

## รายงานสรุปประเมินผลโครงการ

การอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด”

ระหว่างวันที่ 20 - 21 มีนาคม พ.ศ. 2566

ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลบัวสว่าง อำเภอพรหมานิคม จังหวัดสกลนคร



สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

## บทสรุปผู้บริหาร

รายงานสรุปประเมินผลโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด” จัดโครงการอบรมขึ้นระหว่างวันที่ 20 - 21 มีนาคม พ.ศ. 2566 ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลบัวสว่าง อำเภอพรหมานิคม จังหวัดสกลนคร

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถประยุกต์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาดได้ เพื่อส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และทักษะการเข้าถึง เข้าใจ และเข้าร่วมสร้างสรรค์สื่อ

สรุปผลการดำเนินงานและผลประเมินโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด” เป็นข้อมูลในการนำไปใช้และเป็นประโยชน์ในการเรียนการสอน การวิจัย บริการทางวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และในโอกาสนี้ สาขาวิชานิติศาสตร์ ใคร่ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการครั้งนี้ทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

คณะกรรมการดำเนินงานโครงการ

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

ในระหว่างปี 2562 – 2565 ประเทศไทยได้เผชิญกับการแพร่ระบาดของโควิด - 19 ทำให้รัฐบาลมีแนวความคิดที่จะหาวิธีทำให้ประเทศสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศ ให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก รัฐบาลไทยจึงกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมองภาพของเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบ และมีเป้าหมายที่จะรักษาไว้ซึ่งการเติบโตของเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพและเสถียรภาพ เน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานราก และการสร้างความเชื่อมโยงเศรษฐกิจ ภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลก อย่างรู้เท่าทันภายในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ด้วยความเชื่อมั่นว่า สังคมไทยยังมีศักยภาพ และสามารถพัฒนาขึ้นมาได้ รัฐบาลจึงหาทางที่จะสร้างรายได้ให้กับประชาชน และประเทศชาติ ทั้งนี้ต้องหาทางเปลี่ยนมุมมองในชุมชนให้เห็นว่าสิ่งที่ตนมีอยู่นั้น คือ ทรัพย์สินที่มี ราคาสามารถเพิ่มรายได้ หากรู้จักการจัดการกับทรัพย์สินนั้นอย่างชาญ และการสื่อสารเป็นกระบวนการข้อมูลทำให้เกิดพฤติกรรมที่เชื่อมโยงและสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการสื่อสารได้พัฒนา โดยมีการเพิ่มเติมวิธีการและรูปแบบการสื่อสาร ข้อมูล เป็นการส่งจดหมาย โทรเลข หนังสือหรือสารสาร โทรศัพท์ วิทยุ และโทรศัพท์ ซึ่งการพัฒนา รูปแบบการ สื่อสารเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ปัจจุบันมีวิธีการและรูปแบบการสื่อสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว โดยมีเครือข่าย คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นระบบที่ช่วยสร้างความเชื่อมโยงกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมสนทนา (Chat programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ E-mail) และเว็บบอร์ด รวมถึงบล็อก ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก เครือข่ายสังคมออนไลน์(Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารการตลาดที่ต้องการนำเสนอสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค ธุรกิจใช้ในการส่งมอบหรือ แลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างให้แก่ลูกค้า ทำให้การสื่อสารในปัจจุบันของคนในสังคมกับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการหันมาใช้รูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น เพราะสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อปฏิสัมพันธ์ และเป็นเครื่องมือสื่อสารชนิดหนึ่งที่มีการบอกเล่าประสบการณ์ออกมาเป็นเนื้อหา เรื่องราว รูปภาพ และวีดีโอ

การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่ดี ราคาถูก และยังสามารถสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชันเน็ตที่ให้ความสำคัญกับการได้รับประสบการณ์ที่ดีต่าง ๆ ผ่านทางสินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญของการสร้างตราสินค้า และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้วยการตลาดดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ควบคู่ไปกับการตลาดแบบดั้งเดิมที่มีบทบาทที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนเป็นแนวทางเพื่อให้เกิดแนวทางที่เหมาะสมในใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า และเกิดทัศนคติที่ดีต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือ บริหารจัดการในบริษัทที่เหมาะสม และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนและประชาชนในสังคมได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้นทางหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล จึงได้บูรณาการพันธกิจของมหาวิทยาลัยกับรายวิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ โดยให้ผู้เข้าร่วมโครงการ ได้วิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบันของท้องถิ่น เพื่อนำมาวางแผนการสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้วยตนเอง ตามแนวคิดการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่มีภายในชุมชน เพื่อนำไปเผยแพร่ และเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นการฝึกทักษะด้านการเข้าถึง เข้าใจ และการเข้าร่วมสร้างสรรค์สื่อ ก่อให้เกิดการพัฒนาความสามารถ ทั้งในด้านสติปัญญา ความคิด และประสบการณ์ด้านการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม สำหรับเด็กและเยาวชนในปัจจุบันอย่างเหมาะสม

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถประยุกต์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาดได้
2. เพื่อส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และทักษะการเข้าถึง เข้าใจ และเข้าร่วมสร้างสรรค์สื่อ
3. เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจจากการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์

### ระยะเวลา วัน เวลา สถานที่ดำเนินการ

ดำเนินกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด” ระหว่างวันที่ 20 - 21 มีนาคม พ.ศ. 2566 ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลบัวสว่าง อำเภอพรหมานิคม จังหวัดสกลนคร

### ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ	เป้าหมายจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย
1) จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ	จำนวนคน 130 คน
2) ความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95
3) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
4) การนำความรู้ไปใช้ของกลุ่มเป้าหมาย	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

### การดำเนินโครงการ

บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

บรรลุ

ไม่บรรลุ เนื่องจาก.....

บรรลุตามเป้าหมายของโครงการ

บรรลุ

ไม่บรรลุ เนื่องจาก.....

## บทที่ 2

### วิธีดำเนินการ

#### กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสิ้น 130 คน ประกอบด้วย

- นักเรียน/ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 130 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมอบรมโครงการ “ทักษะการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน เพื่อเสริมสร้างความเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัล” แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

#### วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการประเมินความคิดเห็นผู้เข้าร่วมโครงการการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด” ได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจำนวน 1 ฉบับ จากนั้นได้มอบหมายให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแจกแบบประเมินแก่ผู้เข้าร่วมโครงการเชิงปฏิบัติการ และเก็บแบบประเมินกลับคืนในวันที่ 21 มีนาคม 2566

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การแจกแจงความถี่ (f) และร้อยละ
2. การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การหาค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.
3. การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา สรุปประเด็นและนำเสนอข้อมูลด้วยความเรียง

### บทที่ 3

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการดำเนินงานโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด” สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด”

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	19	14.62
หญิง	111	85.38
รวม	130	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 85.38 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.62 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด”

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ต่อการเข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด”

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>1. ด้านความรู้ ความเข้าใจ</b>			
1.1 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ ก่อนเข้าร่วมโครงการ	3.33	0.85	มาก
1.2 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ หลังเข้าร่วมโครงการ	3.99	0.56	มาก
<b>2. การนำความรู้ไปใช้หลังเข้ารับการอบรม</b>			
2.1 สามารถนำความรู้ที่ได้ ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้	4.17	0.69	มาก
2.2 สามารถนำความรู้ไปเผยแพร่/ถ่ายทอดได้	4.35	0.67	มากที่สุด
2.3 มีความมั่นใจและสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ได้	3.57	0.90	มาก
2.4 สามารถให้คำปรึกษาแก่สมาชิก/เพื่อนร่วมงานได้	3.28	0.77	ปานกลาง
<b>3. ความพึงพอใจต่อวิทยากร</b>			
3.1 ความเหมาะสมด้านเนื้อหาเกี่ยวกับเป้าหมายของการอบรม	3.87	0.86	มาก
3.2 ความรู้ของผู้อภิปราย/ผู้บรรยาย	4.01	0.67	มาก
3.3 การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น	3.60	0.71	มาก
3.4 การตอบข้อซักถาม ตรงประเด็น เข้าใจง่าย	3.86	1.04	มาก
<b>4. ความพึงพอใจต่อภาพรวมของโครงการ</b>			
4.1 สถานที่สะอาดและมีความเหมาะสม	3.96	0.82	มาก
4.2 ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์	3.85	0.89	มาก
4.3 อาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่มเพียงพอ และเหมาะสม	3.02	1.13	ปานกลาง
4.4 ระยะเวลาในการอบรมมีความเหมาะสม	3.13	0.93	ปานกลาง
4.5 การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าและเหมาะสม	3.70	0.68	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.71</b>	<b>0.39</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า การเข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด” ของผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

- 1) ด้านความรู้ ความเข้าใจ ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ หลังเข้าร่วมโครงการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99
- 2) การนำความรู้ไปใช้หลังเข้ารับการอบรม ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ไปเผยแพร่/ถ่ายทอดให้สมาชิกหรือเพื่อนร่วมทีมได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35
- 3) ระดับความพึงพอใจต่อวิทยากร ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจต่อความรู้ของผู้อภิปราย/ผู้บรรยาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01
- 4) ความพึงพอใจต่อภาพรวมของโครงการ ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจด้านสถานที่สะอาด และมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96



## บทที่ 4

### สรุปผลการดำเนินการ

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 85.38 โดยผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

- 1) ด้านความรู้ ความเข้าใจ ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ หลังเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99
- 2) การนำความรู้ไปใช้หลังเข้ารับการอบรม ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ไปเผยแพร่/ถ่ายทอดให้สมาชิกหรือเพื่อนร่วมทีมได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35
- 3) ระดับความพึงพอใจต่อวิทยากร ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจต่อความรู้ของผู้อภิปราย/ผู้บรรยาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01
- 4) ความพึงพอใจต่อภาพรวมของโครงการ ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจด้านสถานที่สะอาดและมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

#### สรุปผลการดำเนินงาน

จากการดำเนินงานโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด” ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความเข้าใจในเรื่องของการใช้สื่อออนไลน์ ตระหนักถึงความสำคัญหรือความจำเป็นของการใช้สื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวัน และจากการดำเนินกิจกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถพัฒนาทักษะการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด นอกจากนี้ยังมีการวางแผนในการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับชุมชน อยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมในการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด

จากการดำเนินงานโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด” นำมาสรุปผลในแต่ละด้านได้ดังนี้

- 1) ด้านความรู้ ความเข้าใจ ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ หลังเข้าร่วมโครงการ
- 2) การนำความรู้ไปใช้หลังเข้ารับการอบรม ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ไปเผยแพร่/ถ่ายทอดให้สมาชิกหรือเพื่อนร่วมทีมได้
- 3) ความพึงพอใจต่อวิทยากร ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ของผู้อภิปราย/ผู้บรรยาย
- 4) ความพึงพอใจต่อภาพรวมของโครงการ ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจด้านสถานที่สะอาดและมีความเหมาะสม

### ปัญหาอุปสรรค

- เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจเป็นผู้สูงอายุ ทำให้กระบวนการเรียนรู้ในบางประเด็น เช่น การทำงานของ AI ผู้เข้าร่วมอบรมมีพื้นฐานหรือไม่เข้าใจในเรื่องของปัญญาประดิษฐ์

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดโครงการเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ
2. ในการจัดอบรมครั้งต่อไปควรเพิ่มระยะเวลาในการฝึกอบรม

## ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ภาพกิจกรรม







