การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์

The Development of Digital Content Set for Promoting KMUTT Library on an Online Platform

กุลธิดา ธรรมวิภัชน์*, พรปภัสสร ปริญชาญกล*, พงษ์พัชรินทร์ พุธวัฒนะ*,
อัญชลิยล ผลยา**, และ วิภาณีย์ สายเสมาภควัฒน์**,
Kuntida Thamwipat*, Pornpapatsorn Princhankol*, Pongpatcharin Putwattana*,
Aunchaliyon Ponya**, and Wipanee Saisemapakavat**
Corresponding Author Email: kuntida.tha@kmutt.ac.th

วันที่รับบทความ 14 มกราคม 2568
วันที่แก้ไขบทความ 29 มีนาคม 2568
วันที่ตอบรับบทความ 8 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ 2) ประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น 3) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น และ 4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ 2) แบบประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ติดตาม Instagram: kmuttlibrary ดำเนินการโดยวิธีเลือกแบบสุ่มแบบบังเอิญ จากผู้ติดตาม Instagram: kmuttlibrary ที่เคยรับชมชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์ม

* คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
* Faculty of Industrial Education and Technology, KMUTT
** นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
** Students, Faculty of Industrial Education and Technology, KMUTT

ออนไลน์ และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน โดยมีการเก็บข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 1/2567 ผลการพัฒนาได้ออกแบบและพัฒาสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก 6 ชุด และสื่อวิดีโอสั้น 4 คลิป แล้วจึงนำสื่อไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.80, S.D. = 0.46) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.49) ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.55) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.85, S.D. = 0.36) ดังนั้น ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ: ดิจิทัลคอนเทนต์, แพลตฟอร์มออนไลน์, สำนักหอสมุด มจธ.

Abstract

. This research aimed to 1) develop the digital content set for promoting KMUTT Library on an online platform, 2) evaluate the quality of the developed digital content, 3) assess the perception of the sample group toward the developed digital content, and 4) evaluate the satisfaction of the sample group with the digital content set for promoting the KMUTT Library on an online platform. The research tools included 1) the developed digital content set for promoting the KMUTT Library on an online platform, 2) a quality assessment form of the digital content set developed, 3) a perception evaluation form for the sample group, and 4) a satisfaction evaluation form for the sample group. The sample group consisted of followers of the Instagram account kmuttlibrary, selected through accidental random sampling. The participants included 50 followers who had previously viewed the developed digital content set and were willing to respond to the questionnaire. The data were gathered in the first semester of the 2024 academic year. The development results included the design and creation of 6 sets of infographic posters and 4 short video clips. Subsequently, these materials were submitted to experts for quality evaluation. The assessment results indicated that the content quality was rated at a very good level ($\bar{X}$ = 4.80, S.D. = 0.46) while the media presentation quality also received a very good rating ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.49). Additionally, the sample group's perception was rated at the highest level ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.55), and their satisfaction achieved the highest rating as well ($\bar{X}$ = 4.85, S.D. = 0.36). Therefore, the developed digital content set for promoting the KMUTT Library on an online platform was suitable for practical implementation.

Keywords: Digital Content, KMUTT Library, Online Platform

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัลโดยนำไปใช้ในทุกวงการ ได้แก่ วงการเศรษฐกิจ สังคม หรือแม้กระทั่งในวงการประชาสัมพันธ์ก็นำดิจิทัลเข้ามาใช้อย่างแพร่หลาย ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมากกว่า 4.80 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 61 ของประชากรโลกทั้งหมด ขณะที่ตัวเลขผู้ใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 13 ข้อมูลล่าสุดแสดงให้เห็นว่ามีผู้ใช้เพิ่มขึ้นมากกว่าครึ่งพันล้านคนในเวลาเพียง 12 เดือน ปัจจุบันมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียมากถึง 4.48 พันล้านคนทั่วโลก เท่ากับเกือบร้อยละ 57 ของประชากรทั้งหมดของโลก นอกจากนี้ยังพบด้วยว่า คนไทยร้อยละ 69 อยู่บนโลกออนไลน์ และมีพฤติกรรมออนไลน์หลายอย่างที่เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น คนไทยใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักในการอัพเดทข่าวเป็นอันดับ 1 ของโลก หรือคิดเป็นร้อยละ 78 ขณะที่คนไทยมากถึงร้อยละ 91 อ่านข่าวออนไลน์ มากเป็นอันดับสองของโลก สื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นช่องทางรับรู้ข่าวสารของคนไทยที่ทรงอิทธิพลมากในช่วงที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังพบว่าคนไทยใช้เฟซบุ๊กมากเป็นอันดับ 8 ของโลก โพสต์เฟซบุ๊คเฉลี่ยคนละ 11 ครั้งต่อเดือนและคอมเมนต์บนเฟซบุ๊กเฉลี่ย 8 ครั้งต่อเดือน ขณะที่การใช้ยูทูปก็สูงมากเป็นอันดับ 18 ของโลก และพบข้อมูลว่าในปีนี้ คนไทยใช้อินสตาแกรมมากเป็นอันดับ 16 ของโลกด้วย โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น ทั้งนี้ อินสตาแกรม หรือ Instagram หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “ไอจี” เป็นพื้นที่ที่ผู้คนทั่วโลกใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงขนบและสร้างวัฒนธรรมขึ้นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และคน Gen Z อินสตาแกรมไม่ใช่เพียงการลงรูปภาพที่สวยสมบูรณ์แบบ หรือการสร้างคอนเทนต์ที่ต้องสวยเพื่อลงไอจี วิธีการที่คน Gen Z แสดงออกถึงความเป็นตัวเองบนแพลตฟอร์มมีความแปลกใหม่ ตรงไปตรงมา ไม่ผ่านการปรุงแต่งและเน้นความสนุกสนาน เหล่านี้คือดิจิทัลคอนเทนต์ที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (โต๊ะข่าวไอที-ดิจิทัล, 2564)

วิภัคฉณัฏฐ์ นิมิตรพันธ์ และ ศิริจันทรา พลกนิษฐ ได้กล่าวถึงองค์กรที่ประสบความสำเร็จมักให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารที่แข็งแกร่งและชัดเจน โดยสามารถขับเคลื่อนเนื้อหาที่สะท้อนอัตลักษณ์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเติบโตอย่างรวดเร็วของสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีอัตราผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นมากกว่าสื่ออื่น ช่วยกระตุ้นการรับรู้ พฤติกรรมผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิผล องค์กรจึงต้องพัฒนากระบวนการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุด โดยประกอบด้วย 1) องค์กรผู้ส่งสาร ต้องชัดเจนในภาพลักษณ์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และมีแผนรับมือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด 2) เนื้อหาการสื่อสาร ต้องกระชับเข้าใจง่าย ส่งเสริมภาพลักษณ์ และสอดคล้องกับบทบาทองค์กร เช่น บริการ การตลาด กิจกรรมหรือความรับผิดชอบต่อสังคม 3) ช่องทางการสื่อสาร ควรใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างฐานลูกค้าใหม่ รักษาฐานเดิม และส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) และ 4) ผู้รับสาร ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจ องค์กรจึงต้องยึดหลักความน่าเชื่อถือและจริงใจ กระบวนการสื่อสารที่ครบถ้วนจะช่วยให้องค์กรวิเคราะห์ผลตอบรับและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Nimitphan, W. & Polkanit, S., 2016)

ในอดีตเมื่อต้องการค้นคว้าหาความรู้ อ่านหนังสือ หรือศึกษาวิจัย ทุกคนจะนึกถึงห้องสมุดเป็นอันดับแรกในฐานะศูนย์กลางของข้อมูลสารสนเทศ แต่ในยุคดิจิทัลผู้คนสามารถเข้าถึงความรู้ด้วยตนเองทุกที่ทุกเวลาผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้ความต้องการพึ่งพาสารสนเทศจากห้องสมุดน้อยลง ในช่วงสิบปีที่ผ่านมามีผู้ใช้บริการยืมคืนหนังสือที่ห้องสมุดลดลงประมาณ 1 เท่าตัวเหลือร้อยละ 8.3 และใช้ห้องสมุดเพื่ออ่านหนังสือเหลือเพียงร้อยละ 0.6 หรือลดลงเกือบ 8 เท่า คิดเป็นจำนวนผู้ใช้ห้องสมุดเป็นสถานที่อ่านประมาณ 2.98 แสนคนเท่านั้น นอกจากนี้ การอ่านหนังสือในห้องสมุดดูเหมือนเป็นเรื่องของเด็กและเยาวชนในวัยเรียน แต่เมื่อพ้นจากวัยเรียนไปแล้วก็แทบจะไม่มีใครอ่านหนังสือในห้องสมุดกันอีก ข้อที่น่าสังเกตก็คือ ในรอบสิบปีนี้ห้องสมุดยังคงมีจำนวนเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 70 แห่งในทุกภูมิภาคของประเทศไทย ทั้งที่เป็นการบูรณะอาคารเดิมและก่อตั้งห้องสมุดแห่งใหม่ การที่อุปสงค์และอุปทานด้านห้องสมุดกำลังสวนทางกัน น่าจะเป็นเพราะผู้เกี่ยวข้องในการพัฒนาห้องสมุดได้เริ่มตระหนักถึงความท้าทายของยุคดิจิทัล จึงพยายามแสวงหาโมเดลใหม่ ๆ ด้วยการสร้างสรรค์ห้องสมุดใหม่ให้แตกต่างไปจากห้องสมุดแบบดั้งเดิม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการยุคใหม่ให้มากที่สุด สำหรับห้องสมุดของไทยหลายแห่งมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมอย่างเห็นได้ชัด ให้ความสำคัญกับการจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพิ่มเติม การให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต WiFi เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นคว้าสารสนเทศและความรู้ด้วยตนเอง บางแห่งเริ่มจัดสรรพื้นที่บางส่วนให้สามารถใช้เสียงได้ มีการออกแบบพื้นที่ให้โปร่งโล่ง มีโซฟานั่งเล่น หรือมีกาแฟและอาหารว่างให้บริการ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ต่าง ๆ สำหรับการให้บริการภายในห้องสมุด สำนักพิมพ์ต่าง ๆ ก็ทยอยปรับตัวมาจัดทำในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ พร้อมกับพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อรองรับการเข้าใช้งาน และป้องกันการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ไปพร้อมกัน นอกจากนี้ ห้องสมุดเองก็มีการพัฒนาระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการบริการให้ทันสมัย รวมถึง การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และการจัดอบรมเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องและข้อควรระวังในการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ของห้องสมุดเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้งาน เช่น การอบรมการใช้โปรแกรมที่เกี่ยวข้อง การให้ความรู้ในการใช้งานระบบสืบค้นข้อมูลสารสนเทศด้านดิจิทัลต่าง ๆ รวมทั้งช่องทางและสื่อประชาสัมพันธ์นิยมจัดทำในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ให้รับรู้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารยุคใหม่ด้วย (กองบรรณาธิการ The KOMMON, 2562)

สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยพระจอมเกล้าธนบุรี (KMUTT Library) ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) โดยมุ่งส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนักศึกษาและบุคลากร สำนักหอสมุดได้พัฒนาสภาพแวดล้อมและปรับปรุงพื้นที่บางส่วนของอาคารสำนักหอสมุดให้เป็นพื้นที่สนับสนุนการเรียนรู้ (Learning Space) โดยมีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการว่า “KMUTT’s Learning and Information Commons” เพื่อเป็น “บ้านหลังที่สองแห่งการเรียนรู้ ซึ่งนักศึกษาสามารถเรียนรู้และใช้ชีวิตอยู่ในมหาวิทยาลัยได้อย่างมีความสุข ไม่ไปคลุกคลีกับอบายมุขภายนอก (กรรณิการ์ แสงทอง, 2563) การเรียนรู้นอกห้องเรียนทำให้เพิ่มพูนความรู้ได้โดยการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม มีปฏิสัมพันธ์ แบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน สามารถเชื่อมโยงความรู้ในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

เพื่อให้นักศึกษาเกิดทักษะทางวิชาการ ทักษะชีวิตและสังคม ตระหนักถึงการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ใหญ่กว่า ตลอดจนการเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ความเป็นมนุษย์ พื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ (Learning Space) จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่เอื้อต่อการใช้ชีวิตและการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ใช้บริการ สำนักหอสมุด มจธ. มีสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการให้กับนักศึกษา และบุคลากรมากมาย เช่น ห้องสมุด ร้านน้ำ ห้องประชุม Computer และ Learning space เป็นต้น แต่การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้คนไม่ค่อยได้เข้ามาใช้บริการสำนักหอสมุด มจธ. และอาจไม่ทราบว่าสำนักหอสมุด มจธ. มีสิ่งอำนวยความสะดวก หรือบริการอะไรบ้าง และมีวิธีการเข้าใช้งานอย่างไรบ้าง รวมถึงการประชาสัมพันธ์สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการเหล่านี้ยังไม่เพียงพอ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2567 เป็นต้นมาสำนักหอสมุด มจธ. เริ่มมีดำเนินการปรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยเน้นการใช้อินสตาแกรมและพยายามนำดิจิทัลคอนเทนต์หลากหลายรูปแบบเพื่อดึงดูดนักศึกษา อย่างไรก็ตามทางหน่วยงานเองมีทรัพยากรด้านเวลาและบุคลากรที่จำกัด เนื้อหาในสื่อจึงเป็นเพียงโปสเตอร์ แทบไม่มีคลิปวีดิทัศน์เลย ในขณะที่อินสตาแกรมของหน่วยงานมีผู้ติดตามจำนวน 259 คน (kmuttlibrary, 2567) ด้วยเหตุนี้สำนักหอสมุด มจธ. จึงเห็นควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการในปัจจุบัน ดังนั้น คณะผู้วิจัยในฐานะที่ศึกษาในสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา จึงดำเนินการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งจะทำให้กลุ่มผู้ใช้บริการได้รับรู้เกี่ยวกับบริการต่าง ๆ รวมทั้งวิธีการเข้าใช้งานสำนักหอสมุด มจธ. และทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการของสำนักหอสมุด มจธ. ได้อย่างชัดเจน รวดเร็วและแพร่หลาย ผ่านชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ คือ อินสตาแกรม จึงเป็นที่มาของการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์
2. เพื่อประเมินคุณภาพชองชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์
3. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์

สมมติฐานของการศึกษา

1. คุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ อยู่ในระดับดีขึ้นไป

2. ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ อยู่ในระดับมากขึ้นไป

3. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ อยู่ในระดับมากขึ้นไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้พัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีคุณภาพเพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์

2. สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการต่าง ๆ ของสำนักหอสมุด ตลอดจนหน่วยงานอื่น ๆ ในมจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่อไป

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัลคอนเทนต์

ยุคปัจจุบันหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ นิยมใช้สื่อออนไลน์ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์องค์กร จึงมักออกแบบและพัฒนาเนื้อหาหรือคอนเทนต์ในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งมีหลายประเภท ดังนี้ (1) Blog Content เป็นเนื้อหาที่ช่วยเพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วม โดยเนื้อหาควรเชื่อมโยงกับสินค้าและบริการของแบรนด์ผ่านการใช้คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลที่มีประโยชน์ (2) Infographic Content เป็นเนื้อหาที่นำเสนอข้อมูลสำคัญในรูปแบบกราฟิกที่อ่านง่ายและสามารถแชร์ได้ในสื่อดิจิทัล เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ หรือบทความในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ภาพกราฟิกที่สามารถเผยแพร่ผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรมโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหา (3) Podcast Content Marketing เป็นการนำเสนอเนื้อหาผ่านเสียง โดยเล่าเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ หรือองค์กรเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (4) 4. Video Content Marketing เป็นการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อวิดีโอในหลากหลายรูปแบบ เช่น การไลฟ์ วิดีโอแบบยาวและวิดีโอแบบสั้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มการเข้าถึง การมีส่วนร่วมจากผู้ชม (5) Social Media Content Marketing การสร้างเนื้อหาบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่มีลักษณะการสื่อสารหลากหลาย ทั้งบทความ รูปภาพ วิดีโอ และเสียง ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของแต่ละแพลตฟอร์ม (The Digital Tips, 2565) ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนอินสตาแกรมด้วยรูปแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิก 6 ชุด และวิดีโอแบบสั้น 4 คลิป

แนวคิดเกี่ยวกับแพลตฟอร์มออนไลน์

จากสถิติในเดือนมกราคม พ.ศ. 2566 มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยจำนวนประมาณ 52.25 ล้านคน โดยในช่วงปีที่ผ่านมา ติ๊กต็อกได้กลายเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วติด Top 5 และมีการเติบโตที่รวดเร็ว สำหรับผลสำรวจ 5 อันดับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด มีดังต่อไปนี้

1. อินสตาแกรม (Instagram) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการแชร์รูปภาพและวิดีโอที่สวยงาม โดยมีฟีเจอร์ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน เช่น Stories และ Reels (วิดีโอความยาว 1 นาที) ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็นผ่านภาพและวิดีโอได้

2. การส่งข้อความผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook Messenger) เป็นบริการข้อความและโทรผ่าน IP (Voice over IP) ของ Meta ที่สามารถส่งข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ เอกสาร และโทรผ่านอินเทอร์เน็ตได้

3. ไลน์ (LINE) เป็นแพลตฟอร์มที่นิยมมากในประเทศไทย ซึ่งเป็นบริการข้อความและโทรผ่าน IP ของญี่ปุ่น นอกจากนี้ยังมีฟีเจอร์หลากหลาย เช่น Line Shopping และ Line Today ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนไทย

4. เฟซบุ๊ก (Facebook) ยังคงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงในประเทศไทยและทั่วโลก ด้วยฟีเจอร์ที่หลากหลายในการแชร์เรื่องราว รูปภาพ และวิดีโออย่างง่ายดาย

5. ติ๊กต็อก (TikTok) เป็นแพลตฟอร์มวิดีโอจากจีนที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในประเทศไทย จากเดิมที่เป็นแพลตฟอร์มสำหรับวิดีโอสั้น ได้ขยายระยะเวลาให้ยาวขึ้น พร้อมกับมีหลากหลายประเภทเนื้อหา เช่น ข่าวสาร การศึกษา ความงาม แฟชั่น กีฬา ตลก เพลง ฯลฯ โดยมีฟีเจอร์ต่าง ๆ เช่น ฟิลเตอร์ สติ๊กเกอร์ เอฟเฟกต์ Duets และการสตรีมสด (Digimusketeers, 2023) ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มอินสตาแกรม เนื่องจากเป็นสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ซึ่งเป็นเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้

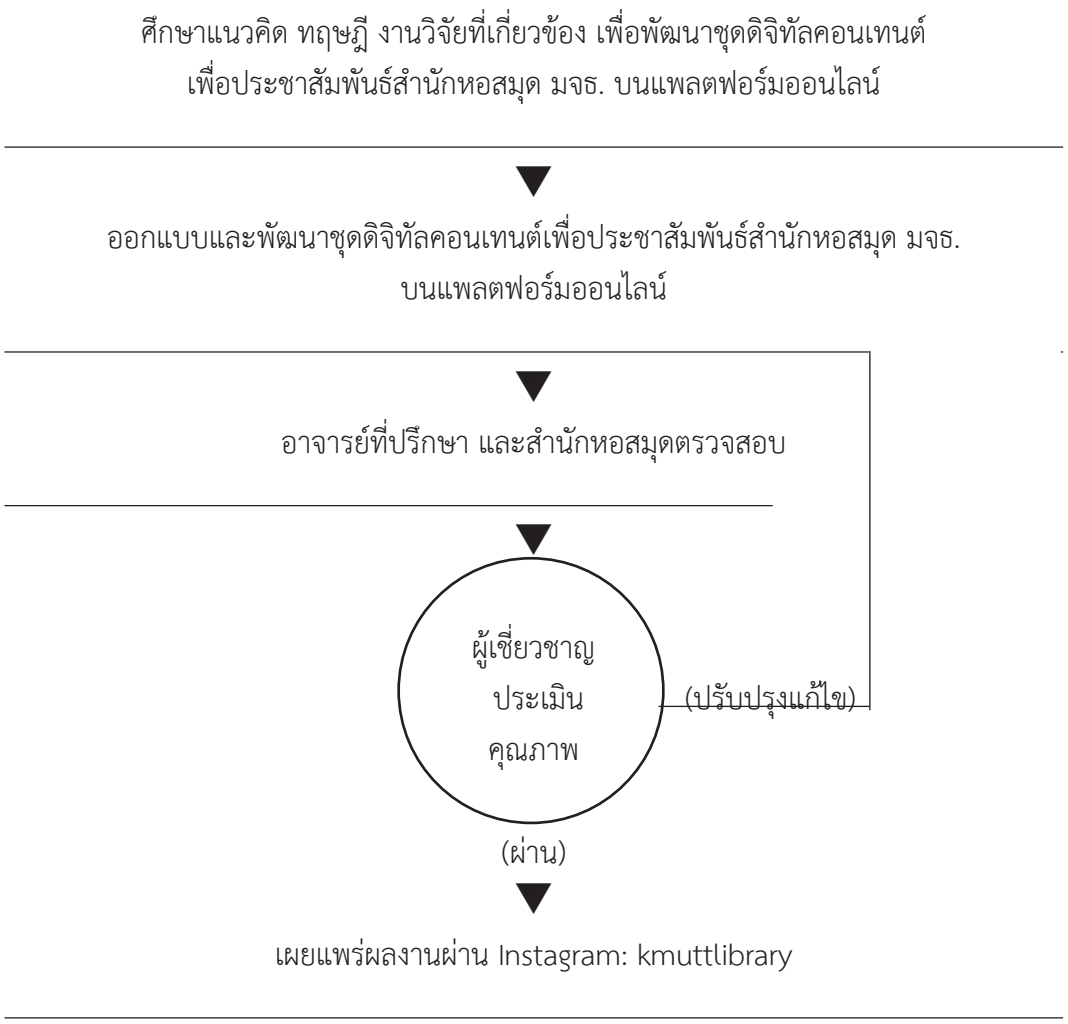
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ติดตาม Instagram: kmuttlibrary จำนวน 259 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้มาจากวิธีเลือกแบบสุ่มแบบบังเอิญ จากผู้ติดตาม Instagram: kmuttlibrary ที่เคยรับชมชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวน 50 คน

ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญเพื่อประเมินคุณภาพการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยได้มาจากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริง และยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน

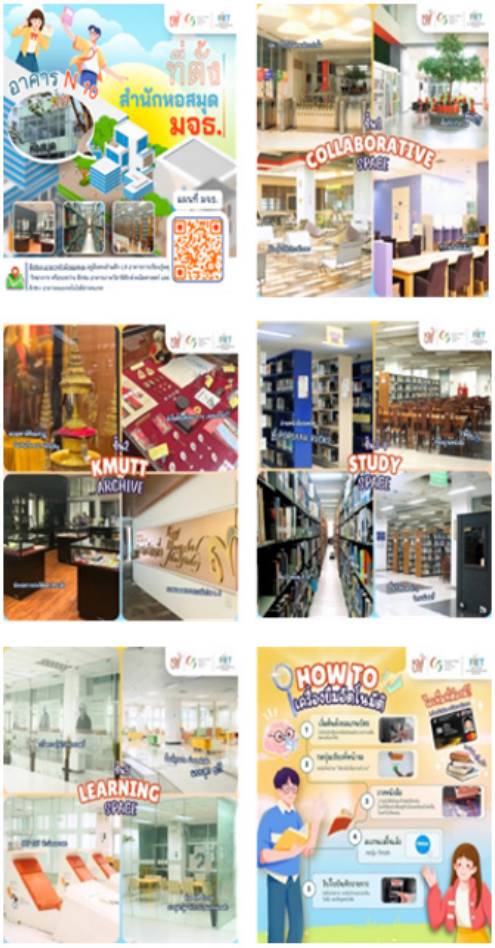
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการประเมินค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีเครื่องมือการศึกษา ได้แก่ (1) ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ และ (2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยในที่นี้เครื่องมือทุกชิ้นได้ผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงหรือค่า IOC ที่มีค่ามากกว่า .05 เป็นที่เรียบร้อย



(ภาพที่ 1 แผนผังแสดงขั้นตอนการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์
สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์)

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ คือ การหาค่าเฉลี่ย และ คำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการแปลความหมายดังนี้ (ไพฑูรย์ โพธิสาร, 2547)

4.51 - 5.00	หมายถึง ดีมาก / มากที่สุด	3.51 - 4.50	หมายถึง ดี / มาก
2.51 - 3.50	หมายถึง ปานกลาง	1.51 - 2.50	หมายถึง น้อย
1.00 - 1.50	หมายถึงน้อยที่สุด		



สรุปผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบด้วย

ก. โปสเตอร์อินโฟกราฟิก จำนวน 6 ชุด ประกอบด้วย สถานที่ตั้งสำนักหอสมุด มจธ. พื้นที่ให้บริการในแต่ละชั้น และการใช้งานเครื่องยืมอัตโนมัติ (ภาพที่ 2-7 ตัวอย่างโปสเตอร์อินโฟกราฟิกจำนวน 6 ชุด)

ข. วีดิทัศน์แบบสั้น จำนวน 4 คลิป มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ตั้งสำนักหอสมุด มจธ. และพื้นที่ให้บริการในแต่ละชั้น ได้แก่ 1) สถานที่ตั้งสำนักหอสมุด มจธ. และพื้นที่ชั้น 1 Collaborative Space ความยาว 02.06 นาที 2) พื้นที่ชั้น 2 KMUTT Archive ความยาว 00.43 นาที 3) พื้นที่ชั้น 3-4 Study Space ความยาว 00.48 นาที และ 4) พื้นที่ชั้น 5 Learning Space ความยาว 00.43 นาที



ภาพที่ 8-15 แสดงตัวอย่างวีดิทัศน์แบบสั้น จำนวน 4 คลิปและคิวอาร์โค้ด

2. ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหานำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน	5.00	0.00	ดีมาก
1.2 เนื้อหามีความถูกต้องและครบถ้วน	4.33	0.58	ดี
1.3 เนื้อหาเป็นประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง	5.00	0.00	ดีมาก
1.4 เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย	5.00	0.00	ดีมาก
1.5 เนื้อหามีความน่าสนใจ	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.87	0.35	ดีมาก
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา			
2.1 ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
2.2 ภาษาที่ใช้เหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์	5.00	0.00	ดีมาก
2.3 การสะกดคำถูกต้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	4.00	1.00	ดี
2.4 ภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	ดีมาก
2.5 ภาพประกอบเนื้อหาเข้าใจง่าย	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.67	0.62	ดีมาก
3.ด้านการประชาสัมพันธ์			
3.1 เนื้อหาชวนให้อยากเข้าใช้บริการสำนักหอสมุด มจธ.	5.00	0.00	ดีมาก
3.2 เนื้อหาสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักหอสมุด มจธ.	4.67	0.58	ดีมาก
3.3 เนื้อหาช่วยประชาสัมพันธ์ให้สำนักหอสมุด มจธ. เป็นที่รู้จักมากขึ้น	5.00	0.00	ดีมาก
3.4 เนื้อหาช่วยให้เข้าใจวิธีการเข้าใช้บริการ-กฎระเบียบและข้อมูลต่าง ๆ ของสำนักหอสมุด มจธ.	4.67	0.58	ดีมาก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
3.5 เนื้อหาช่วยประชาสัมพันธ์การบริการ			
ด้านต่าง ๆ ของสำนักหอสมุด	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.87	0.35	ดีมาก
สรุปผลการประเมิน	**4.80**	**0.46**	**ดีมาก**

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา เรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เมื่อนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.80, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.87, S.D. = 0.35) ด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.87, S.D. = 0.35) และค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหาและการใช้ภาษา			
1.1 เนื้อหามีความน่าสนใจ	4.00	0.00	ดี
1.2 เนื้อหาเข้าใจง่าย ชัดเจน	4.33	0.58	ดี
1.3 ภาษาที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.33	0.58	ดี
เฉลี่ย	4.22	0.44	ดี
2. ด้านภาพประกอบเนื้อหาและตัวอักษร			
2.1 ภาพประกอบเนื้อหาและตัวอักษรมีความ			
สอดคล้องกัน	5.00	0.00	ดีมาก
2.2 ภาพประกอบเนื้อหามีสีสันสวยงาม น่าสนใจ	4.67	0.58	ดีมาก
2.3 มีรูปแบบและขนาดตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็น			
ได้ชัดเจน	4.33	0.58	ดี
เฉลี่ย	4.67	0.50	ดีมาก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
3. ด้านภาพและเสียง			
3.1 ภาพและเสียงมีความดึงดูดใจ	5.00	0.00	ดีมาก
3.2 ภาพและเสียงมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	ดีมาก
3.3 เสียงมีคุณภาพ ฟังได้ชัดเจน	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.89	0.33	ดีมาก
4. ด้านการนำเสนอ			
4.1 รูปแบบการนำเสนอน่าสนใจ เข้าใจง่าย	4.67	0.58	ดีมาก
4.2 นำเสนอข้อมูลสำนักหอสมุด มจธ. ได้ละเอียดและชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
4.3 รูปแบบการนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความน่าสนใจ	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.67	0.50	ดีมาก
สรุปผลการประเมิน	**4.61**	**0.49**	**ดีมาก**

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ เรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เมื่อนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านภาพและเสียงอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.89, S.D. = 0.33) และค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านภาพประกอบเนื้อหาและตัวอักษรอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.50) และด้านการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.50) และด้านเนื้อหาและการใช้ภาษาอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.44) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ด้านสถานที่			
1.1 รับรู้ว่าสำนักหอสมุด มจธ. มีพื้นที่ให้บริการ 5 ชั้น	4.88	0.39	มากที่สุด
1.2 รับรู้ว่าสำนักหอสมุด มจธ. ชั้น 1 วันจันทร์ - ศุกร์ 08.00 - 20.00 น. และ ชั้น 2 - 5 เปิดตั้งแต่ 08.00 - 17.00 น. วันเสาร์ - วันอาทิตย์จะเปิดให้บริการบริเวณชั้น 1 ตั้งแต่เวลา 09.00 - 20.00 น.	4.68	0.59	มากที่สุด
1.3 รับรู้ว่ามีนิทรรศการประวัต มจธ. ที่ชั้น 2	4.64	0.80	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.73	0.62	มากที่สุด
2. ด้านการบริการ			
2.1 รับรู้ว่าสำนักหอสมุด มจธ. ให้บริการยืมหนังสือแบบ Self Service	4.76	0.52	มากที่สุด
2.2 รับรู้ว่าสามารถใช้บัตรประชาชนในการเข้าใช้บริการสำนักหอสมุด มจธ.	4.86	0.40	มากที่สุด
2.3 รับรู้ว่ามีจุดคืนหนังสือ 3 แห่ง บริเวณสำนักหอสมุด มจธ. ได้แก่ (1) บริเวณด้านหน้าสำนักหอสมุด มจธ. (2) บริเวณตรงทางเดินลงที่จอดรถตึกสำนักหอสมุด มจธ. และ (3) บริเวณด้านในสำนักหอสมุด มจธ. ชั้น 1	4.66	0.69	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.76	0.55	มากที่สุด
3. ด้านการค้นหาข้อมูล			
3.1 รับรู้ว่าสำนักหอสมุด มจธ. มีระบบฐานข้อมูลออนไลน์	4.68	0.62	มากที่สุด
3.2 รับรู้ว่าสำนักหอสมุดแบ่งหมวดอักษรชั้น 3 เป็น A-Q และชั้น 4 เป็น R-Z โปรเจคนักศึกษา และวิทยานิพนธ์	4.72	0.50	มากที่สุด
3.3 รับรู้ว่าหากท่านต้องการค้นหาหนังสือ ท่านจะต้องใช้เครื่องสืบค้น	4.70	0.58	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.70	0.56	มากที่สุด

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
4. ด้านระเบียบการใช้บริการสำนักหอสมุด			
4.1 รับรู้ว่าห้ามนำอาหารเครื่องดื่มและสัตว์เลี้ยงเข้าไปในสำนักหอสมุด มจธ.	4.82	0.44	มากที่สุด
4.2 รับรู้ว่าเมื่อหยิบหนังสือออกมาอ่าน ต้องวางคืนไว้บนโต๊ะพักบริเวณชั้น 3-4	4.70	0.51	มากที่สุด
4.3 รับรู้ว่าบัตร 1 ใบ สามารถเข้าใช้บริการสำนักหอสมุดได้คนเดียวเท่านั้น	4.86	0.40	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.79	0.45	มากที่สุด
สรุปผลการประเมิน	**4.75**	**0.55**	**มากที่สุด**

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เมื่อนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นระดับการรับรู้ในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านระเบียบการใช้บริการสำนักหอสมุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.79, S.D. = 0.45) และค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ด้านการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.55) ด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.39) และด้านการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.56) ตามลำดับ

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหาและการใช้ภาษา			
1.1 เนื้อหามีความน่าสนใจ	4.84	0.37	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาเข้าใจง่าย ชัดเจน	4.86	0.35	มากที่สุด
1.3 ภาษาที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.90	0.30	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.87	0.34	มากที่สุด

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
2. ด้านภาพประกอบเนื้อหาและตัวอักษร			
2.1 ภาพประกอบเนื้อหาและตัวอักษรมีความสอดคล้องกัน	4.86	0.35	มาก
2.2 ภาพประกอบเนื้อหามีสีสันสวยงาม น่าสนใจ	4.90	0.30	มากที่สุด
2.3 มีรูปแบบและขนาดตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน	4.84	0.37	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.87	0.34	มากที่สุด
3. ด้านภาพและเสียง			
3.1 ภาพและเสียงมีความดึงดูดใจ	4.84	0.37	มากที่สุด
3.2 ภาพและเสียงมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.86	0.35	มากที่สุด
3.3 เสียงมีคุณภาพ ฟังได้ชัดเจน	4.76	0.43	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.82	0.39	มากที่สุด
4. ด้านการนำเสนอ			
4.1 รูปแบบการนำเสนอน่าสนใจ เข้าใจง่าย	4.86	0.35	มากที่สุด
4.2 นำเสนอข้อมูลสำนักหอสมุด มจธ. ได้ละเอียดและชัดเจน	4.80	0.40	มากที่สุด
4.3 รูปแบบการนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความน่าสนใจ	4.82	0.39	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.83	0.38	มากที่สุด
สรุปผลการประเมิน	**4.85**	**0.36**	**มากที่สุด**

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เมื่อนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.85, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหาและการใช้ภาษา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.87, S.D. = 0.34) ด้านภาพประกอบเนื้อหาและตัวอักษร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.87, S.D. = 0.34) และค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ด้านการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.38) และด้านภาพและเสียง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.82, S.D. = 0.39) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ผลการวิจัยนั้นเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยขออภิปรายผลในประเด็น ดังต่อไปนี้

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.87, S.D. = 0.35) เนื่องจากมีการรับข้อมูลจากผู้ที่ทำงานและรับผิดชอบงานด้านเนื้อหาของสำนักหอสมุด มจธ. โดยตรง มีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบโปสเตอร์และวีดิทัศน์ ทำให้สื่อมีเนื้อหาที่กระชับ ชัดเจน เข้าใจง่าย และมีภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ =4.85, S.D. = 0.36) สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ธรรมวิภัชน์ และคณะ (Thamwipat, K., et al., 2024) ได้ศึกษาการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ Paper-Cycle แยก แลก ใหม่ บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท ผลการวิจัยพบว่า คณะผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาโปสเตอร์อินโฟกราฟิกเกี่ยวกับโครงการ Paper-Cycle แยก แลก ใหม่ บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท จำนวน 7 ชิ้น และ คลิปวีดิทัศน์ แบบสั้นเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ Paper-Cycle แยก แลก ใหม่ บนสื่อสังคมออนไลน์ คือ เพจเฟซบุ๊กของ บมจ.อสมท จำนวน 4 คลิป แต่ละคลิปความยาวไม่เกิน 1 นาที ผลการประเมินในส่วนของเนื้อหาโดยรวมมีคุณภาพเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.86, S.D. = 0.36) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.47)

ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ.บนแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า มีผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.75, S.D. = 0.55) และและผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า มีผลประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ =4.85, S.D. = 0.36) เนื่องจากชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนอินสตาแกรม มีการออกแบบโปสเตอร์ และวีดิทัศน์ที่มีตัวอักษรและภาพประกอบเนื้อหาที่ชัดเจน สื่อความหมายได้ดี มีความน่าสนใจ สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และความพึงพอใจแก่กลุ่มตัวอย่างในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา นามะโส และคณะ (Namaso, K., et al., 2022) ที่ได้ออกแบบและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียและกิจกรรมแบบนิวนอร์มอลเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรของศูนย์การศึกษาต่อเนื่อง พบว่า สื่อมัลติมีเดียและกิจกรรมแบบนิวนอร์มอลที่พัฒนาขึ้น มีผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.68, S.D. = 0.48) และผลประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.76, S.D. = 0.44) ด้วย ทั้งนี้ได้ออกแบบและพัฒนาสื่อโปสเตอร์ คลิปวีดิทัศนต่อเนื่องบนเพจเฟซบุ๊ก ทำให้เพิ่มการรับรู้อย่างกว้างขวางเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมโดยเฉพาะในช่วงโควิด-19 ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมักโพสต์ในรูปแบบข้อความและภาพถ่ายเท่านั้น

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้เผยแพร่บนอินสตาแกรมของสำนักหอสมุด มจธ. เท่านั้น ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นการทดลองเปิดพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ในเฟสแรก เมื่อได้รับผลประเมินคุณภาพในระดับดีและสามารถเสริมสร้างการรับรู้ระดับมาก ทางหน่วยงานจึงมีนโยบายผลิตดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อเผยแพร่บนอินสตาแกรมเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์สามารถนำไปเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ของสำนักหอสมุด มจธ. ได้ เช่น Facebook: KMUTTLibrary และTikTok: kmuttlibrary เพื่อให้มีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นและทำให้การประชาสัมพันธ์ไปได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

2. การเผยแพร่ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด มจธ. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ควรเผยแพร่ในเวลาที่มีคนใช้งานมาก เช่น ช่วง 18.00-21.00 น. และมีความถี่ของการเผยแพร่ตามข้อมูลการใช้งาน อินสตาแกรมของกลุ่มตัวอย่าง คือ ควรเผยแพร่สื่อให้ได้วันละ 1-2 โพสต์ เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การออกแบบ พัฒนา และเผยแพร่ดิจิทัลคอนเทนต์ขององค์กรในยุคดิจิทัลต่อไป

2. ควรนำเสนอชุดดิจิทัลคอนเทนต์ ได้แก่สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก และคลิปวีดิทัศน์โดยผสานเทคโนโลยีเมตาเวิร์สเพื่อส่งเสริมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มตัวอย่างต่อเนื้อหาที่หน่วยงานต้องการประชาสัมพันธ์ได้กว้างขวางมากขึ้น

บรรณานุกรม

<u>ระบบออนไลน์</u>

กองบรรณาธิการ The KOMMON. (2562). *การปรับตัวของห้องสมุด บทบาทใหม่ในยุคดิจิทัล.* สืบค้นจาก https://www.thekommon.co/library-adaptation/

โต๊ะข่าวไอที-ดิจิทัล. (2564). *เปิดสถิติคนไทยเสพติด 'ออนไลน์ โซเชียล' สูงติดอันดับโลก.* สืบค้นจาก https://www.bangkokbiznews.com/tech/950958

ไพฑูรย์ โพธิสาร. (2547). *มาตรวัดลิเคิร์ท*. สืบค้นจาก https://eledu.ssru.ac.th/thassanant_un/pluginfile.php/102/mod_resource/content/1/rating%20scale.pdf

เอมอร ศรีนิลทา. (2563). *วิวัฒนาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*. สืบค้นจาก https://www.lib.kmutt.ac.th/kmutt-history/

Digimusketeers. (2023). *5 อันดับ Social Media Platforms ยอดนิยมในประเทศไทย แห่งปี 2023.* สืบค้นจาก https://digimusketeers.co.th/blogs/ 5-อันดับ-social-media-platforms-ยอดนิยมในประเ

Namaso, K., Thamwipat, K., & Princhankol, P. (2022). The Design and Development of Interactive Multimedia and Activities for New Normal Public Relations to Promote the Public Image of the Continuing Education Center. *The 13th Global Conference on Business and Social Sciences 2022.* Retrieved from https://doi.org/10.35609/gcbssproceeding.2022.1(13)

Nimitphan, W. & Polkanit, S. (2016). Public Relations Strategies in the Context of Social Media. *EAU HERITAGE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANI TIES, 6*(1), 21-31. Retrieved from https://heritage.eau.ac.th/soc_journal/PDF/HeritageJournal/Heritage-10-01-59-Social_new.pdf

Thamwipat, K., Princhankol, P., Bantisak, C., & Binraman, P. (2024). The Development of Digital Content Kit for Public Relations of the Project “Paper-Cycle Sepa rate, Exchange & New” on Social Media of MCOT Plc. *JOURNAL OF MASS COMMUNICATION TECHNOLOGY, RMUTP. 9*(1), 39-56. Retrieved from https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jmctrmutp/article/view/266255/182715

The Digital Tips. (2565). *คอนเทนต์ (Content) คืออะไร สร้างคอนเท้นต์อย่างไรให้มัดใจลูกค้า.* สืบค้นจาก https://thedigitaltips.com/blog/digital-tips-and-tricks/what-is-content/