

**การพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต”
The Development of Content Set and Activity for Public Relations Focusing
on Participation in the Video Clip Contest Project Titled in “The Scholarship
for Children, Funding for the Future”**

ศักดิ์ กองสุวรรณ¹ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์^{2*} เพียงเพ็ญ จิรัชัย² พรปัทมสร ปริญาญกุล² ธฤติ เจษฎานุกษ์กิจ²
และ อัญชลี วงศ์สัมพันธ์²

Sak Kongsuwan¹, Kuntida thamwipat^{2*}, Piengpen Jirachai², Pornpatsorn Princhanok²,
Tharudee Jasadanurukkit² and Aunchalee Wongsumpun²

¹สำนักงานคณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

²ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

126 ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140

*kuntida.tha@kmutt.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาและหาคุณภาพของชุดเนื้อหา และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอเรื่องทุนนี้เพื่อน้องทุนนี้เพื่ออนาคตเพื่อประเมินการรับรู้และประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย 1) ชุดเนื้อหาเพื่อการพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอเรื่องทุนนี้เพื่อน้องทุนนี้เพื่ออนาคต 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา และด้านสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินการรับรู้ 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรที่ใช้ในการศึกษาการพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการประกวดคลิปวิดีโอเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต” คือ นักศึกษาภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ชั้นปีที่ 2 ในรายวิชา ETM 202 Advertising and Public Relations จำนวน 90 คนในภาคการศึกษาที่ 1/2562 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ชั้นปีที่ 2 ในรายวิชา ETM 202 ที่เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการประกวดคลิปวิดีโอเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ตั้งแต่ต้นจนจบและยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คนซึ่งผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.44) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.49) ผลประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.54) และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.55) ดังนั้นชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอเรื่องทุนนี้เพื่อน้องทุนนี้เพื่ออนาคตที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้

คำสำคัญ : ชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์, ทุนนี้เพื่อน้องทุนนี้เพื่ออนาคต, เน้นการมีส่วนร่วม

Abstract

The objectives of this research were to develop and evaluate the quality of content set and activity for public relations focusing on participation in the video clip contest project titled in “The Scholarship for Children, Funding for the Future”. To evaluate perception and satisfaction of audiences towards such content, the following tools were used: content set and activity for public relations focusing on participation in the video clip contest project titled in “The Scholarship for Children, Funding for the Future”, a questionnaire to evaluate quality of content and media presentation, a questionnaire to evaluate perception, and a questionnaire to evaluate audiences’ satisfaction from sophomore’s students of the Department of Educational Communications and Technology, in Advertising and Public Relations course (ETM 202) that has joined activity for public relations focusing on participation in the video clip contest project titled in “The Scholarship for Children, Funding for the Future”, Faculty of Industrial Education and Technology from the started to the end and pleasure to answer the questionnaires 30 participants. According to the specialists who evaluated the results, content’s quality was in a very good level ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.44). While quality of media presentation was in a very good level ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.49). Also, audiences’ perception was in the highest level ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.54). Audiences’ satisfaction was in the highest level ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.55) too. This can be concluded that the content set and activity for public relations focusing on participation in the video clip contest project titled in “The Scholarship for Children, Funding for the Future” is viable.

Keywords: Content Set and Activity for Public Relations, Focusing on Participation, The Scholarship for Children, Funding for the Future

1. บทนำ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีเป็นคณะที่สร้างคนและสร้างบัณฑิตที่มีความสามารถให้กับสังคมมายาวนานที่ผ่านมา คณะฯ ได้ผลิตบัณฑิตทางด้านครุศาสตร์อุตสาหกรรม และบัณฑิตทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก พัฒนานักศึกษาให้เก่งและมีความเป็นมืออาชีพ และมีคุณธรรมจริยธรรม สร้างสรรค์ผลงานวิจัยที่มีคุณค่าต่อสังคมและประเทศชาติทางด้านครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศและสังคม ซึ่งในการศึกษานั้นต้องมีค่าศึกษาเล่าเรียนและรวมถึงค่าใช้จ่ายทั้งในส่วนของกิจกรรมที่ทางมหาวิทยาลัยได้จัดขึ้น และการดำรงชีวิตของนักศึกษา อย่างไรก็ตามยังมีนักศึกษาจำนวนหนึ่งที่ยังขาดแคลนทุนการศึกษา เพราะประสบปัญหาทางครอบครัว ทำให้ไม่สามารถศึกษาได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ [1]

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเกิดโครงการประกวดคลิปวิดีโอที่สั้น เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับศิษย์เก่าของคณะครุศาสตร์ฯ ที่ต้องการจะร่วมทำบุญการศึกษาแก่น้องๆ ที่

ขาดแคลนทุนการศึกษา หรือประสบปัญหาทางครอบครัว รวมถึงเปิดโอกาสให้นักศึกษาบุคลากร นักศึกษาเก่าของมหาวิทยาลัยที่มีความชื่นชอบการทำคลิปวิดีโอที่สั้นได้มีส่วนร่วมในโอกาสพิเศษนี้ โดยกำหนดหัวข้อการประกวดคลิปวิดีโอที่สั้นในเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” ซึ่งต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ เข้ามาช่วยกระจายข้อมูลและข่าวสารไปยังสังคม หรือแวดวงที่เกี่ยวข้อง

สังคมในทุกวันนี้มีความกว้างขวางและมีความสลับซับซ้อนด้วยจำนวนของประชากรที่มีเพิ่มมากขึ้นทั้งภายในองค์กร หรือสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ถือว่าเป็นสังคม ๆ หนึ่ง และการสื่อสารนั้นก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อความเป็นสังคมการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคณะผู้จัดทำโครงการที่ทำการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย สื่อประชาสัมพันธ์จึงถือว่ามีความสำคัญต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการที่จัดทำเป็นอย่างมาก เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสารเรื่องราวรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์กิจกรรมความเคลื่อนไหวและการดำเนินงานของโครงการ ตลอดจนความรู้ที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องกับโครงการให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เข้าใจไปในทางเดียวกัน เพื่อสร้างความนิยมในวงที่กว้างขวางมากขึ้น และได้รับความไว้วางใจจากกลุ่ม

เป้าหมาย ทั้งนี้เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพราะเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นผู้จัดทำต้องทำความเข้าใจรูปแบบของการสื่อสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์หน้าที่ของสื่อ เพื่อให้ทราบหลักการของสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้จัดทำจะได้เกิดความเข้าใจและใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด [2]

การเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการสื่อสารในการทำงาน การเลือกสื่อที่มีความเหมาะสมจะทำให้เนื้อหาข่าวสารถูกเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและอายุที่แตกต่างกัน สื่อที่มีประสิทธิภาพจะมีความสำคัญต่อการสื่อสารในการทำงานเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับการสื่อสารให้กับผู้รับสาร ผู้จัดทำจะต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีความมุ่งหมายหรือมีวัตถุประสงค์ นับว่าเป็นเสมือนหัวใจของการประชาสัมพันธ์ และด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันช่วยให้มีสื่อใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย เป็นการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และเข้ากับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบัน ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และง่ายดาย ได้แก่ สื่อออนไลน์ที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้งานเป็นผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหา ขึ้นเอง (User-Generate Content: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง เช่น Weblogs, Social Network ,Online Video [3], โปสเตอร์ ภาพขนาดใหญ่ พิมพ์บนกระดาษ ออกแบบ เพื่อใช้ติดหรือแขวนผนัง หรือกำแพงส่วนใหญ่ จะใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ งานแสดง ศิลปะ ดนตรี หรือภาพยนตร์ หรืออาจเป็น สื่อให้ความรู้ และคลิปวิดีโอ (Video) มัลติมีเดียที่สามารถแสดงภาพเคลื่อนไหว พร้อมเสียงบรรยายได้ การนำเสนอวิดีโอมีหลายรูปแบบ เช่น วิดีทัศน์เพื่อการศึกษาวิดีโอเพื่อความบันเทิง ประโยชน์ของวิดีโอมีมากมาย นอกจากให้ความรู้ ให้ความบันเทิง ยังสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ใช้งานเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพรวมเป็นชุดสื่อ [3]

ชุดสื่อที่พัฒนาในครั้งนี้จะเป็นในรูปแบบของโปสเตอร์และคลิปวิดีโอ โดยโปสเตอร์นั้น เป็นแผ่นภาพโฆษณาหรือ ประกาศข่าวสาร นับได้ว่าโปสเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญมาก โปสเตอร์ถูกใช้ให้เป็นประโยชน์ใน

กิจกรรมนานาประการเป็นช่องทางเผยแพร่ที่มีประสิทธิภาพช่องทางหนึ่งในท่ามกลางช่องทางการสื่อสารชนิดต่าง ๆ ที่ใช้กันอยู่ในสังคมปัจจุบัน [4] โดยมีเนื้อหาที่เป็นการประชาสัมพันธ์โครงการประกวด คลิปวิดีโอสั้น เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ภายใต้แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สู่สากลและยั่งยืนและส่วนของคลิปวิดีโอสั้น นั้น เป็นการเล่าเรื่องด้วยภาพ ทำหน้าที่หลักในการนำเสนอ เสียงจะเข้ามาช่วยเสริมในส่วนของภาพเพื่อให้เข้าใจเนื้อเรื่องมากยิ่งขึ้น วิดีทัศน์เป็นสื่อในลักษณะที่นำเสนอเป็นภาพเคลื่อนไหว และสร้างความต่อเนื่องของการกระทำของวัตถุจากเรื่องราวต่าง ๆ สร้างความรู้สึกใกล้ชิดกับผู้ชม เป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายมีความรวดเร็วจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โครงการเช่นเดียวกันเป็นการเปลี่ยนรูปแบบของสื่อ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น สำหรับชุดสื่อทั้งสองรูปแบบจะถูกเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ : สโมสร นักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร. และดิจิทัลโซเนนภายในคณะฯ

โดยคณะผู้จัดได้มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการประกวดคลิปวิดีโอสั้น เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ภายใต้แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สู่สากลและยั่งยืน โดยการไปประชาสัมพันธ์ให้กับนักศึกษาภายในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร. ตามภาควิชาให้เกิดความสนใจและเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้

สาระสำคัญของการมีส่วนร่วมของบุคลากรว่า หมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มตัดสินใจในการปฏิบัติงานและการร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบมาถึงตัวของบุคลากรเอง การที่จะสามารถทำให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ของบุคลากรให้ดีขึ้น ดังนั้นกิจกรรมใด ๆ จึงควรเน้นการมีส่วนร่วมของคนในองค์กรเป็นสำคัญ [4]

จากปัญหาดังกล่าวคณะผู้จัดทำจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ และได้สร้างชุดข้อมูลและกิจกรรมที่ดีและมีคุณภาพ เพื่อเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ระดมทุนการศึกษา ในช่องทางสื่อต่าง ๆ ของคณะฯ และของภาควิชาฯ ซึ่งคณะผู้จัดทำคาดว่า กลุ่มเป้าหมายจะได้รับข้อมูลจากชุดเนื้อหาและชุดกิจกรรม สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปพัฒนาในส่วน of ผลงานที่จะใช้ในการเข้าร่วมโครงการประกวดคลิปวิดีโอสั้น เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ภายใต้แนวคิด
องค์กรแห่งการเรียนรู้ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สู่สากลและยั่งยืน ได้อย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการ
ประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง
ทุนนี้เพื่อนาคต”
2. เพื่อหาคุณภาพของชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อ
การประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการ
ประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต”
3. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ
ชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการประกวดคลิป
วิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต”
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มี
ต่อชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการประกวดคลิป
วิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต”

3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาต่อชุดเนื้อหาและกิจกรรม
เพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการ
ประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” คือ นักศึกษาภาควิชาเทคโนโลยี และสื่อสาร
การศึกษา ชั้นปีที่ 2 ในรายวิชา ETM 202 Advertising and
Public Relations จำนวน 90 คน ในภาคการศึกษาที่ 1/2563

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาต่อชุดเนื้อหาและ
กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมใน
การประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” คือ นักศึกษาภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสาร
การศึกษา ชั้นปีที่ 2 ในรายวิชา ETM 202 Advertising
and Public Relations จำนวน 30 คน ที่ยินดีเข้าร่วม
กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการประกวดคลิป
วิดีโอสั้น เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต”
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีตั้งแต่ต้นจนจบ
และยินดีตอบแบบสอบถาม

3.2 ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญคือผู้ที่มีความรู้ความสามารถมีความชำนาญเพื่อ
ประเมินคุณภาพการสร้างชุดเนื้อหา และกิจกรรมเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการประกวดคลิป

วิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” ได้จากวิธี
การเลือกแบบเจาะจง (Specified Sampling) ซึ่งเป็น
ผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ
แบ่งออกเป็น

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีหรือเป็นผู้ที่มีความรู้ความ
เข้าใจและประสบการณ์เกี่ยวกับไม่ต่ำกว่า 5
ปีขึ้นไป จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบ
เจาะจง (Purposive Sampling)
2. ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ คือผู้ที่มีวุฒิการ
ศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโทหรือเป็นผู้มีความรู้
ความเข้าใจและประสบการณ์ในการทำงานไม่
ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 3 ท่านโดยใช้วิธีการเลือก
แบบเจาะจง (Purposive Sampling)
3. ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลคือผู้ที่มีวุฒิ
การศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโทหรือเป็นผู้มี
ความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการทำงาน
ไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินคุณภาพด้าน
การวัด และประเมินผลของการสร้างชุดเนื้อหาและ
กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วน
ร่วมในการประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง
ทุนนี้เพื่อนาคต” จำนวน 3 ท่าน โดยใช้
วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ผ่านการประเมิน
ค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยมีเครื่องมือดังนี้

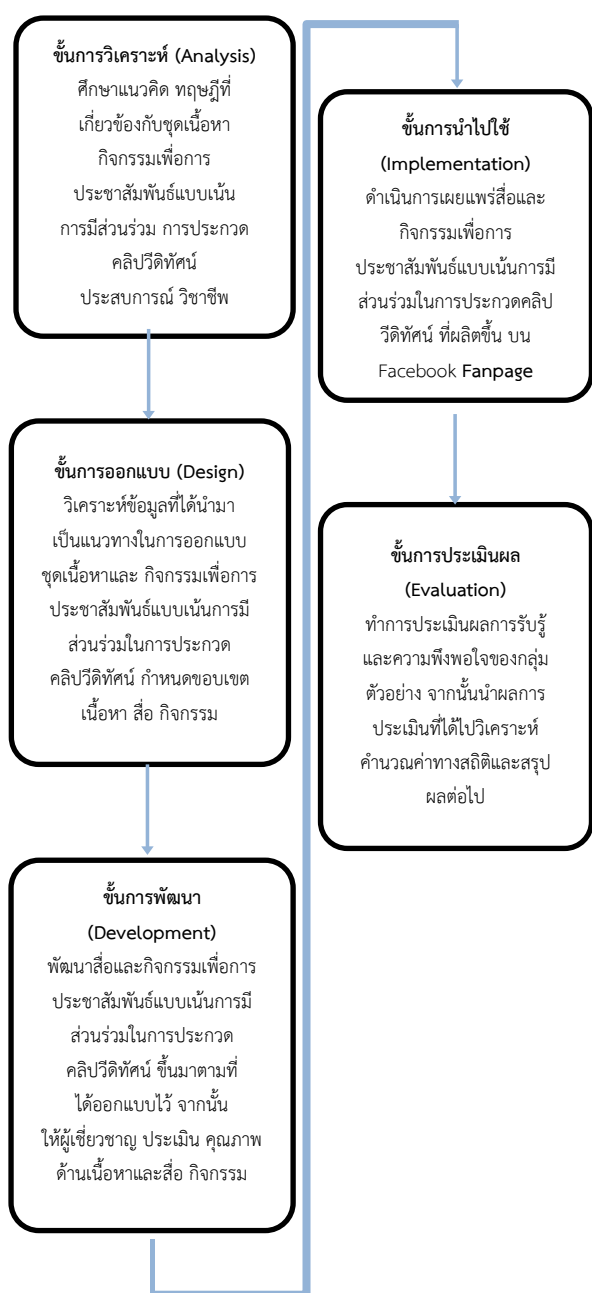
1. แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา และด้านสื่อ
กิจกรรมของชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการ
ประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง
ทุนนี้เพื่อนาคต”
2. แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ
ชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบ
เน้นการมีส่วนร่วมในการประกวดคลิปวิดีโอ
เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต”
3. แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ
ชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบ
เน้นการมีส่วนร่วมในการประกวดคลิปวิดีโอ
เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต”

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีการแปลความหมาย ดังนี้ [5]

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

ขั้นตอนโดยใช้หลักการ ADDIE Model [14] ในการสร้างมีขั้นตอนดังนี้



6. ผลการศึกษา

6.1 ผลการพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอที่ขึ้นเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต” ดังนี้

6.1.1 ชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบ เน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอที่ขึ้นเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต” ในรูปแบบอินโฟกราฟิก



รูปที่ 1 แสดงสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ในโครงการประกวด

6.1.2 ตัวอย่างชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอที่ขึ้นเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต” ในรูปแบบโมชันกราฟิก



รูปที่ 2 แสดงคลิปวิดีโอที่ขึ้นเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต” ในรูปแบบโมชันกราฟิกพร้อมคิวอาร์โค้ดสแกนเพื่อรับชม

6.1.3 กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอที่ขึ้นเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต”



รูปที่ 3 แสดงกิจกรรมถาม-ตอบ เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการประกวดคลิปวิดีโอเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” และรับชมสื่อในรูปแบบโปสเตอร์และรูปแบบโมชันกราฟิกเป็นเวลา 1 ชั่วโมง

6.2 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอของชุดเนื้อหาและกิจกรรมที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ

ผลการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านเนื้อหา	4.75	0.44	ระดับดีมาก
ด้านสื่อการนำเสนอ	4.63	0.49	ระดับดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผลประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเมื่อเทียบกับเกณฑ์คะแนนแล้วอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.44) และ ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.49) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

6.3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาและกิจกรรมที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการรับรู้
การรับรู้	4.70	0.54	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาและกิจกรรมที่พัฒนาขึ้น พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเมื่อเทียบกับเกณฑ์แล้วอยู่ในเกณฑ์รับรู้มากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.54) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

6.4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาและกิจกรรมที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา	4.55	0.55	มากที่สุด
2. ด้านการใช้ภาษา	4.58	0.56	มากที่สุด
3. ด้านภาพประกอบเนื้อหา	4.59	0.56	มากที่สุด
4. ด้านตัวอักษรและการใช้สี	4.57	0.56	มากที่สุด
5. ด้านกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วม	4.63	0.56	มากที่สุด
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.58	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาและกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นพบว่าค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเมื่อเทียบกับเกณฑ์คะแนนแล้วอยู่ใน ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.55) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

7. อภิปรายผลการศึกษา

ผลการพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” ได้พัฒนาขึ้นตามขั้นตอน ADDIE Model (Serhat Kurt,2018) [14] ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการวิเคราะห์ (Analysis) ขั้นตอนการออกแบบ (Design) ขั้นตอนการพัฒนา (Development) ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) และขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) แล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่าผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.44) ซึ่งสอดคล้องกับสอดคล้องกับงาน วิจัยของ จุฑามาศ สุดธง และปิยะวรรณ มันทาวิทย [8] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อการเรียนรู้เรื่อง คู่มือการอพยพหนีภัยชาวประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่าผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.48) เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.49) เป็นข้อมูลที่เป็นจริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประมาพรรณ รวยสำราญ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก ร่วมกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ผ่านสื่อและกิจกรรมพิเศษ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เรื่อง เต่าแม่เหล็กไฟฟ้า ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.35) โดยได้มีการใช้ ภาพเคลื่อนไหว และตัวการ์ตูนทำให้สื่อมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นเช่นเดียวกัน

ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.54) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปกัสสร อินทเดช และณภัทร ดีเย็น และ ธัญชนก พิมมาหา [9] ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดเนื้อหา เพื่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์สารบบเชิงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) พบว่ารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ที่สร้างขึ้นนั้น สามารถนำไปใช้เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ และเพื่อแจ้งข่าวสารที่ถูกต้องให้กับบุคคล ที่ติดตาม Facebook Fan page : www.mcot.net หรือบุคคล ภายนอกองค์กรได้มากยิ่งขึ้น โดยผลการรับรู้อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.52) เช่นเดียวกัน

ในส่วนความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหา และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมีส่วนร่วม ในโครงการประกวดคลิปวิดีโอที่พัฒนาขึ้น พบว่า ผลการ ศึกษาความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.55) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสพัฒน โสภากิมุข [13] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างบทเรียนมัลติมีเดีย แอนิเมชัน เรื่อง ศิล 5 ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.62) โดยมีการใช้รูปภาพและตัวการ์ตูน เคลื่อนไหวใน การนำเสนอเช่นเดียวกัน ดังนั้นการสร้างบทเรียน มัลติมีเดียแอนิเมชัน เรื่อง ศิล 5 ที่สร้างขึ้นสามารถ นำไปใช้ได้อย่างมีคุณภาพ

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. การพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการประกวดคลิป วิดีทัศน์ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” สื่อที่สร้างขึ้น เป็นรูปแบบอินโฟกราฟิกและโมชันกราฟิก โดยให้ ความรู้ในรูปแบบภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว

พร้อมเสียง บรรยายเกี่ยวกับโครงการให้มีความ น่าสนใจเข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย สามารถนำไปเผยแพร่ บนเครือข่ายสังคม ออนไลน์อื่น ๆ ที่สังกัดอยู่ภายใต้ หน่วยงานของคณะ เพื่อเพิ่มความสามารถในการ เข้าถึงเนื้อหา

2. การพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบบเน้นการมีส่วนร่วมในการประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” สามารถนำไป ผลิตเป็นสิ่งพิมพ์ เพื่อเสริมการรับรู้ได้ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ แสตนด์ หรือโรลอัพ ทั้งนี้เพื่อเพิ่ม ช่องทาง การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ให้ มากขึ้น

8.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาแนวทางและพัฒนาสื่อวีดิทัศน์แบบ Augmented Reality : AR เพื่อการพัฒนาชุดเนื้อหา และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้นการมี ส่วนร่วมในการประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้ เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต”
2. ศึกษาแนวทางและพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก การพัฒนา ชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบเน้น การมีส่วนร่วมในการประกวดคลิปวิดีโอ เรื่อง “ทุนนี้ เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต” โดยนำเสนอแบบ Interactive ทำให้ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อที่นำเสนอได้ ด้วยการเลือกของผู้ใช้สื่อ

9. เอกสารอ้างอิง

- [1] พงศ์ยุทธ์ จันทอง, 2562, โครงการประกวดคลิป วิดีโอสั้น หัวข้อ “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่อนาคต”. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี, กรุงเทพฯ, หน้า 1-5.
- [2] สุภัค ถาวรนิติกุล, 2557, การศึกษาแนวทางเพื่อ พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน, วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- [3] IRUNG, 2555, โปสเตอร์ กับ สื่อการเรียนการสอน [Online], Available: https://startted.blogspot.com/2012/10/blogpost.html?fbclid=IwAR2ku9WjMshENXL2XWYJC3_8L41MJ8KhBnflUjjautORtcPFJYtLBXjohAI, [1 พฤษภาคม 2563].

- [4] สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2551, “การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิต”, รายงานวิจัย, สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- [5] Krupee, 2009, เกณฑ์การแปลผลที่เหมาะสมที่สุดของ Rating Scale [Online], Available: <http://krupee.blogspot.com/2009/09/rating-scale.html/>, [2 มีนาคม 2564].
- [6] กตัญญู ลอยสกุล และคณะ, 2555, การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ บมจ. อสมท โดยระบบป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลแบบควบคุมผ่านเครือข่าย, ปรินญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, หน้า 55-59.
- [7] จาริณี อ้วนขานา, 2558, โปสเตอร์ (Poster) คืออะไร? [Online], Available: https://en.mahidol.ac.th/thai/computer/manual_howtomakeposter.pdf?fbclid=IwAR3HATr3dlzkWY433JVja1IZ3gjMfBpc_-WVTdJDHq-BcwljoyiHQD9jj5Y, [2 พฤษภาคม 2563].
- [8] จุฑามาศ สุดธง และปิยะวรรณ มันทาวิทย, 2558, การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อการเรียนรู้ เรื่องคู่มือการอพยพหนีภัยส้วมข่าวประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร บริษัท อสมท จำกัด(มหาชน), ปรินญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, หน้า 98-104.
- [9] ปกัสร อินทเดช, ฌภัทร ดีเย็น และธัญชนก พิมมหา, 2562, การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สาระบันเทิงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), ปรินญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, หน้า บทคัดย่อ.
- [10] ปรมาพรรณ รวยสำราญ, 2560, การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกร่วมกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ผ่านสื่อและกิจกรรมพิเศษของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เรื่องเตาแม่เหล็กไฟฟ้า, วิทยานิพนธ์ปรินญาเทคโนโลยีมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, หน้า บทคัดย่อ.
- [11] ปิยะดนัย วิเคียน, 2559, ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวิทัศน์ [Online], Available: https://krupiyadanai.wordpress.com/computer4/%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B9%82%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%B5%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C/?fbclid=IwAR1UmP71VaePffEgc4b6VsotuUuCb6pcktE2eSCv1xwkh3-oxLQw__15RoQ, [1 พฤษภาคม 2563].
- [12] สัมมนาออนไลน์, 2557, สื่อสังคมออนไลน์, ความหมาย, ประเภท, เครื่องอุปกรณ์, ประโยชน์-ข้อจำกัด [Online], Available: <http://smforedu.blogspot.com/2014/02/blog-post.html>, [1 พฤษภาคม 2563].
- [13] โสพัฒน์ โสภากิมุข, 2556, การสร้างบทเรียนมัลติมีเดียแอนิเมชัน เรื่อง ศิล 5, วิทยานิพนธ์ปรินญาเทคโนโลยีมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์ เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, หน้า 77-90.
- [14] Kurt, S., 2018, ADDIE Model: Instructional Design [Online], Available: <https://educationaltechnology.net/the-addie-model-instructional-design/>, [1 มีนาคม 2564].