

การพัฒนามิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์

The Development of Music Video for the Faculty of Industrial Education and Technology Presenting by Nano Influencers.

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์,* พรปภัสสร ปริญชาญกล,*
ธนสรณ์ ล้วนรัตน์,* บุริศร์ เพชรรัตน์จุฑาพร* และฤทธิชัย ใจเที่ยง*
Kuntida Thamwipat,* Pornpapatsorn Princhanokol,*
Thanasorn Luanrat,* Burit Phetcharatjuthaporn,* and Rittichai Jaitiang*

วันที่รับบทความ	31 มีนาคม 2566
วันที่แก้ไขบทความ	15 สิงหาคม 2566
วันที่ตอบรับบทความ	30 สิงหาคม 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนามิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ (2) ประเมินคุณภาพมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ (3) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ (4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) มิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ (2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ (3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ (4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายจากนักศึกษาผู้ที่เคยได้รับชมมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายจากนักศึกษาผู้ที่เคยได้รับชมมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

Corresponding Author Email: kuntida.tha@kmutt.ac.th และ pornpapatsorn.pri@kmutt.ac.th

* คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

* Faculty of Industrial Education and Technology, King Monkut's University of Technology Thonburi

เทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน ซึ่งผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.44) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.72$, S.D. = 0.43) ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.90$, S.D. = 0.30) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.88$, S.D. = 0.32) ดังนั้น มิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์, มิวสิควิดีโอ, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี, และนาโนอินฟลูเอนเซอร์

Abstract

The purposes of this research were to (1) develop a music video for the Faculty of Industrial Education and Technology presenting by nano influencers, (2) assess the quality of the music video for the Faculty of Industrial Education and Technology presenting by nano influencers, (3) evaluate the perception of the sample group, and (4) evaluate the satisfaction of the sample group towards the music video for the Faculty of Industrial Education and Technology presenting by nano influencers. The research tools used include (1) the music video for the Faculty of Industrial Education and Technology presenting by nano influencers, (2) an evaluation form for content and media presentation quality, (3) a perception assessment form for the sample group, and (4) a satisfaction assessment form for the sample group.

The study sample consisted of first-year students in academic year of 2023 from the Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi. The sampling method used was simple random sampling from students who had previously viewed the music video for the Faculty of Industrial Education and Technology presenting by nano influencers and willingly responded to the questionnaire, totaling 50 people. The expert evaluation results indicated that the content quality assessment was at a good level ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.44), the media presentation quality assessment was at a very good level ($\bar{x} = 4.72$, S.D. = 0.43), the perception assessment of the sample group was at the highest level ($\bar{x} = 4.90$, S.D. = 0.30), and the satisfaction assessment of the sample group was at the highest level ($\bar{x} = 4.88$, S.D. = 0.32). Therefore, the developed music video for the Faculty of Industrial Education and Technology presenting by nano influencers was considered applicable.

Keywords : Public Relations, Music Video, Faculty of Industrial Education and Technology Nano influencers

บทนำ

มิวสิกวิดีโอ (Music Video) เป็นการถ่ายทอดบทเพลงแบบมีภาพประกอบเพลงหรือมีการนำภาพมาช่วยในการสื่อความหมายจากเนื้อหาของเพลง เพื่อสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายและความเพลิดเพลินจากการได้รับชมมิวสิกวิดีโอ นอกจากนี้มิวสิกวิดีโอยังสอดแทรกสิ่งที่มีผลต่อการสร้างภาพจำของตัวบทเพลง หรือการโปรโมทให้ผู้รับชมได้คุ้นเคยกับเพลงของศิลปินท่านนั้นผ่านตัวมิวสิกวิดีโอ คือ ภาพประกอบเพลงที่ถ่ายทอดมโนทัศน์ความคิดเกี่ยวกับเพลงโดยเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ผลิตและทำให้ผู้ฟังที่ตีความหมายและเกิดการสร้างจินตนาการให้แบบสำเร็จรูป ตั้งแต่มิวสิกวิดีโอกำเนิดขึ้นและนำไปสู่การที่ผู้ฟังสามารถพิจารณามิวสิกวิดีโอในฐานะที่เป็นเครื่องมือหนึ่งทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นจุดหลักจุดสำคัญในการทำให้เพลงนั้นมีความสมบูรณ์ในมิติของตัวเพลงและเกิดอรรถรสในการรับฟัง รับชมมิวสิกวิดีโอ ด้วยการนำไปสู่สภาวะที่ทุกคนสามารถตีความและสามารถสร้างความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้ฟังมิวสิกวิดีโอ (ธีระศักดิ์ พรหมศิริ, 2561) โดยมิวสิกวิดีโอในยุคปัจจุบันนิยมใช้นักแสดง และอินฟลูเอนเซอร์มาร่วมแสดงเพื่อเป็นสีสันในมิวสิกวิดีโอร่วมกับนักร้องเพลงนั้น ๆ ด้วย

อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) คือ ผู้ทรงอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายหรือซึ่งการตลาดในปัจจุบันถือว่า เป็นเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมจากทั่วโลกโดยเฉพาะในประเทศที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อินฟลูเอนเซอร์จึงมีบทบาทอย่างมากในการทำตลาดแบบดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง จะเห็นได้ว่ามีอินฟลูเอนเซอร์กลุ่มใหม่ ๆ ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อินฟลูเอนเซอร์กลายมาเป็นหนึ่งในตัวเลือกสำคัญสำหรับการตลาดดิจิทัล เป็นเพราะหลายธุรกิจกิจการเห็นถึงประโยชน์และความคุ้มค่าจากการใช้อินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งไม่เพียงแต่เข้าถึงผู้บริโภคได้ดี แต่ยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและโน้มน้าวผู้บริโภคได้อีกด้วย ข้อมูลจากรายงาน Nielsen Trust in Advertising พบว่า 75% ของผู้บริโภคไทยให้ความไว้วางใจในโฆษณา ความคิดเห็น และการรีวิวผลิตภัณฑ์จากอินฟลูเอนเซอร์ โดยผู้บริโภคไทย 22% มองว่า อินฟลูเอนเซอร์เป็นช่องทางที่ตนเองใช้สำหรับการติดตาม อัปเดตเทรนด์และข่าวสารข้อมูลใหม่ ๆ ในช่วงหลังหลายหน่วยงานจึงหันมาใช้งานอินฟลูเอนเซอร์เพิ่มมากขึ้น (Dataxet, 2566) และปัจจุบันมีแนวโน้มในการใช้นาโนอินฟลูเอนเซอร์ (Nano Influencer) เพื่อรีวิวนสินค้าเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้ นาโนอินฟลูเอนเซอร์คือ ผู้ที่มีอิทธิพลบนโลกโซเชียลจะมีผู้ติดตามผ่านอินสตาแกรม จำนวน 1,000 คนขึ้นไป – 10,000 คนโดยนาโนอินฟลูเอนเซอร์จะเป็นผู้ที่สามารถโน้มน้าวดึงดูดให้ผู้บริโภคเชื่อและนำไปสู่การซื้อสินค้าเฉพาะกลุ่มได้หรือที่เรียกว่ารู้จักในกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม (Niche) สไตล์ของนาโนอินฟลูเอนเซอร์นั้นเป็นสิ่งที่ใกล้ชิดกับผู้ชม ผู้ฟังมากที่สุด และต่างจากอินฟลูเอนเซอร์กลุ่มอื่นตรงที่นาโนอินฟลูเอนเซอร์สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ชม ผู้ฟังในแบบให้ความรู้สึกเหมือนเป็นเพื่อน หรือครอบครัว มากกว่าการโฆษณาจริงจัง ทำให้ดูน่าเชื่อถือ และจริงใจมากกว่า ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในการทำตลาดสมัยใหม่ในยุคปัจจุบัน (Doyoumind, 2021)

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นหน่วยงานอุดมศึกษาในการกำกับของรัฐ ที่เน้นการเรียนการสอนแบบผสม 2 สาขา ได้แก่ สาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรมและสาขาเทคโนโลยี เป็นคณะที่สร้างความสามารถทางวิชาการที่เข้มแข็งและโดดเด่นที่มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความสามารถ ด้านการคิดเป็นทำเป็น การมุ่งสู่ความเป็นผู้นำด้านการพัฒนาผู้เรียน รวมไปถึงการมุ่งเน้นการพัฒนา ทักษะในเชิงปฏิบัติ ภายใต้ฐานความคิดที่เชื่อมโยงความรู้ในศาสตร์ เพื่อต่อยอดการพัฒนาทาง ในศาสตร์ให้มีความโดดเด่นเฉพาะ รวมถึงการพัฒนากระบวนการทางความคิด และทักษะทางสังคม ให้สามารถเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในสังคม นอกจากนี้คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ยังสร้างคนและสร้างบัณฑิตที่มีความสามารถให้กับสังคมมาอย่างยาวนานกว่า 50 ปี ที่ผ่านมา คณะได้ทำการผลิตบัณฑิตทางด้านครุศาสตร์อุตสาหกรรมและบัณฑิตทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก พัฒนานักศึกษาให้เก่ง มีความเป็น มืออาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้จริง มีคุณธรรมและจริยธรรม (คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี มจร., 2565) ในปัจจุบันคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีเพลงประจำคณะ คือ เพลงมาร์ชครุศาสตร์อุตสาหกรรม แต่ยังไม่มียุติวิธียุติเพลงประจำคณะฯ ดังกล่าว

โดยเหตุที่มีวิธียุติโอนับเป็นสื่อผสมยุคใหม่ที่ได้ผสมผสานความเป็นสุนทรียศาสตร์ในด้านต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน ทั้งในแง่ของศิลปะทางด้านดนตรี ศิลปะด้านภาพเคลื่อนไหวรวมถึงการแสดงอีกด้วย โดยใช้เทคโนโลยีร่วมสมัยในการสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งการเลือกผู้นำเสนอถือเป็นจุดสำคัญมาก สำหรับการสร้างภาพประกอบเพลงหรือมิวสิกวิดีโอ คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าควรพัฒนามิวสิกวิดีโอ เพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ น่าจะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ทุกคน และเป็นสื่อที่มีความเหมาะสมในการถ่ายทอดนำเสนอ ความเป็นตัวตนของชาวคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ได้ใน รูปแบบที่กระชับ เข้าใจง่าย และมิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ยังสามารถเป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อพัฒนามิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์
2. เพื่อประเมินคุณภาพมิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์
3. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์

สมมติฐานของการศึกษา

1. มิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพอยู่ในระดับดีขึ้นไป
2. ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ อยู่ในระดับมากขึ้นไป
3. ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ อยู่ในระดับมากขึ้นไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้มิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์คณะอีกรูปแบบหนึ่ง
2. เป็นแนวทางในการผลิตมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ให้กับผู้ที่สนใจในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและรูปแบบใหม่ เป็นที่สนใจต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับนาโนอินฟลูเอนเซอร์

คำว่า Influencer นั้นสามารถแปลเป็นไทยได้ว่า “ผู้มีอิทธิพล” แต่ Influencer ในวงการการตลาด หมายถึง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการ “ตัดสินใจ” และสามารถจูงใจให้บุคคลอื่น ๆ คล้อยตาม และอยากที่จะใช้สินค้าหรือบริการตาม Influencer คนนั้น ๆ ซึ่งในปัจจุบันนี้ก็ได้มีแค่เพียง “ดารา” เท่านั้น แต่ยังมีเน็ตไอดอล (Net Idol), ยูทูบเบอร์ (YouTuber), แฟนเพจ (Fan Page) ชื่อดัง รวมไปถึงผู้ที่มีแอคเคาท์จำนวนยอดผู้ติดตามสูง ๆ ก็สามารถเรียกได้ว่าเป็น Influencer ได้เช่นกัน (Tumwai, 2565) ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้ใช้นักศึกษาที่เป็นแอมบาสซาเดอร์ของคณะ รับบทเป็นผู้แสดงในมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะ โดยคัดเลือกเฉพาะผู้ที่เป็มนาโนอินฟลูเอนเซอร์ คือผู้ที่มีผู้ติดตามผ่านอินสตาแกรม จำนวน 1,000 คนขึ้นไป – 10,000 คนเท่านั้น

แนวคิดเรื่อง ADDIE MODEL

(จำนง สันตจิต, 2556) คือ การออกแบบระบบการเรียนการสอน กล่าวคือ กระบวนการพัฒนาโปรแกรมการสอน จากจุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุด มีแบบจำลองจำนวนมากมายที่นักออกแบบการสอนใช้ และสำหรับตามความประสงค์ทางการสอนต่าง ๆ กระบวนการออกแบบการเรียนการสอนแบบ ADDIE สามารถสรุปเป็นขั้นตอนทั่วไปได้เป็น 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย Analysis (การวิเคราะห์) Design (การออกแบบ) Development (การพัฒนา) Implementation (การนำไปใช้) และ Evaluation (การประเมินผล) (จำนง สันตจิต, 2556) ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดดังกล่าว เพื่อออกแบบและพัฒนามิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะฯ อย่างครบถ้วนทั้ง 5 ขั้นตอน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2566 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 483 คน ข้อมูล ณ วันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2566

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาการพัฒนามิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 50 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายจากผู้ที่ได้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะและยินดีตอบแบบสอบถาม

ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ตั้งแต่ระดับปริญญาโทขึ้นไป มีความสามารถ มีความชำนาญ และประสบการณ์ในการผลิตสื่อ ทำคลิปปิดทัศน์ เพื่อประเมินคุณภาพของการพัฒนามิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน

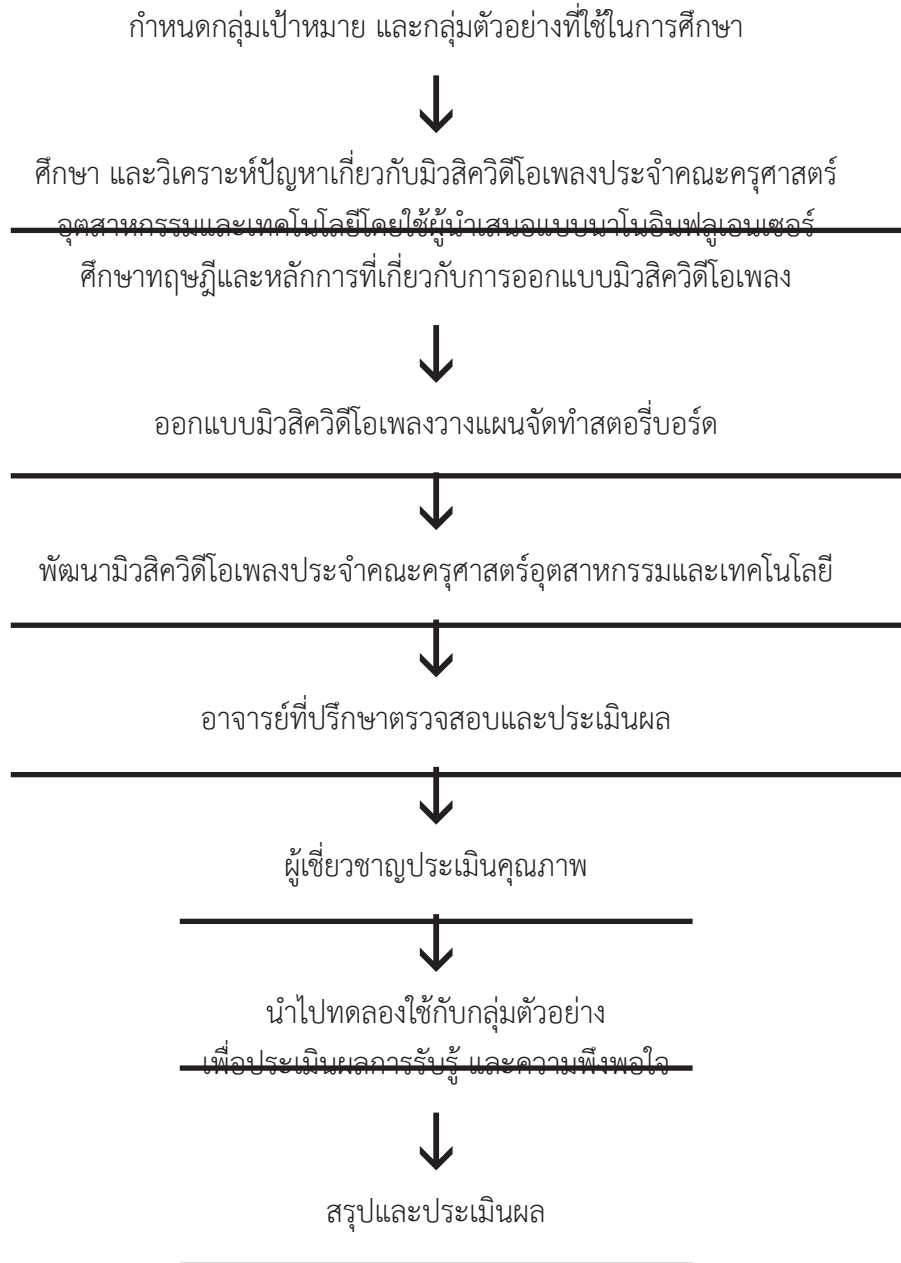
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการประเมินค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตัวอย่าง โดยในที่นี้เครื่องมือทุกชิ้นได้ผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงหรือค่า IOC ที่ค่ามากกว่า .05 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว สำหรับเครื่องมือในการศึกษาทั้งหมดมี ดังนี้

1. มิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์
2. แบบประเมินคุณภาพของมิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์
3. แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์
4. แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 1/ 2566

แผนผังแสดงขั้นตอนการพัฒนามิวสิกวิดีโอเพลง

กำหนดวัตถุประสงค์ และวิเคราะห์เนื้อหา ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 1 แผนผังแสดงขั้นตอนการพัฒนามิวสิควิดีโอเพลง
ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนามิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดย
ใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ ประกอบด้วย คลิปวิดีโอจำนวน 1 คลิป ความยาว 2.55 นาที



ภาพที่ 2 แสดงภาพมิวสิกวิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
โดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ วิดีโอ พร้อมคิวอาร์โค้ด

2. ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ
ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหามีความถูกต้อง	4.33	0.58	ดี
1.2 เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย และน่าสนใจ	4.67	0.58	ดีมาก
1.3 เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	ดีมาก
1.4 ความถูกต้องของศัพท์เฉพาะที่ใช้ในมิวสิควิดีโอ	4.00	0.00	ดี
ภาพรวม	4.42	0.43	ดี
2. ด้านการใช้ภาษา			
2.1 ภาษาที่ใช้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	4.33	0.58	ดี
2.2 ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
2.3 ภาพประกอบกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกัน	5.00	0.00	ดีมาก
2.4 ภาพประกอบมีความเหมาะสมและถูกต้อง	4.33	0.58	ดี
ภาพรวม	4.83	0.43	ดีมาก
สรุปผลการประเมิน	4.50	0.44	ดี

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา เรื่อง การพัฒนามิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ
เกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณา
เป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านการใช้ภาษา มีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.43) และค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับดี ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.43)

ตารางที่ 2 ตารางสรุปผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านตัวอักษรและการใช้สี	4.78	0.38	ดีมาก
2. ด้านภาพ	4.67	0.38	ดีมาก
3. ด้านเสียง	4.67	0.58	ดีมาก
4. ด้านการนำเสนอ	4.78	0.38	ดีมาก
สรุปผลการประเมิน	4.72	0.43	ดีมาก

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ เรื่อง การพัฒนามิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.72$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก 2 รายการ มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากัน คือ ด้านอักษรและการใช้สี และด้านการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.38) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านภาพ มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.38) และด้านเสียง มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ท่านได้รู้ว่าคุณคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ว่ามีทั้งหมด 7 ภาควิชา	4.82	0.44	มากที่สุด
2. ท่านรับรู้ช่องทางการเผยแพร่คือ เฟซบุ๊ก FIET KMUTT: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร.	4.88	0.39	มากที่สุด
3. ท่านรับรู้สาขาวิชาครุศาสตร์เครื่องกล เป็นสาขา วิชาที่มุ่งเน้นด้านความรู้เครื่องยนต์เป็นหลัก	4.96	0.20	มากที่สุด

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับการรับรู้
4. ท่านรับรู้ว่าคุณวิชาครุศาสตร์โยธาเป็นสาขาวิชาที่มุ่งเน้นด้านการปฏิบัติงานโยธา และความรู้ด้านวิศวกรรมโยธาโดยใช้เทคนิคสมัยใหม่ในการก่อสร้าง	4.92	0.27	มากที่สุด
5. ท่านรับรู้ว่าคุณวิชาครุศาสตร์ไฟฟ้ามุ่งเน้นไปที่การปฏิบัติงานด้านวิศวกรรมไฟฟ้าเป็นหลัก	4.94	0.24	มากที่สุด
6. ท่านรับรู้ว่าคุณวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศมุ่งเรียนรู้เกี่ยวกับด้านคอมพิวเตอร์ประยุกต์สารสนเทศและการออกแบบมัลติมีเดียที่นำไปใช้ในการออกแบบเบื้องหน้าและเบื้องหลัง	4.96	0.20	มากที่สุด
7. ท่านรับรู้ว่าคุณวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมุ่งเน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิศวกรรมอุตสาหการด้านเครื่องจักรทำงานเชื่อมและทักษะด้านการจัดการอุตสาหกรรมและการผลิต	4.94	0.24	มากที่สุด
8. ท่านรับรู้ว่าคุณวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาเป็นสาขาวิชาที่มุ่งเน้นการสอนในด้าน การสร้างสื่อและผลิตสื่อต่าง ๆ และการสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่นำไปสู่การสร้างสื่อด้านการเรียนการสอน	4.92	0.27	มากที่สุด
9. ท่านรับรู้ว่าคุณวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการ การผลิต สื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาในองค์การอุตสาหกรรมการพิมพ์	4.98	0.14	มากที่สุด
10. ท่านรับรู้ว่าคุณวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมุ่งเน้นไปที่การผลิตครูช่าง	4.72	0.57	มากที่สุด
สรุปผลการประเมิน	4.90	0.30	มากที่สุด

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.90$, S.D. = 0.30) เมื่อพิจารณาเป็นระดับการรับรู้ในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ รับรู้ว่าคุณวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการ การผลิต สื่อสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาในองค์การอุตสาหกรรมการพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย

อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$, S.D. = 0.14) และค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 รายการ ที่มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากัน คือ รับรู้ว่าสาขาวิชาครุศาสตร์เครื่องกล เป็นภาควิชาที่มุ่งเน้นด้านความรู้เครื่องยนต์เป็นหลัก และรับรู้ว่าสาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศมุ่งเน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับด้านคอมพิวเตอร์ประยุกต์สารสนเทศและการออกแบบมัลติมีเดียที่นำไปใช้ในการออกแบบเบื้องหน้าและเบื้องหลังโดย มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.96$, S.D. = 0.20) 4.

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 การลำดับเนื้อหาของมิวสิควิดีโอ	4.90	0.30	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของมิวสิควิดีโอมีความชัดเจน	4.90	0.30	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาของมิวสิควิดีโอมีความน่าสนใจ	4.90	0.30	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาของมิวสิควิดีโอมีความแสดงถึงเอกลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์	4.92	0.27	มากที่สุด
1.5 เนื้อหาของมิวสิควิดีโอเข้าใจง่าย	4.92	0.27	มากที่สุด
ภาพรวม	4.91	0.29	มากที่สุด
2. ด้านภาพและเสียง			
2.1 ภาพที่ใช้ในมิวสิควิดีโอมีสีสันสวยงาม	4.86	0.35	มากที่สุด
2.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.84	0.37	มากที่สุด
2.3 ภาพและเสียงมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.86	0.35	มากที่สุด
2.4 ภาพและเสียงชัดเจน ไม่สะดุด	4.90	0.30	มากที่สุด
2.5 ภาพและเสียงสอดคล้องกับเนื้อหา	4.92	0.27	มากที่สุด
ภาพรวม	4.88	0.33	มากที่สุด
3. ด้านการนำเสนอ			
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.80	0.45	มากที่สุด
3.2 การนำเสนอมิวสิควิดีโอมีความน่าติดตาม	4.90	0.30	มากที่สุด
3.3 การนำเสนอมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีความเหมาะสมและน่าสนใจ	4.82	0.39	มากที่สุด

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
3.4 การนำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ที่เหมาะสม	4.84	0.37	มากที่สุด
3.5 การนำเสนอมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์	4.92	0.27	มากที่สุด
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สามารถส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี			
ภาพรวม	4.86	0.35	มากที่สุด
สรุปผลการประเมิน	4.88	0.32	มากที่สุด

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.88$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$, S.D. = 0.29) ด้านภาพและเสียง มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.88$, S.D. = 0.33) และด้านการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.86$, S.D. = 0.35)

อภิปรายผล

การพัฒนามิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ประกอบด้วย ประกอบด้วย คลิปวิดีโอจำนวน 1 คลิป ได้แก่ คลิปมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งการออกแบบและพัฒนาครั้งนี้ อิงตามแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model (จำนง สันตจิต, 2556) มาประยุกต์ใช้ดังนี้

1. ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ผู้ศึกษาได้ศึกษาความต้องการขององค์กรว่าต้องการอะไร โดยจากการพูดคุยสอบถามและได้คำแนะนำว่า ต้องการผลงานที่สามารถให้ความรู้ ความน่าสนใจ สั้นกระชับ และเข้าใจง่าย แล้วนำมาปรึกษากับสมาชิก และอาจารย์ที่ปรึกษา
2. ขั้นการออกแบบ (Design) เมื่อวิเคราะห์ปัญหา และศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว จะเป็นขั้นตอนของการออกแบบ และวางแผน
3. ขั้นตอนการพัฒนา (Development) นำรูปแบบของมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแก้ไขความถูกต้อง และความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม และนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป
4. ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) นำมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ ที่ได้ทำการแก้ไขเป็น

ที่เรียบร้อยแล้วไปเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ FIET KMUTT: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร. ให้นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ได้ดูสื่อ และมีความยินดีตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 50 คน

5. ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) เมื่อทำการเผยแพร่ชุดเนื้อหาทั้งหมดแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการประเมินผลการรับรู้ และประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง ที่ดำเนินการโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง เพื่อทำการประเมินด้านการรับรู้ และประเมินความพึงพอใจ จากนั้นจึงนำผลการประเมินที่ได้ไปวิเคราะห์หาคำนวนทางสถิติและสรุปผลต่อไป ผลการวิจัยพบว่า ผลการพัฒนา มิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ใช้ ADDIE Model โดยมี 5 ขั้นตอน คือ (1) ขั้นวิเคราะห์ (2) การออกแบบ (3) ขั้นการพัฒนา (4) การดำเนินการ และ (5) ขั้นการประเมินผล ทำให้ได้สื่อออกมามีความน่าสนใจ ลูกเล่นแปลกตา ทันสมัย และสื่อความหมายชัดเจน เช่นเดียวกันกับการพัฒนา มิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ที่ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model ทำให้สื่อออกมามีความสมบูรณ์ทั้งในด้านของเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และภาพที่มีความสวยงาม

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.44) เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของสื่อ ทำให้สื่อมีความกระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบที่สวยงาม สอดคล้องกับเนื้อหา อีกทั้งยังมีการรับข้อมูลจากผู้รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการวิธีการทำมิวสิควิดีโอ และศึกษาจากงานวิจัยของ สุรพัศ คุชียานนท์ ศุภกฤต ถิ่นจันทร์ และพิสิษฐ์ เรื่องประโคน (สุรพัศ คุชียานนท์ ศุภกฤต ถิ่นจันทร์ และพิสิษฐ์ เรื่องประโคน, 2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอร่วมกับกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเอฟทပ်แปด โปรดักชั่น จำกัด ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการประเมินคุณภาพสื่อไวรัลวิดีโอร่วมกับกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเอฟทပ်แปด โปรดักชั่น จำกัดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีคุณภาพด้านเนื้อหา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 อยู่ในระดับดี เช่นเดียวกัน โดยมีการเลือกใช้ภาษาอย่างเหมาะสม เนื้อหามีความถูกต้องครบถ้วนและเข้าใจง่าย มีปริมาณเนื้อหาที่เหมาะสม นอกจากนี้เนื้อหายังมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และภาพประกอบ จึงสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.43) เนื่องจากมีการสร้างมิวสิควิดีโอที่ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและน่าสนใจ เสียงบรรยายมีความชัดเจนไม่สับสน เสียงดนตรีประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา และระดับเสียงที่ใช้มีความพอดีต่อการรับฟัง และมีการนำนาโนอินฟลูเอนเซอร์ระดับคณะฯ มาเป็นผู้แสดง สอดคล้องกับงานวิจัยของ (นิษฐา หุ่นเกษม, 2563) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการใช้อินฟลูเอนเซอร์ว่า การใช้อินฟลูเอนเซอร์ หรือผู้ทรงอิทธิพลใน

การช่วยประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากต่อการสร้างความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ และการรับบริการ รวมถึงการสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร เนื่องจากผู้ทรงอิทธิพล หรือ อินฟลูเอนเซอร์ มีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ ความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภค ความสัมพันธ์กับผู้ติดตาม (Follower) ความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการสื่อสารและสร้างเนื้อหา การมีช่องทางใน สื่อสังคม ออนไลน์ และมีการมีต้นทุนทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชนิภา พรหมมานอก และนวรรณ์ สีหาดี (นิชนิภา พรหมมานอก และนวรรณ์ สีหาดี, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างสื่อ วัไรลิตีโอแบบมีปฏิสัมพันธ์ เรื่อง สัญญาณเตือนโรคซึมเศร้าในวัยรุ่น ผลวิจัยพบว่า สื่อวัไรลิตีโอ ที่มีความสอดคล้องของภาพกับเนื้อหา มีความน่าสนใจ องค์ประกอบมีความสวยงาม ดนตรีประกอบ คลิปวิดีโอมีความเหมาะสมต่อการดูและฟัง ทำให้มีผลการวิจัยพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพ ด้านสื่อ การนำเสนออยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.17 จึงสามารถนำไปใช้งานได้จริงอย่างมีคุณภาพ

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ พบว่า มีผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.30) เนื่องจากมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ ได้นำเสนอใน รูปแบบของคลิปวิดีโอ โดยมีการนำเอากาฟิกและเทคนิคต่างๆ ของการถ่ายทำภาพยนตร์มาใช้ รวมถึงยังมีการเพิ่มเสียงและดนตรีประกอบที่น่าสนใจให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชม รวมถึงสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่บนโลกออนไลน์อีกด้วย จึงทำให้สื่อมีคุณภาพ สอดคล้องการออกแบบและพัฒนาสื่อในงานวิจัยของ ปภัสนร อินทเดช (ปภัสนร อินทเดช ณภัทร ดีเย็น และธัญชนก พิมมหา, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ สาระบันเทิงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.52) โดย การนำเรื่องที่สำคัญและมีความน่าสนใจ มาออกแบบและพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ สาระบันเทิงบน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ในรูปแบบอินโฟกราฟิก ที่สามารถให้ความรู้และความบันเทิงแก่ ผู้ที่ติดตามแฟนเพจสื่อก www.mcot.net รวมถึงบุคคล ที่พบเห็นชุดเนื้อหาในสังคมออนไลน์ที่มีความน่าสนใจ ถูกต้อง เป็นประโยชน์ และสามารถนำไป เผยแพร่ใช้ได้จริง ในระยะเวลาอันสั้น เข้าใจง่ายจะทำให้กลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นสนใจและรับรู้ได้มากกว่า สื่อที่ต้องใช้เวลารับชมยาวนาน เช่นเดียวกับมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี มีความยาว 2.55 นาที จึงสามารถสร้างความสนใจและส่งเสริมการรับรู้เนื้อหาเกี่ยวกับ คณะฯ ได้ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับการเรียน การสอนของหลักสูตรต่าง ๆ ของคณะฯ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รับรู้วิชาสาขาวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับด้านการจัดการ การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้าง นวัตกรรมเพื่อพัฒนาในองค์การอุตสาหกรรมการพิมพ์ รองลงมารับรู้วิชาสาขาวิชาครุศาสตร์เครื่องกล มุ่งเน้นด้านความรู้เครื่องยนต์เป็นหลัก และรู้ว่าสาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มุ่งเน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับด้านคอมพิวเตอร์ประยุกต์สารสนเทศและการออกแบบมัลติมีเดียที่นำไป

ใช้ในการออกแบบเบื้องหน้าและเบื้องหลัง จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็น นักศึกษามีความสามารถใช้มิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะฯ โดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ นำมาออกแบบและพัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ ประชญา วิสัยทัศน์ของสาขาวิชาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ พบว่า มีผลการประเมิน ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$, S.D. = 0.32) เนื่องจากงานวิจัยเรื่อง การพัฒนามิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบ นาโนอินฟลูเอนเซอร์ มีความต้องการที่จะเผยแพร่สื่อมิวสิควิดีโอเพื่อการรับรู้เกี่ยวกับเพลงประจำ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอแบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ ให้เป็นที่รู้จัก บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และต้องการที่จะดึงกลุ่มเป้าหมายใหม่อย่างผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กของ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีให้มีความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิด เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ โดยการวัดความพึงพอใจได้ใช้มาตราส่วนประมาณค่าความ พึงพอใจของลิเคิร์ตหมวดวัด สอดคล้องกับอนงค์นาฏ ดากสินและเพชรกลม บุษพัฒน์ (อนงค์นาฏ ดากสิน และเพชรกลม บุษพัฒน์, 2561) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างวิทัศน์และ นิติสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการภายในศูนย์ไฟฟ้า ประชาอุทิศ มูลนิธิ TMB จุดประกายเยาวชนเพื่อชุมชน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจ มากที่สุด มี ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.50) ทำให้สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจใน สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบสื่อดังกล่าวในระดับมากที่สุด ดังนั้นในการออกแบบและพัฒนา สื่อประชาสัมพันธ์ยุคใหม่จึงควรให้ความสำคัญในรูปแบบการนำเสนอ เพราะคนยุคใหม่ชอบดู มากกว่าอ่าน และควรให้ความสำคัญกับการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียใหม่ เพิ่มมากขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ทางหน่วยงานหรือสถาบันควรนำสื่อมิวสิควิดีโอเพลงที่ผลิตขึ้นไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่แตกต่างไปจากเดิม ได้แก่ อินสตาแกรมหรือดีกติก เพื่อช่วยเพิ่มการ เข้าถึงของกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น
2. สื่อมิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ผู้นำเสนอ แบบนาโนอินฟลูเอนเซอร์ สามารถนำไปใช้ได้จริงในกิจกรรมสำคัญต่างๆ ของ คณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีและ เช่น กิจกรรม ปฐมนิเทศ กิจกรรมปัจฉิมนิเทศ กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะ ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ข้อมูลคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีให้เป็นที่รู้จักในระยะเวลา ที่รวดเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาองค์ประกอบในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
2. ควรพัฒนามิวสิควิดีโอเพลงประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยใช้ ผู้นำเสนอแบบไมโครอินฟลูเอนเซอร์ โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ ได้แก่ VR Streaming เป็นต้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- นิชนิภา พรหมมานอก และนวรรตน์ สีทาดี. (2561). *การสร้างสื่อไวรัลวิดีโอแบบมีปฏิสัมพันธ์ เรื่อง ลัญญาณเดือนโรคมิมคร่ำในวัยรุ่น,ปริญญาานิพนธ์เทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*, หน้า ข.
- นิษฐา หรุ่นเกษม. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลของกลุ่มอุตสาหกรรม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์, *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, นนทบุรี. หน้า 48-65.
- ปภัสสร อินทเดช ฌภัทร ดีเย็น และธัญชนก พิมมหา. (2561). *การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สาระบันเทิงบน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน),ปริญญาานิพนธ์เทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*,หน้า ก.
- สุรพัศ คูชัยยานนท์ ศุภกฤต ถิ่นจันทร์ และพิสิษฐ์ เรืองประโคน. (2560). *การพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอ ร่วมกับกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของ บริษัทเอฟทีแบด โปรดักชั่น จำกัดผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์,ปริญญาานิพนธ์เทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*, หน้า ข – ค.
- อนงค์นาฏ ดากลิ้น และเพชรกมล บุพพัฒน์สมัย. (2561). *การสร้างวิดิทัศน์และนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการภายในศูนย์ไฟ – ไฟ ประชาอุทิศ มูลนิธิ TMB จุดประกายเยาวชนเพื่อชุมชน,ปริญญาานิพนธ์เทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*, หน้า ข.- ค.

ระบบออนไลน์

- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร. (2565). *พัฒนาผู้สร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ นวัตกรรม ชื่นนำในระดับโลก*. เข้าถึงได้จาก<https://www.fiet.kmutt.ac.th/home/>.

-
- สันตจิต. (2556). *ADDIE MODEL*. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/520517>
- ธีระศักดิ์ พรหมติเรก. (2561). *ความขัดแย้งและความรุนแรงในมิวสิควิดีโอเพลงไทยร่วมสมัย*. เข้าถึงได้จาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3358>
- Dataxet. (2566). *อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) แนวโน้มสดใส เหตุการณ์ที่ยอมรับบทบาทในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค*. เข้าถึงได้จาก <https://www.dataxet.co/media-landscape/2023-th/influencer>
- Doyoumind. (2021). *Nano Influencer คืออะไร?* . เข้าถึงได้จาก <https://www.rainmaker.in.th/what-is-nano-influencer/>
- Tumwai. (2565). *Influencer คืออะไร มีกี่ประเภท*. เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.asia/wJtNF>
-