.4 สื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน สอดคล้องกับบทดำเนินเรื่องที่ออกแบบไว้					
2. ด้านความเหมาะสมของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา					
2.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย					
2.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ					
2.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ					
2.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้					
2.5 ความเหมาะสมของสีเส้น ความสมดุลของภาพ					
2.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความชัดเจนของรูปภาพ					
3. ด้านความเหมาะสมของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน					
3.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย					
3.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ					
3.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ					
3.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้					
3.5 ความเหมาะสมของสีเส้น ความสมดุลของภาพ					
3.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความชัดเจนของรูปภาพ					
4. ด้านความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา					
4.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย					
4.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ					
4.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ					
4.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้					
4.5 ความเหมาะสมของสีเส้น ความสมดุลของภาพ					
4.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความชัดเจนของรูปภาพ					
4.7 ความเหมาะสมของเวลา					
4.8 ความเหมาะสมของตัวการ์ตูน และเสียงเพลง					
5. ด้านความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน					
5.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย					

แบบสอบถามความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้
Social Media สำหรับครู

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหัวข้อวิจัย

การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC

2. ข้อมูลผู้วิจัย

ผู้วิจัย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

หมายเลขโทรศัพท์ 064-3311151 อีเมลล์ 598270080101@rmu.ac.th

3. อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4. ระดับความคิดเห็น

ระดับที่ 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง ระดับมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง ระดับปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง ระดับน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media

รายการ	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
1. สื่อวีดิทัศน์					
1.1 ความเหมาะสมของ Video สื่อนำเสนอแบบ Infographic					
1.2 ความเหมาะสมของการนำเสนอเนื้อหา/สาระ ในการประชาสัมพันธ์					
1.3 สื่อประชาสัมพันธ์ทำให้ผู้ชมเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเสนอ]					
1.4 ครูได้รับเนื้อหา/ประโยชน์ การอบรมจากสื่อนำเสนอ					
1.5 ครูสนใจเข้าอบรมหลักสูตรที่นำเสนอ					
2. สื่อรูปภาพโปสเตอร์					
2.1 ความเหมาะสมของสื่อนำเสนอแบบโปสเตอร์					
2.2 ความเหมาะสมของการนำเสนอเนื้อหา/สาระ ในการประชาสัมพันธ์					
2.3 สื่อประชาสัมพันธ์ทำให้ผู้ชมเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเสนอ]					
2.4 ครูได้รับเนื้อหา/ประโยชน์ การอบรมจากสื่อนำเสนอ					
2.5 ครูสนใจเข้าอบรมหลักสูตรที่นำเสนอ					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้
นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง

แบบวัดการรับรู้ สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหัวข้อวิจัย

การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC

2. ข้อมูลผู้วิจัย

ผู้วิจัย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ็ง

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

หมายเลขโทรศัพท์ 064-3311151 อีเมล 598270080101@rmu.ac.th

3. อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4. ระดับความคิดเห็น

ระดับที่ 5 หมายถึง รับรู้ในระดับมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง รับรู้ในระดับมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง รับรู้ในระดับปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง รับรู้ในระดับน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง รับรู้ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

รายการ	ระดับการรับรู้				
	5	4	3	2	1
1. ด้านสื่อวีดิทัศน์					
1.1 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นหน่วยพัฒนาครูที่ นำเสนอหลักสูตร					
1.2 รายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตร ได้แก่ ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัด อบรม ค่าลงทะเบียน					
1.3 ผลที่ครูจะได้จากการอบรม					
1.4 สิ่งที่จะได้รับ เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น					
1.5 ข้อมูลการลงทะเบียนเข้ารับการอบรม เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น					
1.6 ข้อมูลการติดต่อประสานงานกับหน่วยพัฒนา					
2. ด้านสื่อรูปภาพโปสเตอร์					
2.1 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นหน่วยพัฒนาครูที่ นำเสนอหลักสูตร					
2.2 รายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตร ได้แก่ ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัด อบรม ค่าลงทะเบียน					
2.3 ผลที่ครูจะได้จากการอบรม					
2.4 สิ่งที่จะได้รับ เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น					
2.5 ข้อมูลการลงทะเบียนเข้ารับการอบรม เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น					
2.6 ข้อมูลการติดต่อประสานงานกับหน่วยพัฒนา					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้
นางสาวกาญจนา แซ่เซ็ง

แบบสอบถามความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครู
โดยการประยุกต์ใช้ Social Media

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหัวข้อวิจัย

การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC

2. ข้อมูลผู้วิจัย

ผู้วิจัย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

หมายเลขโทรศัพท์ 064-3311151 อีเมล 598270080101@rmu.ac.th

3. อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4. ระดับความคิดเห็น

ระดับที่ 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง ระดับมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง ระดับปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง ระดับน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้

Social Media

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านสื่อวีดิทัศน์					
1.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่ครบถ้วน เช่น ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัดอบรม ค่าลงทะเบียน ผลที่ครูจะได้จากการอบรม เป็นต้น					
1.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานพัฒนาครูที่ครบถ้วน เช่น ข้อมูลการติดต่อ					
1.3 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนการอบรม เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น					
1.4 เสียงบรรยายที่ชัดเจน สอดคล้องกับภาพที่นำเสนอ					
1.5 ระยะเวลาการนำเสนอมีความเหมาะสม					
2. ด้านสื่อรูปภาพโปสเตอร์					
2.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่ครบถ้วน เช่น ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัดอบรม ค่าลงทะเบียน ผลที่ครูจะได้จากการอบรม เป็นต้น					
2.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานพัฒนาครูที่ครบถ้วน เช่น ข้อมูลการติดต่อ เป็นต้น					
2.3 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนการอบรม เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น					
2.4 การจัดวางองค์ประกอบของภาพที่ชัดเจน ตรงประเด็น					
2.5 ข้อมูลที่นำเสนอ ใช้สีตัวอักษร ภาพ ที่เหมาะสม					
3. ด้านการประยุกต์ใช้ Social Media					
3.1 Face book และ Line ใช้งานง่าย สะดวก และผู้ใช้งานเข้าถึงได้ทุกคน					
3.2 Face book และ Line ส่งเสริมให้เผยแพร่สื่อได้อย่างทั่วถึง					
3.3 Face book และ Line ส่งเสริมให้สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้สะดวก					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้
นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง



ภาคผนวก ค

คุณภาพเครื่องมือ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ ค.1

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับประเด็นการสอบถามความเหมาะสมแนวทางการ
ประชาสัมพันธ์หลักสูตร “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC”

รายการ	ความคิดเห็น				ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่	รวม		
	1	2	3			
1. ด้านความเหมาะสมองค์ประกอบของแนวทาง						
1.1 แนวทางประกอบด้วย 5 ส่วน	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.2 ส่วนหลักสูตร	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.3 ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.4 ส่วนกระบวนการประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.5 ส่วนช่องทางประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.6 ส่วนตัวชี้วัด	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. ด้านความเหมาะสมของหลักสูตร						
2.1 หลักสูตร 613012010 ชื่อหลักสูตรการจัด กิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.2 หลักสูตร 613102005 ชื่อหลักสูตรการ ประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ แบบโครงการ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. ด้านความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์						
3.1 สื่อวีดิทัศน์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3.2 สื่อรูปภาพโปสเตอร์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4. ด้านความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์						
4.1 ชั้นกำหนดเป้าหมาย	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4.2 ชั้นออกแบบและพัฒนาสื่อ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4.3 ชั้นประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

(ต่อ)

ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น				ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่	รวม		
	1	2	3			
5. ด้านความเหมาะสมของช่องทางประชาสัมพันธ์						
5.1 ช่องทาง Face Book	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5.2 ช่องทาง Line	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
6. ด้านความเหมาะสมของตัวชี้วัด						
6.1 ด้านแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรม ครูและความเหมาะสมของเทคโนโลยี	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
6.2 ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
6.3 ด้านสื่อการประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
6.4 ด้านความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
6.5 ด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อการประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
7. ด้านความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่ใช้						
7.1 การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อวีดิทัศน์ และสื่อรูปภาพโปสเตอร์	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
7.2 การใช้ Social media เป็นช่องทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ Face Book และ Line	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

**หมายเหตุ. ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามความเหมาะสมแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” อยู่ที่ 1.00 ข้อคำถามทุกข้อมีความสอดคล้อง

ตารางที่ ค.2

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับประเด็นการสอบถามความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์
หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

รายการ	ความคิดเห็น			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่			
	1	2	3			
1. ด้านความสอดคล้อง						
1.1 สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา สอดคล้องกับองค์ประกอบของรูปภาพที่ออกแบบไว้	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.2 สื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน สอดคล้องกับองค์ประกอบของรูปภาพที่ออกแบบไว้	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.3 สื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา สอดคล้องกับบทดำเนินเรื่องที่ออกแบบไว้	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.4 สื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน สอดคล้องกับบทดำเนินเรื่องที่ออกแบบไว้	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. ด้านความเหมาะสมของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา						
2.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ	0	1	1	2	0.67	สอดคล้อง
2.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

(ต่อ)

ตารางที่ ค.2 (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น				ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่	รวม		
	1	2	3			
2.5 ความเหมาะสมของสีสัน ความสมดุลของภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความชัดเจนของรูปภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. ด้านความเหมาะสมของสื่อรูปภาพโปสเตอร์ของหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน						
3.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3.5 ความเหมาะสมของสีสัน ความสมดุลของภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความชัดเจนของรูปภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4. ด้านความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา						
4.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

(ต่อ)

ตารางที่ ค.2 (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น				ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่	รวม		
	1	2	3			
4.5 ความเหมาะสมของสีสັນ ความสมดุลของภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความ ชัดเจนของรูปภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4.7 ความเหมาะสมของเวลา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4.8 ความเหมาะสมของตัวการ์ตูน และเสียงเพลง	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5. ด้านความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์ของหลักสูตร การประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ แบบโครงงาน						
5.1 สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5.2 ความสอดคล้องของรูปภาพและเนื้อหาสาระ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารในภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5.4 ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5.5 ความเหมาะสมของสีสັນ ความสมดุลของภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5.6 ความเหมาะสมของขนาดรูปภาพและความ ชัดเจนของรูปภาพ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5.7 ความเหมาะสมของเวลา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5.8 ความเหมาะสมของตัวการ์ตูน และเสียงเพลง	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
6. ด้านความเหมาะสมของช่องทางประชาสัมพันธ์						สอดคล้อง
6.1 ช่องทาง Face Book	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
6.2 ช่องทาง Line	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

**หมายเหตุ. ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์
หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ข้อคำถามทุกข้อมีความ
สอดคล้อง

ตารางที่ ค.3

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับประเด็นการสอบถามความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์
หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media สำหรับครู

รายการ	ความคิดเห็น				ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่	รวม		
	1	2	3			
1. ด้านสื่อวีดิทัศน์						
1.1 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม เป็นหน่วยพัฒนาครู ที่นำเสนอหลักสูตร	1	0	1	2	0.67	สอดคล้อง
1.2 รายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตร ได้แก่ ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัด อบรม ค่าลงทะเบียน	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.3 ผลที่ครูจะได้รับการอบรม	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.4 สิ่งที่จะได้รับ เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.5 ข้อมูลการลงทะเบียนเข้ารับการอบรม เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.6 ข้อมูลการติดต่อประสานงานกับหน่วยพัฒนา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. ด้านสื่อรูปภาพโปสเตอร์						
2.1 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม เป็นหน่วยพัฒนาครู ที่นำเสนอหลักสูตร	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.2 รายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตร ได้แก่ ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตรจำนวนวันที่จัด อบรม ค่าลงทะเบียน	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

(ต่อ)

ตารางที่ ค.3 (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น				ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่	รวม		
	1	2	3			
2.3 ผลที่ครูจะได้จากการอบรม	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.4 สิ่งที่ครูจะได้รับ เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.5 ข้อมูลการลงทะเบียนเข้ารับการอบรม เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.6 ข้อมูลการติดต่อประสานงานกับหน่วยพัฒนา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

****หมายเหตุ.** ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามสอบถามความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media สำหรับครู อยู่ที่ 1.00 ข้อคำถามทุกข้อมีความสอดคล้อง

ตารางที่ ค.4

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับประเด็นการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media สำหรับครู

รายการ	ความคิดเห็น				ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่	รวม		
	1	2	3			
1. ด้านสื่อวีดิทัศน์						
1.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่ครบถ้วน เช่น ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัดอบรม ค่าลงทะเบียน ผลที่ครูจะได้จากการอบรม	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานพัฒนาครูที่ครบถ้วน เช่น ข้อมูลการติดต่อ เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.3 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนการอบรม เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

(ต่อ)

ตารางที่ ค.4 (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น				รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่				
	1	2	3				
1.4 เสียงบรรยายที่ชัดเจน สอดคล้องกับภาพที่นำเสนอ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
1.5 ระยะเวลาการนำเสนอมีความเหมาะสม	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
2. ด้านสื่อรูปภาพโปสเตอร์							
2.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่ครบถ้วน เช่น ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัดอบรม ค่าลงทะเบียน ผลที่ครูจะได้จากการอบรม เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
2.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานพัฒนาครูที่ครบถ้วน เช่น ข้อมูลการติดต่อ เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
2.3 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนการอบรม เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
2.4 การจัดวางองค์ประกอบของภาพที่ชัดเจน ตรงประเด็น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
2.5 ข้อมูลที่นำเสนอ ใช้สีตัวอักษร ภาพที่เหมาะสม	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
3. ด้านการประยุกต์ใช้ Social Media							
3.1 Face book และ Line ใช้งานง่าย สะดวก และผู้ใช้งานเข้าถึงได้ทุกคน	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
3.2 Face book และ Line ส่งเสริมให้เผยแพร่สื่อได้อย่างทั่วถึง	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
3.3 Face book และ Line ส่งเสริมให้สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้สะดวก	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	

**หมายเหตุ. ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media สำหรับครู อยู่ที่ 1.00 ข้อคำถามทุกข้อมีความสอดคล้อง

ตารางที่ ค.5

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับประเด็นการสอบถามการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร
อบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ Social Media

รายการ	ความคิดเห็น				ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่	รวม		
	1	2	3			
1. ด้านสื่อวีดิทัศน์						
1.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่ครบถ้วน เช่น ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัด อบรม ค่าลงทะเบียน ผลที่ครูจะได้จาก การอบรม	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานพัฒนาครูที่ครบถ้วน เช่น ข้อมูลการติดต่อ เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.3 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนการอบรม เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.4 เสียบบรรยายที่ชัดเจน สอดคล้องกับภาพที่ นำเสนอ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
1.5 ระยะเวลาการนำเสนอมีความเหมาะสม	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. ด้านสื่อรูปภาพโปสเตอร์						
2.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่ครบถ้วน เช่น ชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร จำนวนวันที่จัด อบรม ค่าลงทะเบียน ผลที่ครูจะได้จาก การอบรม	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานพัฒนาครูที่ครบถ้วน เช่น ข้อมูลการติดต่อ เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2.3 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนการอบรม เช่น เอกสารการอบรม พร้อมคู่มือ วุฒิบัตร เป็นต้น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

(ต่อ)

ตารางที่ ค.5 (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น				รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่	คนที่	คนที่				
	1	2	3				
2.4 การจัดวางองค์ประกอบของภาพที่ชัดเจน ตรงประเด็น	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
2.5 ข้อมูลที่นำเสนอ ใช้สีตัวอักษร ภาพ ที่เหมาะสม	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
3. ด้านการประยุกต์ใช้ Social Media							
3.1 Face book และ Line ใช้งานง่าย สะดวก และผู้ใช้งานเข้าถึงได้ทุกคน	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
3.2 Face book และ Line ส่งเสริมให้เผยแพร่สื่อ ได้อย่างทั่วถึง	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	
3.3 Face book และ Line ส่งเสริมให้สอบถาม ข้อมูลเพิ่มเติมได้สะดวก	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง	

****หมายเหตุ.** ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร
อบรมครูโดยการประยุกต์ใช้ social media อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ข้อคำถามทุกข้อมีความ
สอดคล้อง



ภาคผนวก ง

หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๑๑/ว ๕๕๗๘



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
๔๕๐๐๐

๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.เทอดชัย บัวผาย

ด้วย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง นักศึกษาระดับปริญญาโท ๕๙๙๒๗๐๐๘๐๑๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” เพื่อให้การวิจัยดำเนินด้วยความเรียบร้อย บรรลุวัตถุประสงค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- ด้าน ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษาการวิจัย
 ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
 ตรวจสอบด้านสถิติ การวัดและประเมินผล
 อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรช อารีราษฎร์)
 คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ปฏิบัติราชการแทน
 อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

โทรศัพท์ ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗

โทรสาร ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๑๑/ว ๕๕๗๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
๕๔๐๐๐

๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.วิญญู อุดระ

ด้วย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” เพื่อให้การวิจัยดำเนินการด้วยความเรียบร้อย บรรลุวัตถุประสงค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- ด้าน ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษาการวิจัย
 ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
 ตรวจสอบด้านสถิติ การวัดและประเมินผล
 อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

855

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรช อารีราษฎร์)
 คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ปฏิบัติราชการแทน
 อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

โทรศัพท์ ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗

โทรสาร ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โทร ๖๓๐๒

ที่ ทสท./ว๓๖๕

วันที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.วัชชัย สหพงษ์

ด้วย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง นักศึกษาระดับปริญญาโท ๕๕๙๒๗๐๐๘๐๑๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” เพื่อให้การวิจัยดำเนินด้วยความเรียบร้อย บรรลุวัตถุประสงค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- ด้าน ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษาการวิจัย
 ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
 ตรวจสอบด้านสถิติ การวัดและประเมินผล
 อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
 ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

855

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรช อารีราษฎร์)

คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

โทรศัพท์ ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗

โทรสาร ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๑๑/ว ๕๕๗๘



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
๔๕๐๐๐

๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.จิตติมา ผ่องแผ้ว

ด้วย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง นักศึกษาระดับปริญญาโท ๕๕๙๒๗๐๐๘๐๑๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” เพื่อให้การวิจัยดำเนินด้วยความเรียบร้อย บรรลุวัตถุประสงค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- ด้าน ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษาการวิจัย
 ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
 ตรวจสอบด้านสถิติ การวัดและประเมินผล
 อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรช อารีราษฎร์)

คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
โทรศัพท์ ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗
โทรสาร ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โทร ๖๓๐๒

ที่ ทสท./ว๓๖๕

วันที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สุนันทา กลิ่นถาวร

ด้วย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง นักศึกษาระดับปริญญาตรี ปีที่ ๕๕๙๒๗๐๐๘๐๑๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” เพื่อให้การวิจัยดำเนินด้วยความเรียบร้อย บรรลุวัตถุประสงค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- ด้าน ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษาการวิจัย
 ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
 ตรวจสอบด้านสถิติ การวัดและประเมินผล
 อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

855

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรช อารีราษฎร์)

คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

โทรศัพท์ ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗

โทรสาร ๐๔๓-๐๒๐๒๒

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๑๑/ว ๕๕๑๓



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
๔๔๐๐๐

๓ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม

เรียน ดร.อภิธา รุณวาทย์

ด้วย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ็ง นักศึกษาระดับปริญญาตรี ปีที่ ๕๙๙๒๗๐๐๘๐๑๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” เพื่อให้การวิจัยดำเนินด้วยความเรียบร้อย บรรลุวัตถุประสงค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีเช่นเคย ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอแสดงความนับถือ

855

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
โทรศัพท์ ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗
โทรสาร ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๑๑/ว ๕๕๑๓



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
๔๔๐๐๐

๓ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม

เรียน ดร.นรากร ศรีวาปี

ด้วย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ็ง นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” เพื่อให้การวิจัยดำเนินด้วยความเรียบร้อย บรรลุวัตถุประสงค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีเช่นเคย ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอแสดงความนับถือ

858

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
โทรศัพท์ ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗
โทรสาร ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๑๑/ว ๕๕๑๓



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
๔๔๐๐๐

๓ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม

เรียน ดร.กาญจนา ดงสงคราม

ด้วย นางสาวกาญจนา แซ่เฮ็ง นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การประยุกต์ใช้ social media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC” เพื่อให้การวิจัยดำเนินด้วยความเรียบร้อย บรรลุวัตถุประสงค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีเช่นเคย ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอแสดงความนับถือ

855

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
โทรศัพท์ ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗
โทรสาร ๐๔๓-๐๒๐๒๒๗

การเผยแพร่ผลงานวิจัย

- (1) เพ็ญจ พรหมสาขา ณ สกลนคร, ธรัช อารีราษฎร์, และกาญจนา แซ่เฮ้ง. (2561). การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC, วารสารบริหารการศึกษาระดับบัณฑิต, 19(1), เดือนมกราคม-มีนาคม.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ สกุล นางสาวกาญจนา แซ่เฮ้ง
วัน เดือน ปี เกิด วันที่ 11 กรกฎาคม 2529
ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 288/112 ถนนทุ่งศรีเมือง ตำบลกาฬสินธุ์ อำเภอเมือง
จังหวัดกาฬสินธุ์ 46000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552 บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2553 ประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพรู มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2562 ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วท.ม.) สาขาวิชาการจัดการ
เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY