

การพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อ การประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) The Development of Digital Content Set on an Online Platform for Public Relations Global Competence Development Centre (KMUTT GCDC)

พรปภัตสร ปริญญาญกุล,* กุลธิดา ธรรมวิภังค์,*
กฤษสร ศุทธิโชติเตชา,* และณัฐรินีย์ เรืองเวทมงคล*
Pornpapatsorn Princhanol,* Kuntida Thamwipat,*
Kritchason Sutthichothada,* & Nattarinee Ruangwetmongkol,*

วันที่รับบทความ	28 ธันวาคม 2566
วันที่แก้ไขบทความ	20 มีนาคม 2567
วันที่ตอบรับบทความ	5 เมษายน 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพของชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) 2) เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่กตัญญูใจเพจเฟซบุ๊ก KMUTT GCDC SALC ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 50 คน ซึ่งผล การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.41) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.75$, S.D. = 0.44) ผลการ

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

* คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

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

ประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$, S.D. = 0.60) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.72$, S.D. = 0.49) ดังนั้น ชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์, ดิจิทัลคอนเทนต์, แพลตฟอร์มออนไลน์

Abstract

The purposes of this research were 1) to develop and evaluate the quality of the digital content set on an online platform for public relations Global Competence Development Centre (KMUTT GCDC) 2) To evaluate the perception of the sample group ,and 4) To evaluate the satisfaction of the sample group towards the digital content set on an online platform for public relations Global Competence Development Centre (KMUTT GCDC). The tools used in the research were (1) a set of digital content on an online platform for public relations KMUTT GCDC. (2) Quality assessment form in content and media presentation (3) Sample perception assessment form 4) Sample satisfaction assessment form . The sample group used in this study included people who clicked like on the Facebook page KMUTT GCDC SALC, which were obtained from simple random sampling, who were willing and voluntary to cooperate as volunteers. and an experimental sample of 50 people, the results of which were evaluated by experts found that the content quality assessment result was at a very good level ($\bar{x} = 4.79$, SD = 0.41). The media presentation quality assessment result was at a very good level ($\bar{x} = 4.75$, SD = 0.44). The perception of the sample group was at the highest level ($\bar{x} = 4.61$, SD = 0.60) and the satisfaction evaluation result of the sample group was at the highest level ($\bar{x} = 4.72$, SD = 0.49). Therefore, the digital content set on an online platform for public relations of the Global Competency Development Center (KMUTT GCDC) developed could be used practically.

Keywords : Public Relations, Digital Content, Online Platform

บทนำ

ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์องค์กรมีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมาก ทั้งในการทำให้สาธารณชนที่เกี่ยวข้องรับรู้ถึงการมีอยู่ขององค์กรแห่งนั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ การมีอยู่ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่สาธารณชน ทำให้เกิดทัศนคติและภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร โดยทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ต้องตั้งอยู่บนหลักความเป็นจริง เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดความน่าเชื่อถือและปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการอยู่ในระยะยาวได้ สืบเนื่องจากเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันของผู้คน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้ทันต่อยุคสมัย ทำให้มีการใช้เทคโนโลยีร่วมกับการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น โดยมีรูปแบบที่หลากหลาย หนึ่งในนั้นคือการประชาสัมพันธ์ผ่านดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งเป็นสื่อสารสนเทศที่ถูกจัดข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย แอนิเมชัน เกม สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้ (E-Learning) คอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่สามารถดูผ่านคอมพิวเตอร์ โทรทัศน์ ทีวี ภาพยนตร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ เนื่องด้วยช่องทางและเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความหลากหลาย การประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นหนึ่งในทางเลือกที่ในปัจจุบันนิยมใช้ประชาสัมพันธ์สื่อในเรื่องต่าง ๆ เช่น ข้อความ ภาพ เสียง สื่อผสม เพื่อสร้างความเพลิดเพลินและความรู้ สามารถสร้างโอกาสในการรับชมได้ง่าย เข้าถึงผู้ใช้งานได้ในเวลารวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และลดต้นทุนได้ดี

ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (Global Competence Development Centre) เป็นหน่วยงานเชิงกลยุทธ์ ที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยปรับเปลี่ยนและขยายบทบาทของศูนย์การเรียนรู้แบบพึ่งตนเอง (Self-Access Learning Centre: SALC) ที่ได้เปิดดำเนินการตั้งแต่ พ.ศ. 2534 จากเดิมที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริม และสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทักษะด้านภาษาตามความสนใจ ให้กับนักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัย ปัจจุบัน ได้ปรับบทบาทและภารกิจ โดยมุ่งเน้นการพัฒนา และยกระดับสมรรถนะสากล (Competence) ของนักศึกษา และบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีและดำเนินงานภายใต้ชื่อใหม่ คือ ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (Global Competence Development Centre) หรือ GCDC ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (Global Competence Development Centre) ตั้งอยู่ที่ชั้น 1 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เป็นศูนย์ที่ส่งเสริมการพัฒนา และยกระดับสมรรถนะสากล กล่าวคือ ให้บริการประเมินสมรรถนะ (Competency Assessment) และพัฒนาสมรรถนะสากล (Competency Development) ให้นักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีตลอดจนบุคคลทั่วไป รวมทั้งการบูรณาการการพัฒนาสมรรถนะสากลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ทั้งในและนอกหลักสูตร โดยส่งเสริมการพัฒนาภาษาด้วยตนเอง และสมรรถนะหลักในศตวรรษที่ 21 ผ่านการเรียนรู้ และลงมือทำ (Learn & Try) เพื่อสนับสนุนการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นพลเมืองโลก (Global Citizen) โดยจัดให้มีบริการส่งเสริมการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ (SALC KMUTT,2566)

เนื่องด้วยหน้าที่ความรับผิดชอบของศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (Global Competence Development Centre) มีการดำเนินการจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ การปฏิบัติ และการพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้งาน ในรูปแบบของการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) และจากการสัมภาษณ์บุครินทร์ จิระกาล ตำแหน่งนักบริการการศึกษา พบว่าศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากลแห่งนี้ได้มีการประชาสัมพันธ์เนื้อหาหรือกิจกรรมต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ แต่ส่วนใหญ่สื่อสารในรูปแบบของข้อความ ปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้เข้าชมเป้าหมายซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีไม่ค่อยให้ความสนใจกับการประชาสัมพันธ์รูปแบบดังกล่าว และอีกหนึ่งปัญหาหลักที่ทางศูนย์พัฒนาแห่งนี้พบคือการที่บุคคลภายนอกไม่รู้จักศูนย์พัฒนาแห่งนี้ และไม่ทราบถึงหน้าที่ ตลอดจนการบริการต่าง ๆ ทางศูนย์จึงมีความต้องการที่จะประชาสัมพันธ์ข้อมูลเบื้องต้น และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีที่มีความสนใจเข้ามาใช้บริการผ่านสื่อในรูปแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก และคลิปวิดีโอในรูปแบบชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีอยู่แล้ว คือเพจเฟซบุ๊กหน่วยงาน (บุครินทร์ จิระกาล, 2566)

ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจดำเนินการศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งให้นักศึกษาระดับปริญญาตรีเกิดการรับรู้ข้อมูลเบื้องต้นและการบริการต่าง ๆ ของศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (Global Competence Development Centre) และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในด้านการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ให้กับองค์กรต่าง ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC)
2. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC)
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC)

สมมติฐานของการศึกษา

1. ชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) มีคุณภาพอยู่ในระดับดีขึ้นไป
2. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) อยู่ในระดับมากขึ้นไป
3. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) อยู่ในระดับมากขึ้นไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) ที่มีคุณภาพ สำหรับใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้กับนักศึกษาและบุคคลทั่วไปที่สนใจได้จริง
2. เป็นแนวทางในพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานอื่น ๆ ต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัลคอนเทนต์

ความหมายของคำว่า ดิจิทัลคอนเทนต์ค่อนข้างกว้างมากและมีการนิยามต่างกันไปในแต่ละหน่วยงาน แต่จากการบริโภคดิจิทัลคอนเทนต์ในปัจจุบันอาจสรุปแปลความหมายของมันได้ว่าเป็น Real Content ทั้งหมดในชีวิตประจำวันที่ถูกแปลงออกมาเป็นรูปแบบดิจิทัล และแสดงผลออกมาผ่านเครื่องมือสื่อสารใดก็ได้ (Any Content to Any Device) โดยมีความเชื่อมโยงกันระหว่างการสื่อสารข้อมูลนั้นผ่านคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ดาวเทียม อินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถแบ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) ผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creator) (2) ผู้ให้บริการ (Service Provider) (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2561) ในที่นี้คณะผู้วิจัยในฐานะผู้ผลิตเนื้อหาได้จัดทำชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ในรูปแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิก และคลิปวิดีโอ

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงานหรือกลุ่มบุคคล เป็นการใช้ความพยายามในการโน้มน้าวใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ (Image) ที่ดี มีความน่าเชื่อถือและสนับสนุนหน่วยงาน โดยมีเป้าหมายเพื่อชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเป้าหมาย เพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับประชาชน (เมตตา กฤตวิทย์, 2532) ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้จัดทำชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับแพลตฟอร์มออนไลน์

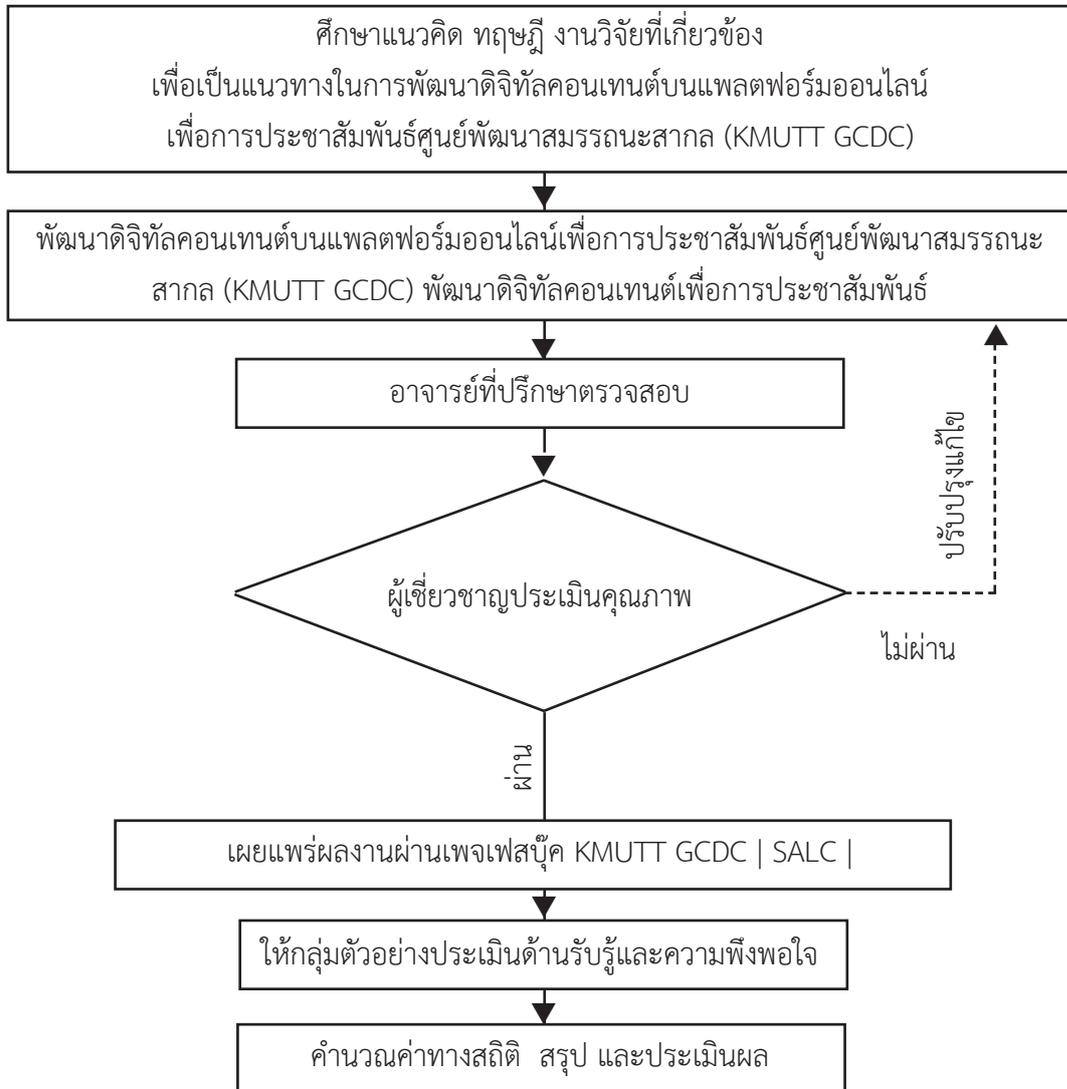
แพลตฟอร์ม หมายถึงรากฐานหรือกรอบการทำงานที่อำนวยความสะดวกในการโต้ตอบธุรกรรม หรือการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ หรือข้อมูล ซึ่งมีข้อสังเกตว่าในบริบทของธุรกิจสมัยใหม่แพลตฟอร์ม มักหมายถึงเครื่องมือที่มีความสามารถด้านธุรกิจ หรือเทคโนโลยีที่หลากหลาย เช่น แพลตฟอร์มการตลาดดิจิทัล หมายถึง สิ่งที่สนับสนุนฟังก์ชันต่าง ๆ ภายในขอบเขตของการตลาดทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทั้งนี้โดยความหมายตามพจนานุกรมล่าสุดแล้ว แพลตฟอร์ม หมายถึงสิ่งที่ทำหน้าที่เสมือนแท่น นั่งร้าน หรือ ชานชาลา เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่าง ๆ สามารถเชื่อมโยง หรือก้าวกระโดดไปสู่โอกาสทางธุรกิจผ่านการมีระบบนิเวศน์ (Ecosystem) ที่เอื้ออำนวย

ในการปฏิบัติกรต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดความร่วมมือ หรือแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันโดยไม่จำเป็นต้องมีการผูกมัดในระยะยาว กล่าวคือ สิ่งที่ใช้เรียกได้ มีทั้งแพลตฟอร์มคอมพิวเตอร์ แพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มการตลาดดิจิทัล และอื่น ๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ เราอาจสังเกตได้ว่า โซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาทิ Facebook, Twitter และ Instagram เหล่านี้ ได้ถูกเรียกแทนว่า “แพลตฟอร์มออนไลน์” อย่างแพร่หลายเป็นที่เรียกร้อย (วชิระ ทองสุข, 2565) ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้เผยแพร่ชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) คือ เพจเฟซบุ๊กของหน่วยงานชื่อ KMUTT GCDC SALC

ระเบียบวิธีวิจัย

- การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงทดลอง โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่กดถูกใจเพจเฟซบุ๊ก KMUTT GCDC SALC จำนวน 5,209 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566)
- กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย เป็นผู้ที่ยินดีและสมัครใจในการให้ความร่วมมือในการรับชมสื่อและตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน
- ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีความชำนาญ และประสบการณ์เพื่อประเมินคุณภาพของการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปและมีประสบการณ์ในการผลิตสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน
- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการประเมินค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีเครื่องมือการศึกษา ได้แก่ (1) ชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) (2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ (3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง (4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยในที่นี้เครื่องมือทุกชิ้นได้ผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงหรือค่า IOC ที่ค่ามากกว่า .05 เป็นที่เรียกร้อย
- การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 1/2566 Model (จำนง สันตจิต, 2556) ดังนี้

แผนผังแสดงขั้นตอนการพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ โดยใช้หลักการ ADDIE Model
(จำนง สันตจิต, 2556) ดังนี้



ภาพที่ 1 แผนผังแสดงขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการศึกษาเรื่อง
การพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์
เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) มีสื่อจำนวน 2 ประเภท ได้แก่

ก. สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกรูปแบบอัลบั้มโพสต์ จำนวน 2 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
(1) การประชาสัมพันธ์วิธีการลงชื่อเข้าในเว็บไซต์ของศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล 1 ชุด จำนวน 7 แผ่น และ (2) การประชาสัมพันธ์บริการของศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล 1 ชุด จำนวน 6 แผ่น

ภาพที่ 2 สื่ออินโฟกราฟิกข้อมูลและบริการ ภายในศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC)



ภาพที่ 3 คลิปนำเสนอข้อมูลการบริการภายในศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC)

2. ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหามีความถูกต้อง	5.00	0.00	ระดับดีมาก
1.2 เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่ายและน่าสนใจ	4.67	0.58	ระดับดีมาก
1.3 เนื้อหามีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	ระดับดีมาก
1.4 ความถูกต้องของศัพท์เฉพาะที่ใช้ในดิจิทัลคอนเทนต์	5.00	0.00	ระดับดีมาก
ภาพรวม	4.83	0.39	ระดับดีมาก
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา			
2.1 ภาษาที่ใช้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	5.00	0.00	ระดับดีมาก
2.2 ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	5.00	0.00	ระดับดีมาก
2.3 ภาพประกอบกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกัน	4.67	0.58	ระดับดีมาก
2.4 ภาพประกอบมีความเหมาะสมและถูกต้อง	4.33	0.58	ระดับดี
ภาพรวม	4.75	0.45	ระดับดีมาก
ผลการประเมินภาพรวม	4.79	0.41	ระดับดีมาก

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา เรื่อง การพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ เกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณา เป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.39) และค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบ เนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.75$, S.D. = 0.45) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ตารางสรุปผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านตัวอักษรและการใช้สี			
1.1 ขนาดของตัวอักษร อ่านง่าย และชัดเจน	4.33	0.58	ระดับดี
1.2 สีและรูปแบบของตัวอักษร สวยงาม	4.67	0.58	ระดับดีมาก
1.3 ตัวอักษรมีการจัดวางอย่างลงตัวสวยงาม	4.67	0.58	ระดับดีมาก
ภาพรวม	4.56	0.53	ระดับดีมาก
2. ด้านภาพ			
2.1 ภาพที่ใช้มีความเหมาะสม น่าสนใจ	5.00	0.00	ระดับดีมาก
2.2 ภาพที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	5.00	0.00	ระดับดีมาก
2.3 ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	ระดับดีมาก
ภาพรวม	4.89	0.33	ระดับดีมาก
3. ด้านเสียง			
3.1 เสียงที่ใช้มีระดับความดังที่พอดีต่อการรับฟัง	4.67	0.58	ระดับดีมาก
3.2 เสียงบรรยายชัดเจน ไม่สะดุด	5.00	0.00	ระดับดีมาก
3.3 ดนตรีประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	5.00	0.00	ระดับดีมาก
ภาพรวม	4.89	0.33	ระดับดีมาก
4. ด้านการนำเสนอ			
4.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	5.00	0.00	ระดับดีมาก
4.2 การนำเสนอชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบสื่อโปสเตอร์	4.33	0.58	ระดับดี
รูปแบบอินโฟกราฟิกมีความเหมาะสมและน่าสนใจ			
4.3 การนำเสนอชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบคลิปนำเสนอ	4.67	0.58	ระดับดีมาก
มีความเหมาะสมและน่าสนใจ			
ภาพรวม	4.67	0.50	ระดับดีมาก
ผลการประเมินภาพรวม	4.75	0.44	ระดับดีมาก

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ เรื่อง การพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.75$, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านภาพและด้านเสียง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.89$, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ ด้านการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.50) และด้านตัวอักษรและการใช้สี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.56$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ด้านข้อมูลเบื้องต้นศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล			
1.1 ท่านรับรู้ว่าคณะศิลปศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีได้มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล	4.83	0.38	มากที่สุด
1.2 ท่านรับรู้ว่าศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากลเปิดให้บริการในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ในเวลา 09.00 – 17.00 น.	4.53	0.68	มากที่สุด
1.3 ท่านรับรู้ว่าศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากลปิดให้บริการในช่วงวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์	4.53	0.73	มากที่สุด
1.4 ท่านรับรู้ว่าช่องทางติดต่อของศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล	4.57	0.57	มากที่สุด
1.5 ท่านรับรู้ว่าศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากลมุ่งเน้นในการช่วยเหลือในการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ เช่น ความคิด Soft Skill, ด้านภาษา ฯลฯ	4.70	0.53	มากที่สุด
ภาพรวม	4.63	0.60	มากที่สุด
2. ด้านวิธีลงชื่อเข้าใช้งาน SALC Activities			
2.1 ท่านรับรู้ว่าช่องทางเข้าสู่เว็บไซต์ SALC Activities	4.57	0.50	มากที่สุด
2.2 ท่านรับรู้ว่าการลงชื่อสมัครเข้าใช้งานต้องเป็นข้อมูลภาษาอังกฤษทั้งหมด	4.50	0.68	มาก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับการรับรู้
2.3 ท่านรับรู้ว่าการลงชื่อสมัครเข้าใช้งานในส่วนของ Name และ Surname ต้องขึ้นต้นด้วยตัวพิมพ์ใหญ่เท่านั้น	4.43	0.73	มาก
2.4 ท่านรับรู้ว่าการลงชื่อสมัครเข้าใช้งานในส่วนของ Email จำเป็นต้องเป็น Email ของทางมหาวิทยาลัยเท่านั้น	4.47	0.68	มาก
2.5 ท่านรับรู้ว่าหลังจากลงชื่อสมัครเข้าใช้งานเสร็จสิ้น จำเป็นต้องยืนยันตัวตนจาก Mail ที่ได้รับใน Email ของมหาวิทยาลัย	4.67	0.66	มากที่สุด
ภาพรวม	4.53	0.65	มากที่สุด
3. ด้านบริการของศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล			
3.1 ท่านรับรู้ว่าศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากลมีบริการ 3 ด้านหลัก	4.50	0.68	มากที่สุด
3.2 ท่านรับรู้ว่าศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากลมีบริการทดสอบความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษและ Soft Skill	4.63	0.49	มากที่สุด
3.3 ท่านรับรู้ว่าศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากลมีบริการส่งเสริมกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาความรู้ในห้องเรียน	4.80	0.42	มากที่สุด
3.4 ท่านรับรู้ว่าศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากลให้บริการด้านพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ตามอัธยาศัย	4.77	0.50	มากที่สุด
3.5 ท่านรับรู้ว่าศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากลสามารถช่วยพัฒนาความสามารถทางด้าน Soft Skill ให้กับผู้ใช้งาน	4.63	0.56	มากที่สุด
ภาพรวม	4.67	0.54	มากที่สุด
ผลการประเมินภาพรวม	4.61	0.60	มากที่สุด

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นระดับการรับรู้ในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านบริการของศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.54) และค่าเฉลี่ยรองลงมาได้แก่ ด้านข้อมูล

เบื้องต้นศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.63$, S.D. = 0.60) และด้านวิธีลงชื่อเข้าใช้งาน SALC Activities มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 การลำดับเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์	4.57	0.43	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความชัดเจน	4.70	0.62	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความน่าสนใจ	4.57	0.61	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.50	0.43	มาก
1.5 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์เข้าใจง่าย	4.43	0.45	มาก
ภาพรวม	4.71	0.51	มากที่สุด
2. ด้านภาพและเสียง			
2.1 ภาพที่ใช้ในดิจิทัลคอนเทนต์มีสีสันสวยงาม	4.67	0.48	มากที่สุด
2.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.70	0.47	มากที่สุด
2.3 ภาพและเสียงมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.70	0.53	มากที่สุด
2.4 ภาพและเสียงชัดเจน ไม่สะดุด	4.73	0.52	มากที่สุด
2.5 ภาพและเสียงสอดคล้องกับเนื้อหา	4.80	0.48	มากที่สุด
ภาพรวม	4.72	0.49	มากที่สุด
3. ด้านการนำเสนอ			
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ เข้าใจง่าย	4.73	0.45	มากที่สุด
3.2 การนำเสนอชุดดิจิทัลคอนเทนต์แบบสื่อโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิกบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความน่าสนใจ	4.80	0.48	มากที่สุด
3.3 การนำเสนอชุดดิจิทัลคอนเทนต์แบบคลิปนำเสนอมีความน่าสนใจ	4.73	0.45	มากที่สุด
ภาพรวม	4.76	0.46	มากที่สุด
ผลการประเมินภาพรวม	4.72	0.49	มากที่สุด

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.46) รองลงมา คือ ด้านภาพและเสียง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.49) และด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) ผู้วิจัยขออภิปรายผลในประเด็นดังต่อไปนี้ ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) พบว่ามีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.41) เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ทำให้สื่อมีความกระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบและตัวการ์ตูนที่สวยงาม สอดคล้องกับเนื้อหา อีกทั้งยังมีการรับข้อมูลจากผู้รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน ทั้งนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้งานอินโฟกราฟิก (Infographic Thailand, 2557) ได้กล่าวโดยสรุปว่า การออกแบบอินโฟกราฟิกต้องคำนึงถึงด้านข้อมูล คือ ต้องมีเรื่องราวที่น่าสนใจ เป็นความจริง กระชับ เป็นระเบียบ และง่ายต่อการทำความเข้าใจ และด้านการออกแบบ คือ ความสวยงาม เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน สีสันสะดุดตา นำไปใช้งานได้จริง ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิตาภรณ์ ผลจันทร์, ปณณัฎฐา นิตงาม และกฤติยา จันทรโท (ชลิตาภรณ์ ผลจันทร์, ปณณัฎฐา นิตงาม และกฤติยา จันทรโท, 2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง แนวทางการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สำหรับนักเรียนในโครงการตามพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งมีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.35) เช่นเดียวกัน นั่นคือ ประโยชน์ของการใช้อินโฟกราฟิกผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบัน

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) พบว่ามีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.44) เนื่องจากคณะผู้วิจัยได้ออกแบบโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อวีดิทัศน์นำเสนอที่ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและน่าสนใจ เสียงบรรยายมีความชัดเจนไม่สะดุด เสียงดนตรีประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา และระดับเสียงที่ใช้มีความพอดีต่อการรับฟัง ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เรื่อง หลักการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของ เสรี วงษ์มณฑา (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) ได้กล่าวว่าการใช้สื่อให้เกิดประสิทธิผล นอกจากจะต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของต้นทุนจากสื่ออื่นแล้ว ยังต้องคำนึงถึงว่าสื่อที่สร้างขึ้นสร้างภาพลักษณ์อะไรให้กับองค์กร และสามารถเสริมสร้างภาพพจน์ให้องค์กร

ดูดีขึ้นหรือไม่ ตลอดจนถึงต้องคำนึงถึงว่าสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดของผู้รับข่าวสารด้วย แต่ละสื่อย่อมมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนั้นจึงต้องพิจารณาถึงข้อดีและข้อเสียของสื่อแต่ละชนิด ตลอดจนถึงพิจารณาถึงหลักของการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรียา จิตรถาวร มณี (สุนทรียา จิตรถาวร มณี, 2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาวิซวลคอนเทนต์แบบอัลบั้มเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ Fiet Ambassador ซึ่งมีผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.38) โดยสื่อวิซวลคอนเทนต์ที่ออกแบบและพัฒนาสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์แก่บุคคลและองค์กรได้ดีมาก

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) พบว่ามีผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.60) เนื่องจากชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) มีการออกแบบโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อวีดิทัศน์ให้มีกราฟิก เสียงบรรยาย เสียงดนตรี ประกอบ และข้อความที่ชัดเจน ดึงดูดความสนใจ สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และเข้าใจสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อได้ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชวุฒิ สง่างาม (ณิชวุฒิ สง่างาม, 2554) ซึ่งพบว่าการรับรู้เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับรู้ โดยการรับรู้ตีความหมายจากการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมอง ให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธฤติ เจษภูวนารักษ์กิจ และ อัญชลี วงศ์สัมปณ (เจษภูวนารักษ์กิจ และ อัญชลี วงศ์สัมปณ, 2562) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวีดิทัศน์ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้องทุนนี้เพื่ออนาคต” โดยผลการวิจัยพบว่า ผลประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.54) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ชุดเนื้อหาแบบคลิปวีดิทัศน์เผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ร่วมกับกิจกรรมแนะนำประชาสัมพันธ์ควบคู่กัน จึงสามารถเสริมสร้างการรับรู้แก่กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีได้ในระดับมากที่สุด

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) พบว่ามีผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.49) เนื่องจากมีการพัฒนาโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิกที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ลักษณะการจัดวางเป็นระเบียบ แยกหัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อยได้ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทักษ์ ตรุษทิม (พิทักษ์ ตรุษทิม, 2538) พบว่าความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่ปฏิกิริยาคือเฉย ๆ ต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มีมากระตุ้นสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาริกา รอดภัยพวง, รัตนเดช จรรย์เดช และลักษณะมาส เพ็ชรเสนา (ดาริกา รอดภัยพวง, รัตนเดช จรรย์เดช และลักษณะมาส เพ็ชรเสนา, 2561) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อดิจิทัลแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่าย

ข่ายสังคมออนไลน์ของอนุสาร อ.ส.ท. เพื่อส่งเสริมการรับรู้และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.58) ด้วยเหตุนี้ นักประชาสัมพันธ์องค์กรยุคใหม่จึงควรมีความรู้ ความเข้าใจในการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วย

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. การเผยแพร่ชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) ควรใช้ช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่ต้องการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่สังกัดอยู่ภายใต้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้แก่ Facebook Fanpage KMUTT, School of Liberal Arts, KMUTT - คณะศิลปศาสตร์, มจร. ทั้งนี้เพื่อให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งควรประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่แตกต่างไปจากเดิมที่กำลังเป็นที่นิยมได้แก่ Instagram หรือ TikTok จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น
2. การพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) สามารถนำไปใช้เป็นส่วนประกอบการประชาสัมพันธ์ในงานต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อแนะแนวนักศึกษา เช่น กิจกรรมของมหาวิทยาลัย กิจกรรมปฐมนิเทศนักศึกษาเข้าใหม่ในแต่ละปีการศึกษา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ทักษะคติ ของผู้ชมและแนวทางการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC)
2. ควรพัฒนาชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล (KMUTT GCDC) ในรูปแบบของนิทรรศการเสมือนจริง 3 มิติ โดยใช้การนำเสนอผ่านเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) เพื่อให้ผู้รับชมสื่อได้มีปฏิสัมพันธ์กับสื่อและเพิ่มความน่าสนใจในการรับชมสื่อมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ชลิตาภรณ์ ผลจันทร์, ปณณธ์ธารี นิตงาม และกฤติยา จันทรโท. (2561). *การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง แนะนำการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สำหรับนักเรียนในโครงการตามพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*. ปริญญาโทเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

- ณัฐวุฒิ สง่างาม. (2554). *การสร้างแบรนด์ด้วยการตลาดสีเขียวของกระดาษไอเดีย กรีน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, หน้า 13
- ดาริกา รอดภัยพวง, รัตนเดช จรรย์เดช และลักษณะมาส เพ็ชรเสนา (2561). *การพัฒนาสื่อดิจิทัลแบบ มีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของอนุสาร อ.ส.ท. เพื่อส่งเสริมการรับรู้และแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์เทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. หน้า ข, 92-198.
- ธฤติ เจริญราษฎร์กิจ และ อัญชลี วงศ์สัมพันธ์. (2562). *การพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต”*. วิทยานิพนธ์เทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. หน้า ข, 93-114.
- บุศรินทร์ จิระกาล. (2566). *GCDC Services. นักบริการการศึกษา*. ศูนย์พัฒนาสมรรถนะสากล คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สัมภาษณ์ , 20 ตุลาคม 2566.
- พิทักษ์ ตรุชมิ. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณี สำนักงานเขตยานนาวา*. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ, หน้า 29.
- เมตตา กฤตวิทย์. (2532). *ศิลปะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ธุรกิจ*. สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง, กรุงเทพฯ. หน้า 42.
- สุนทรียา จิตรถาวรณ. (2564). *การพัฒนาวิซวลคอนเทนต์แบบอัลบั้มเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ Fiet Ambassador*, วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. หน้า 65-66.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ*. บริษัท ซีระฟิล์มและเซเท็กซ์ จำกัด, กรุงเทพฯ, หน้า 11-42, 283-298.

ระบบออนไลน์

- จำนง สันตจิต. (2556). *ADDIE MODEL*. เข้าถึงได้จาก [https://www.gotoknow.org/posts/520517%20%](https://www.gotoknow.org/posts/520517%20%20)
- วชิระ ทองสุข. (2565). *แพลตฟอร์ม คืออะไรกันแน่? ทำไมพูดถึงกันบ่อยจัง ยุคนี้ใครไม่รู้ ต้องรู้แล้ว!*. เข้าถึงได้จาก <https://talkatalka.com/blog/what-is-a-platform>

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2561). *ดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)*. เข้าถึงได้จาก http://www.tpsso.moc.go.th/sites/default/files/c.dicchithalkhnetht_rev4.pdf.

สำนักประชาสัมพันธ์. (2560). *การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร*. เข้าถึงได้จาก https://www.senate.go.th/assets/portals/49/news/73/2_km8-60.pdf

Infographic Thailand. (2557). *Infographic Design Rules*. เข้าถึงได้จาก <http://infographic.in.th/infographic/infographic-design-rules>

SALC KMUTT. (2566). ABOUT ME GCDC. เข้าถึงได้จาก <https://salc.kmutt.ac.th/2022/ourStory.php>
