

**การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษา
ประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี**
**The Development of Digital Content in the form of Album Posts to Promote
Active Recruitment Scholarships for Undergraduate Students,
King Mongkut's University of Technology Thonburi**

กุลธิตา ธรรมวิวัฒน์^{1*} พรปภัสสร ปริญาญกุล¹ ธิติพงษ์ สงวนงาม¹ และ ชีรสุทธิ์ บินสะตีระ¹
**Kuntida Thamwipat, Pornpapatsorn Princhanol, Titipong Sanguangam,
and Terasut Binsatera**

¹ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

*Corresponding author e-mail: kuntida.tha@kmutt.ac.th

Received: 14/02/2024 Revised: 28/06/2024 Accepted: 06/08/2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาและประเมินคุณภาพของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 2) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 3) ประเมินผล ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ แบบประเมินผลการรับรู้ของ กลุ่มตัวอย่าง และแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแจรงร้อนวิทยา ในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ดำเนินการโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย จากนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่เคยชมดิจิทัลคอนเทนต์แบบ อัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับ ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 40 คน ผลการประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.95$, S.D.=1.12) ผลการประเมิน คุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.21$, S.D.=0.59) ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.37$, S.D.=0.71) และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, S.D.=0.74) ดังนั้น สื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีคุณภาพ

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์ ดิจิทัลคอนเทนต์ อัลบั้มโพสต์ ทุนการศึกษา

Abstract

The purposes of this research were 1) to develop and evaluate the quality of digital content in the form of album posts to promote Active Recruitment scholarships for undergraduate students, King Mongkut's University of Technology Thonburi 2) to evaluate the perception of the sampled population 3) to evaluate the satisfaction of the sampled population to digital content in the form of album posts to promote Active Recruitment scholarships for undergraduate students, King Mongkut's University of Technology Thonburi. The research tools consisted of the digital content in the form of album posts to promote Active Recruitment scholarships for undergraduate students, King Mongkut's University of Technology Thonburi, the quality assessment form, the perception assessment form, and the satisfaction assessment form. Data were collected from a sample group, who were the High school students of Chaengron Witthaya School in the first semester of the 2023 academic year, which was done by using simple random sampling from 40 students in Mathayomsuksa 4-6 who had viewed digital content in the form of albums posted to promote Active Recruitment scholarships for undergraduate students, King Mongkut's University of Technology Thonburi and willing to answer the questionnaire. The results of the evaluation by experts revealed that quality assessment of the content was at a good level ($\bar{x}=3.95$, S.D.=1.12), quality assessment of the media presentation was at a good level ($\bar{x}=4.21$, S.D.=0.59), the result of sample's perception was at a high level ($\bar{x}=4.37$, S.D.=0.71), and the sampled population's satisfaction towards the developed digital content was at a high level ($\bar{x}=4.15$, S.D.=0.74). Therefore, the developed digital content in the form of album posts could be used effectively across different online platforms.

Keywords: Public Relations, Digital Content, Album Posts, Scholarships

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์นั้นองค์กรต่าง ๆ นิยมจัดทำเว็บไซต์ให้ผู้สนใจใช้ติดตามข่าวสารหรือติดต่อกับองค์กรได้โดยตรง ด้วยเหตุนี้บุคคลที่ต้องการรู้เรื่องราวเกี่ยวกับองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานสินค้าบริการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ มักเข้าไปดูในเว็บไซต์ขององค์กรเป็นอันดับแรก สื่อออนไลน์จึงเป็นช่องทางหลักที่องค์กรใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีบทบาททั้งให้ข้อมูล สร้างภาพลักษณ์ สร้างการสื่อสารแบบสองทาง และเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ หันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากผลงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรารณวงศ์ (2558) พบว่า ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีการรับรู้และความเข้าใจในการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร

มากกว่าใช้เพื่อการทำงานร่วมกัน จึงมีการบริหารจัดการการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้กับงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ โดยประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะช่องทางเฟซบุ๊ก ร่วมกับสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ นักประชาสัมพันธ์องค์กรส่วนใหญ่ จึงให้ความสำคัญต่อการออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างกว้างขวาง สะดวกสบายสำหรับผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ทั้งนี้ดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) คือ สารสนเทศที่มีรูปแบบเป็นดิจิทัล โดยอาศัยการสื่อหรือการแสดงเนื้อหาผ่านทางอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สื่อสาร หรือแม้แต่โทรศัพท์ ซึ่งปัจจุบันนี้ได้หันไปใช้ระบบดิจิทัลเป็นหลัก เพื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารที่ต้องการแจ้งอย่างไม่มีขีดจำกัดเรื่องระยะเวลา และสถานที่ โดยผู้รับชมนั้นสามารถที่จะเข้าถึงได้ตลอดเวลา ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วผู้คนมักเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ในส่วนของประเภทของเนื้อหา (Content) นั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละขั้นของเส้นทางของผู้ซื้อ (Buyer's Journey) กล่าวคือเส้นทางของผู้ซื้อหรือผู้ชมผู้ฟังเป้าหมายนั้น โดยหลักมีอยู่ 3 ขั้น ได้แก่ ขั้นของการรับรู้ (Awareness Stage) ขั้นของการพิจารณา (Consideration Stage) และขั้นของการตัดสินใจ (Decision Stage) ทั้งนี้ ในขั้นตอนแรกซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญคือขั้นของการรับรู้ นั้นควรสื่อสารด้วยดิจิทัลคอนเทนต์ 3 รูปแบบ ต่อไปนี้ (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2563) 1) Blog Posts คือ การสร้างบล็อก สามารถสร้างให้เกิดทราฟฟิกผ่านเว็บไซต์ และยิ่งหากมีการทำ SEO ควบคู่กันไปก็จะยิ่งทำให้บล็อกขององค์กรเป็นที่รู้จัก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น การสร้างบล็อกขึ้นมาถือเป็นรูปแบบหนึ่งของดิจิทัลคอนเทนต์ที่สามารถสร้างให้เกิดความน่าเชื่อถือบนโลกออนไลน์ได้เป็นอย่างดี ที่องค์กรต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ 2) Infographics คือ การผสมผสานระหว่างเนื้อหา กับภาพกราฟิกในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้คอนเทนต์ขององค์กรมีความน่าสนใจ อ่านง่าย ดึงดูด และเป็นหนึ่งในรูปแบบที่มีคนแชร์มากที่สุด สร้างโอกาสให้แบรนด์เป็นที่รู้จักบนโลกโซเชียลได้ และ 3) Short Videos คือ การทำวิดีโอสั้น ๆ แนะนำสินค้าหรือบริการ ที่ผสมผสานการวางเลย์เอาต์ และการตัดต่อที่สวยงามอย่างเป็นเอกลักษณ์ผ่านช่องทาง YouTube ก็เป็นหนึ่งในรูปแบบคอนเทนต์ที่มีการแชร์ต่อมากในโลกออนไลน์ ส่วนขั้นของการพิจารณา ควรใช้ E-books Research Reports และ Webinars และสุดท้ายขั้นของการตัดสินใจ ควรใช้ Case Studies Testimonials คือ การมีลูกค้ามายืนยันว่าสินค้าหรือบริการขององค์กรมีดีอย่างไร ตอบโจทย์อย่างไร จึงสามารถสร้างให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตัดสินใจที่รวดเร็ว ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เน้นขั้นตอนการรับรู้ ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญ โดยคณะผู้วิจัยได้รับมอบหมายจากหน่วยช่วยเหลือทางการเงิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีว่าต้องการให้เพิ่มการรับรู้เรื่องทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment ในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ในรูปแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิกที่ดูง่าย เพื่อสามารถเผยแพร่บนเฟซบุ๊กองค์กรได้อย่างรวดเร็วและตรงกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ที่ต้องการหาข้อมูลประกอบการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในสถาบันการศึกษาของรัฐตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 เป็นต้นไป ในที่นี้กลุ่มเป้าหมายคือนักเรียนจากโรงเรียนแจรงร้อนวิทยา ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ไปดำเนินกิจกรรมแนะแนวการศึกษาหลักสูตรและทุนการศึกษาต่าง ๆ

ทุนการศึกษา คือ เงินทุนสำคัญที่มอบให้นักเรียนนักศึกษา โดยเฉพาะปัจจุบันที่การศึกษาแต่ละระดับมีค่าใช้จ่ายจำเป็นหลายอย่าง เพื่อเป็นการส่งเสริม สนับสนุน ต่อเติมโอกาสให้คนเก่งและดี และมีความตั้งใจ

ได้มีทุนและศึกษาอย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยทุนการศึกษาหลัก ๆ มี 2 แบบ ได้แก่ 1) ทุนให้แบบไม่มีเงื่อนไข เป็นทุนให้เปล่าแบบฟรี ๆ โดยที่ผู้รับทุนไม่ต้องแบกภาระหรือเงื่อนไขใด ๆ หลังได้รับทุน เจ้าของทุนอาจเป็น มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ หรืออาจเป็นบุคคล/หน่วยงานภายนอกที่อยากมอบทุนให้เพื่อสนับสนุน และ 2) ทุนให้แบบมีเงื่อนไข เช่น ต้องเรียนให้ได้เกรดเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไปทุกภาคการศึกษา หรือต้องทำกิจกรรมจิตอาสา จำนวน 25 ชั่วโมงทุกภาคการศึกษา โดยทุนแบบมีเงื่อนไขส่วนมากมักกำหนดเกรดเฉลี่ยขั้นต่ำของผู้ขอรับหรือได้รับทุน ส่วนมากมักกำหนดเกรดเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป จึงจะผ่านเกณฑ์ที่ตั้งไว้ โดยการกำหนดเกรดเฉลี่ยลักษณะดังกล่าว เพื่อดูถึงความเสมอต้นเสมอปลาย ทั้งความรับผิดชอบ การเอาใจใส่ และความขยันในการเรียน รวมถึงความรู้ความสามารถที่ต้องมากพอให้สมกับเป็นผู้ที่ได้รับทุน ซึ่งจะต้องนำความรู้ที่ตัวเองมีไปทำประโยชน์ ให้ดีที่สุดในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการทำงานหรือทำประโยชน์ต่อส่วนรวม (ภาณุวัฒน์ มานพ, 2561) สำหรับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีการให้ทุนการศึกษาเพื่อคัดเลือกนักศึกษาเชิงรุกก่อนเข้าศึกษา เรียกว่า โครงการ Active Recruitment ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการรับสมัครบุคคลเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนที่มีผลการเรียนดี มีความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน และ กล้าแสดงออก ส่งเอกสารหรือแฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio) เพื่อสมัครเข้าศึกษาในสาขาวิชาที่ตนเองสนใจ ภายใต้เกณฑ์การรับสมัครของคณะ/ภาควิชา/สาขาวิชา ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (สำนักงานคัดเลือกและสรรหานักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2562)

โดยในปัจจุบันนี้สื่อประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษา ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้เผยแพร่บนเว็บไซต์แต่ยังไม่ค่อยมีสื่อประชาสัมพันธ์ บนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ทำให้นักเรียน/นักศึกษาที่ยังไม่ทราบข้อมูลในส่วนนี้ได้เกิดการรับรู้ ผ่านช่องทางออนไลน์ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมา คณะผู้วิจัยจึงมีดำริในการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในรูปแบบสื่อออนไลน์ โดยใช้การนำเสนอผ่านสื่อโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิก เพื่อการเผยแพร่บนเพจเฟซบุ๊กขององค์กรผ่านการโพสต์แบบอัลบั้มโพสต์ เนื่องจากทุนการศึกษาแต่ละประเภท มีเนื้อหา รายละเอียดแตกต่างกัน จึงจัดหมวดหมู่การโพสต์แบบอัลบั้มเป็นชุด ๆ โดยแบ่งออกเป็น 3 ชุด ได้แก่ 1) ทุนเพชรพระจอมเกล้า 2) ทุน 50 ปี มจร. 50 ทุน สร้างคนเก่งและคนดี และ 3) ทุนธรรมรักษา ทั้งนี้ เพื่อให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ดังกล่าวสามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษา ประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- 2) เพื่อประเมินคุณภาพของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษา ประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่พัฒนาขึ้น
- 3) เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี
- 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

1) ได้ดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างน่าสนใจ

2) สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาเชิงรุกสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีต่อไป

2. การทบทวนวรรณกรรม

ดิจิทัลคอนเทนต์ ในยุคปัจจุบันการทำคอนเทนต์ในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องตอบสนองในสิ่งที่ผู้บริโภคนั้นอยากรู้ สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งต้องมากับการออกแบบให้มีความเหมาะสมและสวยงาม ควรทำคอนเทนต์ออกมาในรูปแบบหรือประเภทที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละขั้นของเส้นทางของผู้ซื้อ (Buyer's Journey) โดยเส้นทางของผู้ซื้อนั้นโดยหลักมีอยู่ 3 ขั้น คือ ขั้นของการรับรู้ (Awareness Stage) ขั้นของการพิจารณา (Consideration Stage) และขั้นของการตัดสินใจ (Decision Stage) ในการทำงานวิจัยครั้งนี้ต้องการเน้นขั้นของการรับรู้ (Awareness Stage) จึงเลือกใช้สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างเนื้อหากับภาพกราฟิกในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้คอนเทนต์มีความน่าสนใจ อ่านง่าย ดึงดูด และเป็นหนึ่งในรูปแบบที่มีคนแชร์มากที่สุด สร้างโอกาสให้คอนเทนต์ที่ออกแบบและพัฒนาเป็นที่รู้จักบนโลกโซเชียลได้ (ปรีดี นกุลสมปรารณา, 2563)

การโพสต์บนเฟซบุ๊ก การเผยแพร่คอนเทนต์บนแพลตฟอร์มยอดนิยม คือ เฟซบุ๊ก เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมจากผู้ชมบนโลกโซเชียลมีหลายเทคนิค หนึ่งในนั้นคือ การโพสต์แบบอัลบั้มภาพ ซึ่งเป็นเทคนิคสำคัญอีกแบบที่นักทำคอนเทนต์มักเลือกมาใช้ งาน วรภพ แพบัญประเสริฐ (2562) กล่าวว่า การโพสต์เฟซบุ๊กแบบอัลบั้มภาพน่าจะตรงกับผู้อ่านหรือผู้ชม เพราะสามารถย่อยข้อมูลจำนวนมากออกเป็นภาพหลายภาพได้ และไม่ทำให้ข้อความกระจุกอยู่แค่ภาพเดียว ทั้งยังเพิ่มความน่าดึงดูดด้วยภาพสวย ๆ ได้หลายภาพทำให้เกิดการมีส่วนร่วมจากผู้ชมหรือผู้อ่านบนโลกโซเชียลได้ดี ทั้งยังสามารถออกแบบหน้าตาของรูปแบบอัลบั้มได้มากมายหลายแบบที่นำมาปรับใช้ให้ตรงกับคอนเทนต์ของเราได้ดียิ่งขึ้นด้วย ทั้งนี้เนื้อหาของทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีจำนวนหลายชุด จึงเลือกใช้การโพสต์แบบอัลบั้ม เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ผู้ชม ผู้อ่านเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษาที่มีพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน

การประชาสัมพันธ์ คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ไปยังคนในองค์กรด้วยตนเอง และเผยแพร่ไปยังภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อประโยชน์ในการนำเสนอสินค้าและบริการ ตลอดจนเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรด้วย บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์จึงมีมากมาย ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงควรเป็นคนที่มีความสามารถรอบด้าน มีความคิดสร้างสรรค์ และใช้เทคโนโลยีการสื่อสารให้เป็นประโยชน์และคุ้มค่าที่สุดด้วย ทั้งนี้การใช้สื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่เหล่านี้ให้เป็นประโยชน์และคุ้มค่า เช่น สื่อโซเชียลควรเน้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็ว และต่อเนื่อง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ เกิดการจดจำ และเลือกซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กรอย่างยั่งยืน ในที่นี้จึงเลือกใช้สื่อเฟซบุ๊กองค์กรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เรื่องทุนการศึกษา (เมธาวี แก้วสนิท, 2559)

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีที่ได้จัดทำขึ้นโดยใช้วิธีวิจัยเชิงทดลอง มีการกำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแจรงร้อนวิทยา (2566) ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 130 คน เนื่องจากเป็นโรงเรียนเป้าหมายที่คณะผู้วิจัยเดินทางไปทำกิจกรรมแนะแนวประชาสัมพันธ์หลักสูตรและทุนการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแจรงร้อนวิทยา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ดำเนินการโดยวิธีสุ่มอย่างง่ายจากนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ที่เคยชมดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 40 คน

3.2 ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญเพื่อประเมินคุณภาพการสร้างดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ โดยผู้เชี่ยวชาญทุกท่านได้จากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริง และยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ผู้ที่วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโทหรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปี เป็นผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับทุนการศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 3 ท่าน

2) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ คือ ผู้ที่วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโทหรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปี ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อประเมินคุณภาพ จำนวน 3 คน

3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลสื่อ คือ ผู้ที่วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโทหรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปี เพื่อประเมินคุณภาพด้านการวัดและประเมินผลของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 3 คน

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีการแปลความหมายดังนี้ (Krupee, 2552)

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 หมายถึง น้อยที่สุด

ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้ใช้หลักการและแนวคิดของ ADDIE Model (People Value, 2567) โดยมี 5 ขั้นตอนต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ (Analysis) คณะผู้วิจัยได้ศึกษาความต้องการขององค์กรและนำมาปรึกษากับสมาชิกและอาจารย์ที่ปรึกษา

2) การออกแบบ (Design) กำหนดรูปแบบและวิธีในการนำเสนอโดยใช้ดิจิทัลคอนเทนต์ที่จัดทำในรูปแบบสื่อโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิก โดยกำหนดการโพสต์บนเพจเฟซบุ๊กในรูปแบบอัลบั้มโพสต์ เนื่องจากมีข้อมูลของทุนการศึกษาหลายประเภท แต่ละประเภทมีรายละเอียดแตกต่างกัน จึงควรโพสต์เป็นชุด ๆ ในรูปแบบอัลบั้มโพสต์

3) การพัฒนา (Development) นำรูปแบบของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขสื่อให้มีความเหมาะสม

4) การนำไปทดลองใช้ (Implementation) คณะผู้วิจัยนำดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment ที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำไปประเมินผลการรับรู้และความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง

5) การประเมิน (Evaluation) คณะผู้วิจัยนำผลประเมินที่ได้ไปวิเคราะห์ คำนวณทางสถิติและสรุปผลต่อไป

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

พบว่า ได้ดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment ลงเพจ Facebook ทุนการศึกษา มจร. ประกอบด้วย

- 1) ทุนการศึกษาเพชรพระจอมเกล้า ระดับปริญญาตรี 1 ชุด
- 2) ทุนการศึกษา 50 ปี มจร. 50 ทุน สร้างคนเก่งและคนดี 1 ชุด
- 3) ทุนการศึกษารัชมังคลาภิเษก 1 ชุด

ภาพที่ 1

ตัวอย่างดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



หมายเหตุ./ดิจิทัลคอนเทนต์/จากสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร.

4.2 ผลการประเมินคุณภาพของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ตารางที่ 1

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินคุณภาพ	ผลการวิเคราะห์		ระดับคุณภาพ
	$\bar{X}$	S.D.	
1) ด้านความถูกต้องของเนื้อหา	3.89	1.05	ดี
2) ด้านการใช้ภาษา	4.00	1.21	ดี
ภาพรวม	3.95	1.12	ดี

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.95$, S.D.=1.12) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ด้านการใช้ภาษา มีผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.00$, S.D.=1.21) รองลงมา คือ ด้านความถูกต้องของเนื้อหา มีผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.89$, S.D.=1.05)

ตารางที่ 2

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินคุณภาพ	ผลการวิเคราะห์		ระดับคุณภาพ
	$\bar{X}$	S.D.	
1) ด้านตัวอักษรและการใช้สี	4.00	0.71	ดี
2) ด้านภาพ	4.33	0.50	ดี
3) ด้านการนำเสนอ	4.33	0.52	ดี
ภาพรวม	4.21	0.59	ดี

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.21$, S.D.=0.59) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ด้านภาพ มีผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.33$, S.D.=0.50) รองลงมาคือ ด้านการนำเสนอ มีผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.33$, S.D.=0.52) และด้านตัวอักษรและการใช้สี มีผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.00$, S.D.=0.71) ตามลำดับ

4.3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ตารางที่ 3

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		ระดับการรับรู้
	$\bar{X}$	S.D.	
1) ท่านรับรู้ว่าการศึกษาระดับปริญญาตรี สามารถสมัครได้ก่อนเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี	4.33	0.76	มาก
2) ท่านรับรู้ว่าคุณสมบัติในการรับสมัครทุนการศึกษาระดับปริญญาตรี ควรมีความสอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดในแต่ละประเภททุน	4.33	0.76	มาก
3) ท่านรับรู้ว่าการศึกษาระดับปริญญาตรี สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ ทุนการศึกษาเพชรพระจอมเกล้า ทุนการศึกษาระดับปริญญาตรี และทุนการศึกษา 50 ปี มจร. 50 ทุน สร้างคนเก่งและดี	4.45	0.71	มาก
4) ท่านรับรู้ว่าการศึกษาระดับปริญญาตรี สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคือ โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาที่มีความรู้ และความสามารถด้านกิจกรรมดีเด่น	4.43	0.68	มาก
5) ท่านรับรู้ว่าการศึกษาระดับปริญญาตรี เพชรพระจอมเกล้า สามารถสมัครผ่านทาง เว็บไซต์ https://admission.kmutt.ac.th/	4.30	0.76	มาก
6) ท่านรับรู้ว่าคุณสมบัติในการรับสมัคร ทุนการศึกษาระดับปริญญาตรี เพชรพระจอมเกล้าด้านกิจกรรมควรมีคุณสมบัติคือมีผลการปฏิบัติงานดีเด่น ระดับเขตพื้นที่การศึกษาขึ้นไป	4.30	0.72	มาก
7) ท่านรับรู้ว่าการศึกษาระดับปริญญาตรี เพชรพระจอมเกล้าด้านผลการเรียนดีเด่น สำหรับผู้มีผลการเรียนระดับ 3.50 ขึ้นไป และมีกิจกรรมรางวัลประกวดโครงงานวิชาการ เป็นต้น	4.35	0.74	มาก
8) ท่านรับรู้ว่าคุณสมบัติในการรับสมัครทุนการศึกษาระดับปริญญาตรี 50 ปี มจร. 50 ทุน สร้างคนเก่งและดี ควรมีคุณสมบัติคือ สำหรับผู้มีผลการเรียนระดับ 3.00 ขึ้นไปและมีกิจกรรมจิตอาสา	4.48	0.68	มาก
9) ท่านรับรู้ว่าการศึกษาระดับปริญญาตรี 50 ปี มจร. 50 ทุน สร้างคนเก่งและดี สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคือ โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาที่มีความรู้และความสามารถ และจิตอาสา	4.40	0.63	มาก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		ระดับการรับรู้
	$\bar{x}$	S.D.	
10) ท่านรับรู้ว่าการศึกษาระดับ 50 ปี มจร. 50 ทน สร้างคนเก่งและดี สามารถสมัครผ่านทาง https://admission.kmutt.ac.th/afford	4.35	0.74	มาก
11) ท่านรับรู้ว่าการศึกษาระเบียบธรรมรักษา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคือ โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาที่มีความรู้และความสามารถ ที่อาศัยในพื้นที่ชายขอบ มีฐานะครอบครัวยากจน ไม่มีบุคคลในครอบครัวจบการศึกษาระดับปริญญาตรี	4.40	0.71	มาก
สรุปผลการประเมิน	4.37	0.71	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สรุปผลการประเมินรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.37$, S.D.=0.71) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รับรู้ว่าคุณสมบัติในการรับสมัครทุนการศึกษาประเภท 50 ปี มจร. 50 ทน สร้างคนเก่งและดี ควรมีคุณสมบัติคือ สำหรับผู้ผลการเรียนระดับ 3.00 ขึ้นไป และมีกิจกรรมจิตอาสา ($\bar{x}=4.48$, S.D.=0.68) รองลงมา คือ รับรู้ว่าการศึกษาระเบียบธรรมรักษา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีมีทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ ทุนการศึกษาเพชรพระจอมเกล้า ทุนการศึกษาธรรมรักษา และทุนการศึกษา 50 ปี มจร. 50 ทน สร้างคนเก่งและดี ($\bar{x}=4.45$, S.D.=0.71) ตามลำดับ

4.4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ตารางที่ 4

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{x}$	S.D.	
1) ด้านเนื้อหา	4.17	0.74	มาก
1.1) การลำดับเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์	4.10	0.74	มาก
1.2) เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความชัดเจน	4.20	0.61	มาก
1.3) เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความน่าสนใจ	4.13	0.79	มาก
1.4) เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.18	0.81	มาก
1.5) เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์เข้าใจง่าย	4.23	0.77	มาก
2) ด้านภาพและกราฟิก	4.16	0.71	มาก
2.1) ภาพและกราฟิกที่ใช้ในดิจิทัลคอนเทนต์มีสีสันสวยงาม	4.18	0.64	มาก
2.2) ภาพและกราฟิกสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.30	0.65	มาก
2.3) ภาพและกราฟิกมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.03	0.77	มาก
2.4) ภาพและกราฟิกชัดเจน คมชัด	4.08	0.80	มาก
2.5) ภาพและกราฟิกสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย	4.23	0.70	มาก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
3) ด้านการนำเสนอ	4.13	0.76	มาก
3.1) รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.08	0.73	มาก
3.2) การนำเสนอดิจิทัลคอนเทนต์แบบสื่อโปสเตอร์รูปแบบอัลบั้มโพสต์มีความน่าสนใจ	4.10	0.84	มาก
3.3) การนำเสนอดิจิทัลคอนเทนต์แบบสื่อโปสเตอร์รูปแบบอัลบั้มโพสต์มีความน่าติดตาม	3.90	0.78	มาก
3.4) การนำเสนอดิจิทัลคอนเทนต์สามารถเสริมการรับรู้ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment	4.30	0.72	มาก
3.5) การนำเสนอดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มให้มีความเหมาะสมและน่าสนใจ	4.25	0.71	มาก
สรุปผลการประเมิน	4.15	0.74	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สรุปผลการประเมินโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, S.D.=0.74) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเนื้อหา ($\bar{X}=4.17$, S.D.=0.74) รองลงมา คือ ด้านภาพและกราฟิก ($\bar{X}=4.16$, S.D.=0.71) และด้านการนำเสนอ ($\bar{X}=4.13$, S.D.=0.76) ตามลำดับ

5. สรุปผลและอภิปรายผล

5.1 สรุปผล

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้ออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีแบบอินโฟกราฟิก จำนวน 3 ประเภททุนการศึกษา ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ดังนั้น สื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์องค์กรได้อย่างมีคุณภาพ

5.2 อภิปรายผล

การออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ดำเนินงานวิจัยตามแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model (People Value, 2567) มาประยุกต์ใช้ โดยกระบวนการดำเนินงานออกแบบและพัฒนาสื่อดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของภาวิณี บินรามัน และคณะ (2565) ผลการวิจัยพบว่า คณะผู้วิจัยได้ใช้หลักการและแนวคิดของ ADDIE MODEL ในการพัฒนาชิ้นงาน 5 ขั้นตอน และได้ทำการวัดและประเมินผลด้วยเครื่องมือต่าง ๆ เช่น แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านสื่อการนำเสนอ แบบประเมินการรับรู้ และแบบประเมินความพึงพอใจ จากนั้นนำผลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงสื่อคือ ดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมดเบเกอรี่ให้เหมาะสมกับการโพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก และตรงกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เช่นเดียวกันกับดิจิทัล

คอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนา คือ ADDIE Model ทำให้สื่อที่ออกแบบและพัฒนาออกมามีความสมบูรณ์ทั้งในด้านของเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และมีกราฟิกที่มีความสวยงาม เหมาะสมกับการโพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของ สื่อโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิก ทำให้สื่อมีความกระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบและกราฟิกที่สวยงาม สอดคล้องกับเนื้อหา อีกทั้งยังมีการรับข้อมูลจากผู้รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วน สอดคล้องกับงานวิจัยของจริยา เกิดไกรแก้ว และคณะ (2564) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี โดยมีการเลือกใช้ ภาษาอย่างเหมาะสม เนื้อหาที่มีความถูกต้องครบถ้วนและเข้าใจง่าย มีปริมาณเนื้อหาที่เหมาะสม นอกจากนี้เนื้อหา ยังมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และภาพประกอบ จึงสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้จริง

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี เนื่องจากการออกแบบโปสเตอร์ รูปแบบอินโฟกราฟิก และนำเสนอภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและน่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรุติ จิตติมงคล (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์ภาควิชา เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่พัฒนาขึ้น ประกอบไปด้วยอินโฟกราฟิก โมชันกราฟิก เอ็กซ์สแตนด์ (X-Stand) และแผ่นพับ ที่มีความสอดคล้องของภาพ กับเนื้อหา มีความน่าสนใจ องค์ประกอบมีความสวยงาม ดนตรีและเสียงประกอบคลิปวิดีโอมีความเหมาะสม ต่อการรับฟัง ทำให้ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ ในการออกแบบ สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกควรคำนึงถึงหลักการออกแบบกราฟิก การใช้สีตามอัตลักษณ์องค์กรเพื่อให้เหมาะสม ต่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในนามองค์กรด้วย

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่า มีผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการนำเสนอคอนเทนต์แบบ อัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับ ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีการออกแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิกที่มีข้อความ ชัดเจน ดึงดูดความสนใจ สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และเข้าใจสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อได้ดี และในส่วน ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่า มีผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการพัฒนาโปสเตอร์ รูปแบบอินโฟกราฟิกที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ลักษณะการจัดวางเป็นระเบียบ แยกหัวข้อใหญ่ และหัวข้อย่อยได้ ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของวรัช ต้นติวังศ์ และคณะ (2566) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสื่อบทเรียน ดิจิทัลร่วมกับการจัดการเรียนรู้เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการสร้างผลงานสื่ออินโฟกราฟิก มีผลการประเมินความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก มีการส่งเสริมการสร้างผลงานสื่ออินโฟกราฟิก ประกอบด้วย ข้อความกราฟิก ภาพการ์ตูน วิดีทัศน์ และใช้เสียงบรรยายประกอบเพลงบรรเลงเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาในบทเรียนดิจิทัล มีการ

เชื่อมโยงความรู้และกระบวนการสอนที่เข้าใจง่าย เนื้อหาช่วยส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในสื่อบทเรียนดิจิทัลมีความสวยงามและทันสมัย สามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์ได้จริง ทั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษามีการรับรู้และมีความพึงพอใจในสื่ออินโฟกราฟิกในระดับมากด้วยเช่นกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1) การเผยแพร่ดิจิทัลคอนเทนต์อัลบั้มโพสต์ที่พัฒนาขึ้น ควรใช้ช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแบบบูรณาการ เพื่อสามารถส่งสารไปยังผู้ที่ต้องการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีในระดับปริญญาตรี โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่สังกัดอยู่ภายใต้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เช่น Facebook Fanpage : KMUTT คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร. ทุนการศึกษา มจร. และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ทั้งนี้เพื่อให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น และควรประชาสัมพันธ์สื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่แตกต่างไปจากเดิม หากเป็นไปได้ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแพลตฟอร์มที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ ณ ขณะนั้น เช่น อินสตาแกรม หรือ ทิกต็อก ก็จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

1.2) การออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอัลบั้มโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สามารถนำไปใช้เพื่อประกอบกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เช่น กิจกรรมโรดโชว์ กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ และกิจกรรมเปิดบ้าน เป็นต้น โดยนักประชาสัมพันธ์สามารถนำดิจิทัลคอนเทนต์ไปจัดทำเป็นโปสเตอร์หรือโบรชัวร์แจกเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจดจำได้มากยิ่งขึ้น

2) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกแนะนำทุนการศึกษาประเภท Active Recruitment สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยให้ข้อมูลในรูปแบบภาพพร้อมเสียงบรรยายให้มีความน่าสนใจ เข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายสามารถนำไปเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ที่สังกัดอยู่ภายใต้มหาวิทยาลัย เช่น Facebook Fanpage KMUTT, Facebook Fanpage ResidenceHall-KMUTT และ Facebook Fanpage องค์การนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เป็นต้น เพื่อเพิ่มการเข้าถึงเนื้อหาแบบบูรณาการทุกช่องทาง

2.2) ควรศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมกับการวิเคราะห์ผลตอบรับจากสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับผู้สนใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

6. เอกสารอ้างอิง

จริยา เกิดไกรแก้ว, จุฬารัตน์ ดวงจันทร์, อาลาตี แม่เกาะ, และโนร์ฟาตีฮะห์ เจ๊ะอูมา. (2564). การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 14(1), 64-74.

จุฬารัตน์ ศราวณะวงศ์. (2558). แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ* 8(2), 57-69.

นิรุต จิตติมงคล. (2562). *การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์ ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.*

- ปรีดี นกุลสมปรารณา. (2563, 22 กันยายน). *ประเภทของ Digital Content ที่ควรมี*. Popticles.com.
<https://www.popticles.com/marketing/types-of-content-we-should-have/>
- ภาณุวัฒน์ มานพ. (2561, 10 พฤษภาคม). *เรื่องทุนการศึกษาที่เด็กทุนต้องรู้*. True ปูปลูกปัญญา.
<https://www.truelookpanya.com/tcas/article/detail/66939>
- ภาวิณี บินรามัน, พรปัสสร ปริญาญกุล, และกุลธิดา ธรรมวิวัฒน์. (2565). การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบ
 อินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมดเบเกอรี่. *วารสารนวัตกรรมการ
 การเรียนรู้และเทคโนโลยี*, 2(2), 68-77.
- เมธาวี แก้วสนิท. (2559). นักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ คิดสร้างสรรค์ได้ ใช้เทคโนโลยีเป็น. *วารสารวิชาการ
 มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 6(2), 34-41.
- โรงเรียนแจรงอนวิทยา. (2566). *จำนวนประชากรนักเรียน*. <https://sites.google.com/chaengron.ac.th/>
- วรภพ แพบัญประเสริฐ. (2018, 20 กันยายน). *Facebook Photo Album โพล์ภาพอัลบั้มอย่างไรให้
 น่าสนใจ*. Grappik. <https://grappik.com/facebook-photo-album>
- วรัช ตันติวงศ์, เพ็ญเพ็ญ จิรัชย์, และโสพล มีเจริญ. (2566). การสร้างสื่อบทเรียนดิจิทัลร่วมกับการจัดการ
 เรียนรู้เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการสร้างผลงานสื่ออินโฟกราฟิก. *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี*,
 3(1), 68-82.
- สำนักงานคัดเลือกและสรรหานักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (2562). *ทุนการศึกษา
 เพื่อคัดเลือกนักศึกษาเชิงรุก (ก่อนเข้าศึกษา)*. [https://admission.kmutt.ac.th/affordchaengron
 wittayaschool/](https://admission.kmutt.ac.th/affordchaengronwittayaschool/)หน้าแรก
- Krupee. (2552, 23 กันยายน). *เกณฑ์การแปลผลที่เหมาะสมที่สุดของ Rating Scale*.
<https://krupee.blogspot.com/2009/09/rating-scale.html>
- People Value. (2567, 28 มิถุนายน). *การออกแบบด้วย ADDIE Model*.
<https://www.peoplevalue.co.th/content/9120/การออกแบบด้วย-addie-model>.