

การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน

The Development of Interactive Public Relations Media Kits to Promote Brand Image Department of Computer Graphics Chetupon Commercial College

เขมทัต บุญพวง*, พรปัทสร ปริญาญกุล และ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์
Khemmathat Boonphoung*, Pornpatsorn Princhanok and Kuntida Thamwipat

ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 126 ถนนประชาธิปไตย แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140
*khemmathat.boo@mail.kmutt.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน และ 2) เพื่อประเมินผลการรับรู้และเพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ แบบประเมินการรับรู้ และแบบประเมินความพึงพอใจ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดำเนินการโดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จากนักเรียนในรายวิชาการสร้างงานโมชันกราฟิก ที่ยินดีตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อ รวมจำนวน 6 ท่าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า มีผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.58) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.38) ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.80) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.67) ดังนั้นชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สามารถนำไปใช้งานได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์, แบบมีปฏิสัมพันธ์, ส่งเสริมภาพลักษณ์, แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก, วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน

Abstract

The objectives of this research were 1) to develop and assess the quality of interactive public relations media for promoting the image of the Department of Computer Graphics at Chetuphon College of Commerce and 2) to assess the perception and satisfaction of the sample with the interactive media for the Department of Computer Graphics Chetuphon Commercial College Content and Media Quality Assessment Form, Perception Assessment Form and Satisfaction Assessment Form. The method used in this research was a purposive sampling method. There was a sample of 30 people from students in the motion graphics program who were willing to answer the questionnaire. The results were evaluated by 6 content and media

experts. The statistics used in the data analysis were mean and standard deviation. The results of the evaluation by experts found that the evaluation of content quality was at a very good level ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.58). The evaluation result of media quality was at a good level ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.38). The evaluation result of perception was at the highest level ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.80) and the evaluation result of sample satisfaction was at the highest level ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.67). Interactive public relations media from the Department of Computer Graphics Chetuphon Commercial College can be used with real quality

Keywords: The Development of Interactive, Public Relations Media Kits, Promote Brand Image, Computer Graphics Department, Chetuphon Commercial College

1. บทนำ

ชุดสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลายอันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น 3 ประเภทคือ 1. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่าง ๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่าง ๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากนี้จะมีผู้บันทึกคำพูดนั้น ๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้ 2. สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออกส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้นหากมีได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้ 3. สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่ไม่ได้เย็บเล่ม เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว เป็นต้น หรือที่เย็บเป็นเล่ม เช่น วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่และมียุคสมัยที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่นในรูปปฏิทิน รูปดอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่นแผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้ [5]

เทคโนโลยี เป็นสิ่งที่มนุษย์พัฒนาขึ้น เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุ หรือ แม้กระทั่งที่ไม่ได้เป็นสิ่งของที่จับต้องได้ เช่น กระบวนการต่าง ๆ

เทคโนโลยี เป็นการประยุกต์ นำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ และก่อให้เกิดประโยชน์ ในทางปฏิบัติ แก่มวลมนุษย กล่าวคือเทคโนโลยีเป็นการนำเอาความรู้ ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่วนที่เป็น ข้อแตกต่างอย่างหนึ่งของเทคโนโลยี กับวิทยาศาสตร์ คือเทคโนโลยีจะขึ้นอยู่กับปัจจัย ทางเศรษฐกิจเป็นสินค้ามีการซื้อขาย ส่วนความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เป็นสมบัติส่วนรวมของ ชาวโลกมีการเผยแพร่โดยไม่มีการซื้อขายแต่อย่างใดกล่าวโดยสรุปคือ เทคโนโลยีสมัยใหม่เกิดขึ้นโดยมีความรู้ทางวิทยาศาสตร์เป็นฐานรองรับลักษณะของเทคโนโลยี

Facebook ถือว่าเป็นหนึ่งแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมจากคนทั่วโลกและทรงอิทธิพลที่สุดในปัจจุบัน เป็นเหมือนสถานที่ ขนาดใหญ่ ที่ผู้ใช้งานแต่ละคนก็จะมีจุดประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป เช่น บางคนใช้เพื่อติดต่อสื่อสาร บางคนใช้ เพื่อหาเพื่อนใหม่ เจอกับสังคมใหม่ ๆ ที่ชื่นชอบอะไรเหมือน ๆ กัน บางคนใช้เพื่อทำการตลาด ขายสินค้าของตัวเองให้กับ กลุ่มเป้าหมายและไม่ว่าการใช้งานของคุณจะเป็นแบบไหน แต่สิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับคนที่ใช้ Social Media ในปัจจุบัน คือ ต้อง อัปเดตข้อมูลและพัฒนาตัวเองตลอดเวลา เพราะทุกแพลตฟอร์มย่อมมีการอัปเดตข้อมูลในทุก ๆ ปี ในปี 2021 Facebook มี จำนวนผู้ใช้งานมากกว่า 2,000 ล้านคนต่อเดือน ซึ่งเพิ่มขึ้น 12% เมื่อเทียบกับปีต่อปีตั้งแต่เดือนกันยายน 2019 โดยเฉลี่ย Facebook มีผู้ใช้งานใช้เวลาอยู่ที่ 34 นาที/วัน ส่วนใหญ่ใช้งานผ่านทางมือถือ คิดเป็น 79.9% ใช้งานทั้งมือถือและคอมพิวเตอร์ คิดเป็น 18.5% และมีเพียง 1.7% เท่านั้นที่ใช้งานแค่คอมพิวเตอร์ ผู้ใช้งานกว่า 36% รับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Facebook [6]

วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน เป็นสถานศึกษาด้านพาณิชยกรรมและบริหารธุรกิจ ได้ก่อตั้งมาเป็นเวลากว่า 50 ปี โดยเริ่ม ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2500 โดยสมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ สมเด็จพระสังฆราชองค์ที่ 17 อดีตเจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ในวันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2500 และชื่อเดิมคือ โรงเรียนวัดพระเชตุพนตั้งตรงจิตรวิทยาลัย ปัจจุบัน คือ "วิทยาลัยเทคโนโลยีตั้งตรงจิตรพาณิชยการ" สังกัดกองโรงเรียนพาณิชยและอุตสาหกรรม กรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ตั้งอยู่บริเวณสังฆาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ท่าเตียน ในการจัดตั้งนั้นเพื่อรับนักเรียนไม่มีที่เรียน โดยขอเช่าอาคารโรงเรียนตั้งตรงจิตรวิทยาลัย ในปีแรก โรงเรียนได้เปิดสอนเพียง 3 สาขาวิชา คือ แผนกพณิชยการ แผนก เลขานุการ และแผนกภาษาต่างประเทศ ต่อมาจำนวนนักเรียนเพิ่มขึ้นจนไม่สามารถรับได้ทั้งหมด รับได้เพียง ปีละ 450 คน เท่านั้น ไม่สามารถขยายได้ เนื่องจากโรงเรียนตั้งอยู่ในเขตวัดในปี พ.ศ. 2511 กรมอาชีวศึกษาได้เช่าที่ดินของ คุณละออ หลิม เสงี่ยมาย ซึ่งมอบให้กับกรมการศาสนา ใช้ประโยชน์ทางการศึกษา หลังจากนั้นโรงเรียนได้เสนอขอเปลี่ยนชื่อเป็น โรงเรียน พณิชยการเชตุพน และคงยังให้ใช้อักษรย่อ พ.ต. ตามเดิม เพื่อให้ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันได้ต่อเนื่องกัน ซึ่งในปัจจุบัน หลักสูตรการเรียนการสอนมีทั้งหมด 2 หลักสูตร คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และ ระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ทั้งหมด 6 แผนกวิชา ได้แก่ สาขาวิชาการบัญชี, สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาการ เลขานุการ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก สาขาวิชาการโรงแรม และ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก [7]

แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบงานกราฟิกเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการสื่อสารและการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล ได้แก่ การออกแบบโปสเตอร์ การออกแบบโลโก้ การออกแบบ ภาพลักษณ์สำหรับองค์กรการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) และการออกแบบกราฟิกสำหรับเว็บไซต์ ศึกษา เกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานด้านดิจิทัลอาร์ตทุกรูปแบบ เพื่อตอบโจทย์การสร้างสรรค์งานในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น การวาดรูปแบบ Digital Paint การปั้นโมเดลแบบ 3 มิติ (3D Sculpture) การวาดภาพประกอบ(Illustration) ศิลปะ ภาพเคลื่อนไหว (Motion Arts) การถ่ายภาพ การสร้างงานวีดิทัศน์ ทักษะการนำเสนอ

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับ การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ [8] การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เทศกาลรับตะวันใหม่ก่อนใครใน สยาม [9] ผู้วิจัยพบว่า ยังไม่มีงานวิจัยที่ดำเนินการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบกับผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการ พัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักเรียน นักศึกษาปัจจุบัน และ ผู้ที่สนใจในการศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) แผนกคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน ได้ทราบถึง ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งออนไลน์ และ ออฟไลน์ โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบ โปสเตอร์ ใบปลิว ไรลัฟ วิดีโอคอนเทนต์ เพจเฟซบุ๊ก

และ อัลบั้มโปส ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน เหตุนี้ผู้วิจัยจึงพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน อย่างมีคุณภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อพัฒนาและหาคุณภาพของชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน
2. เพื่อศึกษาผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ชุดสื่อประชาสัมพันธ์แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิกวิทยาลัยพัฒนการเซตุนที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ได้จริง
2. เป็นแนวทางในการสร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร ที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน ได้ทราบถึงความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ขอบเขตของการวิจัย

2.1.1 ประชากร

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เรื่อง การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน ได้แก่ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่3 ในรายวิชาการสร้างงานโมชันกราฟิก แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน จำนวน 60 คน (งานทะเบียนวิทยาลัยพัฒนการเซตุน ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2564)

2. เพื่อศึกษาผลการรับรู้และศึกษาหาความพึงพอใจในเรื่องการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน ได้แก่ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน ดำเนินการโดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จากนักเรียนในรายวิชาการสร้างงานโมชันกราฟิกที่ยินดีตอบแบบสอบถาม

2.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน ได้ใช้เครื่องมือและเทคนิคต่าง ๆ ในการศึกษาโดยมีลักษณะและวิธีสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการศึกษาดังนี้

1. ชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพัฒนการเซตุน แบ่งได้ดังนี้
 - 1) ชุดสื่อประชาสัมพันธ์ได้แก่
 - โปสเตอร์ จำนวน 3 ชุด
 - ไลน์ จำนวน 1 ชุด

- สื่อโมชันกราฟิก จำนวน 1 ชุด
- อัลบั้มโพสต์เพจเฟซบุ๊ก จำนวน 3 โพสต์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

- 1) แบบประเมินคุณภาพของการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน
- 2) แบบประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างหลังจากชมชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน
- 3) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน

2.1.3 ขอบเขตเนื้อหา

การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนก วิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน มีเนื้อหาดังนี้

สร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์แผนกคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน โดยแบ่งเนื้อหาเป็น สื่อออฟไลน์ ได้แก่ ก. โปสเตอร์ ข. ไรต์อัพ และ สื่อออนไลน์ ก. สื่อโมชันกราฟิก ข. เพจเฟซบุ๊ก ค.อัลบั้มโพสต์

2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยผู้วิจัยได้ทำการศึกษา วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ในการสร้างได้ดำเนินการตามหลักการออกแบบและพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้หลักการแบบ ADDIE Model [10] ที่มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ (Analysis) ในการดำเนินงานผู้วิจัย ได้มีการ วิเคราะห์ ก่อนลงมือปฏิบัติงาน ดังนี้
 - 1) กำหนดวัตถุประสงค์และวิเคราะห์เนื้อหาที่ต้องการจะนำเสนอให้ชัดเจน
 - 2) กำหนดกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาอย่างชัดเจน
 - 3) รวบรวมข้อมูลเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการสร้าง ชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบและวิธีการส่งเสริมภาพลักษณ์ทั้งหมด จากนั้นทำการแบ่งรูปแบบของชุดสื่อประชาสัมพันธ์ เป็น 2 ประเภท ได้แก่ สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสื่อสิ่งพิมพ์
 - 4) กำหนดและวางแผนการดำเนินงาน เพื่อที่จะสามารถดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงตามที่วางแผนไว้และสามารถแบ่งเวลา รวมถึงบริหาร จัดการงานให้สามารถผ่านไปได้ด้วยความเรียบร้อย โดยการวางแผน การทำงาน หรือระบุวัน กำหนดหน้าที่ภาระงานใน แต่ละช่วงของเวลา ที่มีทั้งหมด เพื่อจะเป็นแนวทางในการดำเนินงาน และเป็นกรอบเวลาที่จะทำให้ดำเนินงานตามเป้าหมายที่วางไว้ได้
2. การออกแบบ (Design) ในการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบ การทำงาน ดังนี้
 - 1) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละชิ้น ต้องมีการกำหนดรูปแบบที่ นำเสนอและมีการกำหนดเนื้อหาของแต่ละหัวข้อให้มีความสอดคล้องกัน ต้องมีการกำหนดโทนสีที่จะใช้ในการผลิตสื่อแต่ละชิ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อส่งเสริมภาพลักษณ์หรือสื่อสิ่งพิมพ์รวมถึงการวาดร่างแบบ รายละเอียดงาน ต่าง ๆ ในสื่อแต่ละชิ้น เพื่อให้ทุกชิ้นงานมีรูปแบบเป็นแนวทางเดียวกัน
 - 2) การกำหนดขนาดของสื่อแต่ละชิ้น เนื่องจากมีลักษณะการใช้งาน ที่แตกต่างกัน จึงต้องมีการวัดขนาด และกำหนดขนาดอย่างถูกต้อง เพื่อให้ เหมาะแก่การใช้งาน
 - 3) การกำหนดการนำเสนอของเนื้อหา โดยการจัดเนื้อหาให้มีความสัมพันธ์กันอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้ผู้ที่ได้รับชมสื่อสามารถได้รับ ข้อมูลอย่างถูกต้องและครบถ้วน

3. การพัฒนา (Development) ในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ดังนี้

1) ดำเนินการผลิตสื่อตามที่วางแผนไว้โดยเริ่มจากการผลิตสื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ออกแบบวิทัศน์โมชันกราฟิก ออกแบบโปสเตอร์ จากนั้นทำโรลอัพ เพจเฟสบุ๊ค อัลบั้มโปสการ์ด ตามลำดับ

2) ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหาในชุดสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้และตรวจสอบความสมบูรณ์ของชุดสื่อประชาสัมพันธ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านสื่อของชุดสื่อประชาสัมพันธ์ โดยได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการเพิ่มข้อมูล ปรับภาษาที่ใช้เพียงเล็กน้อย และปรับองค์ประกอบของชุดสื่อในบางส่วน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้ตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ชุดสื่อประชาสัมพันธ์มีความสมบูรณ์

3) การนำไปทดลองใช้ (Implementation) ในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุน ดำเนินการเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่าน ZOOM Meeting และประเมินผ่าน Google Forms เพื่อเปิดชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุน ให้กลุ่มตัวอย่างชม

4) การประเมินผล (Evaluation) หลังจากผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อของชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุนและกลุ่มตัวอย่างได้ชมแล้ว ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างประเมินการรับรู้และประเมินความพึงพอใจ นำไปวิเคราะห์และ สรุปผลต่อไป

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

3.1 ผลการวิจัย

3.1.1 ผลการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุน

การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุนตามแนวทางของ ADDIE MODEL ซึ่งมีการพัฒนาสื่อขึ้น คือ การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุน



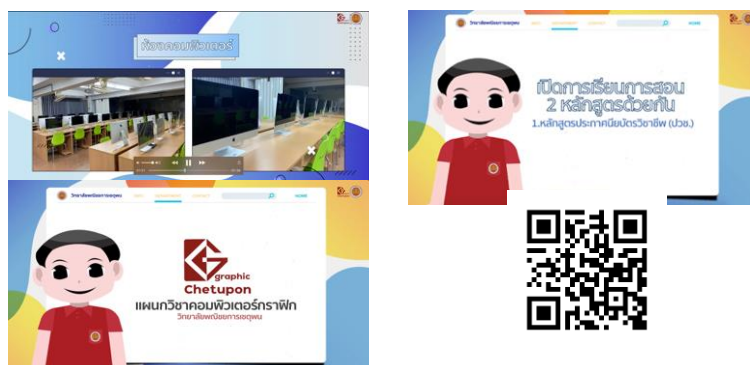
รูปที่ 1 ภาพแสดงผลการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุน โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์วิทัศน์



รูปที่ 2 ภาพแสดงผลการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน อัลบั้มโปส



รูปที่ 3 ภาพแสดงผลการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน โรลอัพแสดงข้อมูลของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน



รูปที่ 4 ภาพแสดงผลการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน โฆษณกราฟิก แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน

3.1.2 ผลจากการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน มาให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบและประเมินคุณภาพ โดยใช้แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้น ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

ผลการประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านเนื้อหา	4.78	0.38	ดีมาก
ด้านการใช้ภาษา	4.89	0.19	ดีมาก
ด้านภาพประกอบ	4.67	0.58	ดีมาก
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.78	0.58	ดีมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน มีค่าเฉลี่ยรวมทุกส่วนมีค่าเท่ากับ 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.58 ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.58) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยจากอันดับแรก คือ ด้านการใช้ภาษา มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.89$, S.D. = 0.19) ค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านเนื้อหา มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.38) และด้านภาพประกอบ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

3.1.3 ผลจากการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน มาให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบ และประเมินคุณภาพ โดยใช้แบบประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้น ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินด้านสื่อการนำเสนอ

ผลการประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านตัวอักษร	4.22	0.38	ดี
ด้านการใช้สีและภาพ	4.44	0.77	ดี
ด้านการออกแบบกราฟิก	4.33	0.72	ดี
ด้านเสียงและคำบรรยาย	4.67	0.58	ดีมาก
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.22	0.38	ดี

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน มีค่าเฉลี่ยรวมทุกส่วนมีค่าเท่ากับ 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.38 ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.38) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยจากอันดับแรก คือ ด้านเสียงและคำบรรยาย มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58) ค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านการใช้สีและภาพ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.77) และด้านการออกแบบกราฟิก มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

3.1.4 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน

ตารางที่ 3 ผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเรื่องการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ท่านรับรู้ว่าเฟซบุ๊กของ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน นำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ในแผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก	4.67	0.71	มากที่สุด
2. ท่านรับรู้แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิกเรียนเกี่ยวกับการออกแบบ การทำกราฟิก ถ่ายภาพ การตัดต่อ	4.60	0.67	มากที่สุด
3. ท่านรับรู้ว่าแผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก เรียนจบแล้วสามารถประกอบอาชีพ นักออกแบบ นักกราฟิกดีไซน์ ช่างภาพ Creative Content Creator	4.80	0.61	มากที่สุด
4. ท่านรับรู้ว่ามีในการทำโปรเจกต์จำนวน 3 ชุดเพื่อประชาสัมพันธ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน	4.50	0.77	มากที่สุด
5. ท่านรับรู้ว่ามีในการทำโรลล์จำนวน 1 ชุดเพื่อประชาสัมพันธ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน	4.53	0.77	มากที่สุด
6. ท่านรับรู้ว่าแผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน เปิดสอนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	4.57	0.93	มากที่สุด
7. ท่านรับรู้กิจกรรมที่แผนกคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน ได้กิจกรรมจิตอาสา กิจกรรมรุ่นพี่รุ่นน้อง	4.47	0.93	มาก
8. ท่านรับรู้ถึงช่องทางการติดต่อสอบถามแผนกคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน	4.63	0.81	มากที่สุด
9. ท่านรับรู้ถึงการเตรียมตัวเพื่อเข้าเรียนแผนกคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน	4.63	0.81	มากที่สุด
10. ท่านรับรู้ถึงบรรยากาศการเรียนการสอนในแผนกคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน	4.63	0.93	มากที่สุด
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.60	0.80	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 จากการวิเคราะห์ผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมทุกส่วนมีค่าเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.80 ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.80) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่าโดยรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ท่านรับรู้ว่าแผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก เรียนจบแล้วสามารถประกอบวิชาชีพอะไรได้บ้าง ($\bar{x} = 4.80$, S.D. = 0.61) มีผลการรับรู้ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ท่านรับรู้เฟซบุ๊กของ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน นำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ในแผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.71) มีผลการรับรู้ในระดับมากที่สุด และท่านรับรู้ถึงบรรยากาศการเรียนการสอนในแผนกคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน ($\bar{x} = 4.63$, S.D. = 0.93) โดยมีการรับรู้ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

3.1.5 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้จากการประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา	4.67	0.66	มากที่สุด
ด้านการใช้ภาษา	4.73	0.64	มากที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้จากการประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ผลการประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเสียงและคำบรรยาย	4.53	0.73	มากที่สุด
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.64	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมทุกส่วนเท่ากับ 4.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.67 ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.67) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการใช้ภาษา ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.64) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านเนื้อหา ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.66) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านเสียงและคำบรรยาย ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.67) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

4. อภิปรายผลการศึกษา

ผู้ศึกษาได้พัฒนาสื่อในรูปแบบโมชันกราฟิก คอนเทนต์ อัลบั้มโพสต์ โรลอัพ สื่อประชาสัมพันธ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์ กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุนและได้ใช้หลักการและแนวคิดของ ADDIE MODEL ในการพัฒนาชิ้นงาน 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) โดยผู้ศึกษาได้ทำการระบุปัญหา ความต้องการในการทำวิจัยและหาวิธีการแก้ไข
2. ขั้นการออกแบบ (Design) คือ การกำหนดรูปแบบรายละเอียดต่าง ๆ ในโครงงาน
3. ขั้นการพัฒนา (Development) คือ ขั้นตอนการออกแบบในส่วนของเนื้อหาและสื่อการนำเสนอ โดยผู้ศึกษาได้นำไปตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ด้าน
4. ขั้นการนำไปใช้ (Implement) เป็นขั้นตอนที่ผู้ศึกษาได้นำสื่อที่ได้ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและดำเนินการปรับปรุงแก้ไข
5. ขั้นการประเมินผล (Evaluation) ที่ผู้ศึกษาได้ทำการวัดและประเมินผลด้วยเครื่องมือต่าง ๆ เช่น แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านสื่อการนำเสนอ แบบประเมินการรับรู้ และแบบประเมินความพึงพอใจ จากนั้นนำผลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสม และตรงกับความต้องการ

ผลการประเมินในส่วนของเนื้อหา โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.58) เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุบิน เอกจิตต์ [11] ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับดีมาก เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.22$ S.D. = 0.38) เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้จัดทำได้นำทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์ มาเป็นแนวทางในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุน นีชั่น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี ของ อรสา ปานขาว [12] กล่าวว่า หลักในการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ โปสเตอร์หนังสือ นามบัตร เป็นต้น ล้วนมีการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ทั้งในส่วนของตัวอักษรหรือข้อความ ภาพประกอบ สีและความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและส่วนประกอบอื่น ๆ และผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัค ถาวรนิติกุล [1] ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน มีผลการประเมินด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดี เท่ากับ ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.60) เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการโดยวิธีเลือกแบบเจาะจงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน นักเรียนในรายวิชาการสร้างงานโมชันกราฟิกที่และยินดีตอบแบบสอบถาม ผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.80) สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ของ ฌ็องฌัก ปิอาเจต์ [3] ให้ความหมายว่าการรับรู้หมายถึงกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือก ที่จะรับรู้สรุปการรับรู้ตีความหมายจากการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์วดี ประภาวิชา พรธนา เอกพรประสิทธิ์ และเสกสรรค์ แยมพิณิจ [2] ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การส่งเสริมภาพลักษณ์สมาคมอาเซียน-ประเทศไทย โดยใช้ชุดสื่อประชาสัมพันธ์ ร่วมกับกระบวนการสื่อสารภาพลักษณ์ มีผลประเมินการรับรู้ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.51) เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการโดยวิธีเลือกแบบเจาะจงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน นักเรียนในรายวิชาการสร้างงานโมชันกราฟิกที่และยินดีตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.67) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการวิจัย เรื่อง การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน มีความต้องการที่จะเผยแพร่ชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน ให้เป็นที่รู้จักบนบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างเพชบุ๊ค อีกทั้งยังเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยะกานต์ สุขแก้ว อัญญาดา กัณหาพงศ์ และ ทิพย์ททัย ทองธรรมชาติ [4] ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอภาคอุบลราชธานี ตำบลแม่สุก อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก ที่มีผลประเมินการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เท่ากับ ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.46) เช่นเดียวกัน

5. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาในการจัดทำโครงงาน รศ. ดร.พรปัทมสร ปริญาญกุล และรศ. ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและชี้แนวทางในการดำเนินการวิจัยที่เป็นประโยชน์ รวมถึงช่วยแก้ไขปัญหาและข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานจนการวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมไปถึงคณาจารย์ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่ได้มอบความรู้และอบรมสั่งสอนประสิทธิภาพวิชาชีพความรู้ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ธุรการทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในทุกด้าน

6. เอกสารอ้างอิง

- [1] สุภัค ถาวรนิติกุล, 2557, การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, ปีที่ 7, ฉบับที่ 2, เดือน พฤษภาคม – สิงหาคม 2557, หน้า 1137-1138.
- [2] . ทิพย์วดี ประภาวิชา พรธนา เอกพรประสิทธิ์ และเสกสรรค์ แยมพิณิจ, การส่งเสริมภาพลักษณ์สมาคมอาเซียน-ประเทศไทย โดยใช้ชุดสื่อประชาสัมพันธ์ ร่วมกับกระบวนการสื่อสารภาพลักษณ์, วารสารกลุ่มมนุษยศาสตร์ – สังคมศาสตร์, ปีที่ 11, ฉบับที่ 1 เดือน มิถุนายน 2561, หน้าบทความ.

- [3] ณัฐวุฒิ สง่างาม, 2552, กระบวนการสื่อสารภายในองค์กรเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, หน้า 30.
- [4] สุริยะกานต์ สุขแก้ว อัญญาดา กันทวงศ์ และ ทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ, 2564, การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก, ครั้งที่ 1, หน้า 391.
- [5] PUBLIC RELATION, ม.ป.ป., ความหมายของสื่อประชาสัมพันธ์ [Online], Available: <https://baanaor.weebly.com/36273609365636233618360736373656-3.html>, [18 กรกฎาคม 2564].
- [6] Fastket, 2021, เผยข้อมูลสถิติและพฤติกรรมการใช้งาน Facebook ในปี 2021 [Online], Available: <https://www.fastket.co/single-post/เผยช-อม-ลสถ-ต-และพฤติกรรมการใช้-งาน-facebook-ในปี-2021>, [18 กรกฎาคม 2564].
- [7] วิกีพีเดีย, 2564, วิทยาลัยพณิชยการเซตุน [Online], Available: <https://th.wikipedia.org/wiki/วิทยาลัยพณิชยการเซตุน> สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร, [18 กรกฎาคม 2564].
- [8] ณัฏพร วรคุณพิเศษ, 2556, การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ [Online], Available: http://ir.swu.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/4318/Nattaporn_W.pdf?sequence=2&isAllowed=y, [18 กรกฎาคม 2564].
- [9] ประสิทธิ์ สิงหาสิน, 2560, การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เทศกาลรับตะวันใหม่ก่อนใครในสยาม [Online], Available: https://www.ubu.ac.th/web/files_up/30f2019050114405565.pdf, [18 กรกฎาคม 2564].
- [10] ประพันธ์ พงษ์ทองวงศ์, แนวคิดเรื่อง ADDIE MODEL [Online], Available: http://mcpswis.mcpc.ac.th/html_edu/mcp/temp_informed/11163.pdf, [9 กันยายน 2564].
- [11] สุบิน เอกจิตต์, การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6, [Online], Available: <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3481/1/RMUTT-160394.pdf>, [24 ตุลาคม 2564].
- [12] อรสา ปานขาว, 2559, การออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ [Online], Available: <http://www.stou.ac.th/offices/Oce/kmoce1/บันทึกความรู้การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์.pdf>, [18 กรกฎาคม 2564].