

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และ แนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย The Development of Infographic Public Relations Media on the Code of Ethics B.E. 2567 and Dos and Don'ts Guidelines to Raise Awareness for Chulalongkorn University Community

เพียงเพ็ญ จิรัชัย^{1*} อวิรุทธิ์ ฉัตรมาลาทอง^{2*} พียดา ศรีวรมย์¹ และ แสงตะวัน อนุตอรียกุล¹
Peangpen Jirachai^{1*}, Awirut Chatmalathong^{2*}, Phiyada Sriwarom¹ and Sangtawan Anutaraariyakun¹

¹สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

126 ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140

²ศูนย์บริหารความเสี่ยง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาคารจามจุรี 5 ชั้น 6

ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

¹Educational Technology and Mass Communication, Faculty of Industrial Education and Technology ,
King Mongkut's University of Technology Thonburi

126 Pracha-Uthit Road, Bang Mod, Thung Khru, Bangkok 10140

²Risk Management Center, Chulalongkorn University Chamchuri 5 Building, 6th Floor Phayathai Road,
Wang Mai, Pathumwan, Bangkok 10330

*peangpen.jir@kmutt.ac.th, *Awirut.C@chula.ac.th

Received: 07/07/2025, Revised: 07/08/2025, Accepted: 11/09/2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2) ประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts 3) ประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts และ 4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ 1) สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อ 3) แบบประเมินการรับรู้ และ 4) แบบประเมินความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มไลน์ CU-ITA Agent โดยการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 40 คน ผลการวิจัย พบว่า ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.90, S.D. = 0.49) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.72) ผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.81) และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.46, S.D. = 0.73) ดังนั้น การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีคุณภาพและนำไปใช้ในการสร้างการรับรู้ได้

คำสำคัญ: ข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567, แนวปฏิบัติ Dos & Don'ts, สื่อประชาสัมพันธ์, อินโฟกราฟิก

Abstract

This research aimed to 1) develop infographic public relations media on the Code of Ethics B.E. 2567 and Dos and Don'ts Guidelines to raise awareness for Chulalongkorn University community. 2) evaluate the quality of infographic public relations media to raise awareness of the Code of Ethics B.E. 2567 and Dos and Don'ts guidelines 3) assess the perception of the sample group towards the infographic public relations media to raise awareness of the Code of Ethics B.E. 2567 and Dos and Don'ts guidelines, and 4) evaluate the satisfaction of the sample group with the infographic public relations media to raise awareness of the Code of Ethics B.E. 2567 and Dos and Don'ts guidelines. The research tools used in this study were: 1) infographic public relations media to raise awareness of the Code of Ethics B.E. 2567 and Dos and Don'ts guidelines. 2) Content and media quality assessment form. 3) the perception assessment form, and 4) the satisfaction assessment form. The sample group in this study consisted of CU-ITA Agent Line group members, selected through simple random sampling, totaling 40 participants. The research results revealed that the quality of the content was at a very good level ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.49), the quality of the media was at a good level ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.72), the perception of the sample group was at a high level ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.81) and the satisfaction of the sample group was also at a high level ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.73). Therefore, the development of infographic public relations media to raise awareness of the Code of Ethics B.E. 2567 and Dos and Don'ts Guidelines for Chulalongkorn University community is considered to be of high quality and practical for use.

Keywords: Code of Ethics B.E. 2567, Dos and Don'ts Guidelines, Public Relations Media, Infographic

1. บทนำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้เผยแพร่ ข้อบังคับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ว่าด้วยประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 ซึ่งเป็นข้อบังคับใหม่เกี่ยวกับประมวลจริยธรรม โดยอำนาจตามมาตรา 21 (2) ของพระราชบัญญัติจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2551 และมาตรา 20 ของพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 รวมถึงข้อ 7 (2) ของข้อบังคับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่อง ธรรมนูญของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2564 ในการประชุมสภามหาวิทยาลัย ครั้งที่ 883 ประกาศ ณ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 [1] และศูนย์กฎหมายและนิติการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย[2]ได้จัดทำเอกสารแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts การประพฤติตนตามจริยธรรมหลักของมหาวิทยาลัยขึ้นมาเมื่อต้นเดือนเมษายน พ.ศ. 2567 ที่ผ่านมา ซึ่งนายกสภามหาวิทยาลัย กรรมการสภามหาวิทยาลัย ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน คณาจารย์ และนิสิต ต้องประพฤติตนตามจริยธรรมที่กำหนดไว้ในข้อบังคับโดยเคร่งครัด

ศูนย์บริหารความเสี่ยง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย[3] ในฐานะคณะทำงานด้านความโปร่งใสและเสริมสร้างคุณธรรมในการดำเนินงานระดับมหาวิทยาลัย พบว่า ปัญหาหลักของประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 คือ เป็นข้อมูลที่มีการประกาศออกมาใหม่ แต่รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ยังอยู่ในรูปแบบไฟล์เอกสาร PDF ที่มีข้อมูลตัวอักษรจำนวนมาก ทำให้อ่านได้ยาก และยากต่อการจดจำ อีกทั้งปัญหาของแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เป็นข้อมูลที่เพิ่งจัดทำและเรียบเรียงขึ้นมาใหม่โดยยังไม่มีมีการประกาศเผยแพร่ และข้อมูลยังอยู่ในรูปแบบไฟล์ Word ทางศูนย์บริหารความเสี่ยง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงมีความต้องการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสวยงาม น่าอ่าน ดึงดูดความสนใจได้ ง่ายต่อการจดจำและเข้าใจเนื้อหา เพื่อนำมาประชาสัมพันธ์ให้กับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่อสร้างการรับรู้ต่อข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts

ในปัจจุบันพฤติกรรมในการเข้าถึงข้อมูลของคนมีความรวดเร็วมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องการอ่าน ผู้อ่านมักต้องการได้รับข้อมูลที่ฉับไว กระชับ เข้าใจง่าย หากต้องเสียเวลาในการอ่านหรือศึกษาข้อมูลนาน ๆ อาจทำให้หมดความสนใจ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสถิติจำนวนประชากรโลก หากนำเสนอในรูปแบบของข้อความ ก็อาจทำให้ผู้อ่านรู้สึกเบื่อหน่ายและไม่อยากอ่านได้ ดังนั้นสื่ออินโฟกราฟิกจึงช่วยแก้ปัญหาหลักข้อนี้นี้ นับว่าเป็นสื่ออีกหนึ่งรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจและมีประโยชน์สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับข้อมูลทุกประเภท [4] ซึ่งพบว่า สื่ออินโฟกราฟิกถือเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลมากที่สุดอย่างหนึ่ง

ในการสื่อสารข้อมูลกับผู้รับสาร เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์รับรู้ข้อมูล ผ่านประสาทสัมผัสทางตาหรือการมองเห็นมากถึงร้อยละ 70 และสมองของมนุษย์ถูกออกแบบมาโดยธรรมชาติให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลจากประสาทสัมผัสทางตามากกว่าร้อยละ 50 นอกจากนี้มนุษย์สามารถประมวลผลข้อมูลจากภาพได้เร็วกว่าข้อมูลที่เป็นข้อความ เพราะเมื่ออ่านข้อความจะต้องใช้เวลาในการจินตนาการและประมวลผลข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งที่อ่าน แต่รูปภาพอินโฟกราฟิกได้เข้ามาช่วยหรือลดเวลาในการรับรู้ได้อย่างมาก[5]

ดังนั้น ทางคณะผู้วิจัยจึงนำสื่ออินโฟกราฟิกมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เนื่องจากสื่ออินโฟกราฟิกเป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของกราฟิกหรือภาพประกอบ โดยการนำข้อมูลจำนวนมากหรือมีความซับซ้อน มาอธิบายให้กระชับ เข้าใจง่าย และสวยงามน่าอ่าน ผ่านการใช้ภาพประกอบ เส้นกราฟ สี แผนภูมิ แผนผัง หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการนำเสนอข้อมูลเหล่านั้น โดยที่ผู้อ่านจะได้ไม่ต้องเสียเวลาอ่านข้อความจำนวนมาก สามารถจดจำได้นาน ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น [6]

จากความสำคัญที่ได้กล่าวมาข้างต้นทางคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกขึ้นมานั้น เพื่อให้ประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts มากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกในเรื่องอื่น ๆ ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2.2 เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2.3 เพื่อประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ทบทวนวรรณกรรม

ประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา บุคลากรและผู้ปฏิบัติงานอื่นในสถาบันอุดมศึกษา คือ หลักเกณฑ์ การประพฤติปฏิบัติอย่างมีคุณธรรมของข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา บุคลากร และผู้ปฏิบัติงานอื่นในสถาบันอุดมศึกษาเกี่ยวกับสภาพคุณงามความดีที่เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องยึดถือสำหรับการปฏิบัติงาน การตัดสินใจถูกผิด การปฏิบัติที่ควรกระทำหรือไม่ควรกระทำ ตลอดจนการดำรงตนในการกระทำความดีละเว้นความชั่ว [7] จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้เผยแพร่ ข้อบังคับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ว่าด้วย ประมวลจริยธรรม 2567 ซึ่งเป็นข้อบังคับใหม่เกี่ยวกับประมวลจริยธรรม ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและความรับผิดชอบในการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัย ระบุค่านิยมและกลไกในการปฏิบัติตามมาตรฐานนี้ให้ทุกประเภทของบุคลากรในมหาวิทยาลัย เพื่อให้การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและมีความโปร่งใสมากยิ่งขึ้น[1]

อินโฟกราฟิก คือ การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของกราฟิกหรือภาพประกอบ โดยการนำข้อมูลจำนวนมากหรือมีความซับซ้อน มาอธิบายให้กระชับ เข้าใจง่าย และสวยงามน่าอ่าน ผ่านการใช้ภาพประกอบ เส้นกราฟ สี แผนภูมิ แผนผัง หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการนำเสนอข้อมูลเหล่านั้น โดยที่ผู้อ่านจะได้ไม่ต้องเสียเวลาอ่านข้อความจำนวนมาก [4] ซึ่งการออกแบบอินโฟกราฟิกมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ภาพและเสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้มากพอแล้วนำมาสรุปวิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพจึงจะดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติม กราฟิกที่ใช้อาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม ตาราง แผนที่ ฯลฯ จัดทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น สิ่งสำคัญของอินโฟกราฟิก คือ การแปลงข้อมูล

ตัวอักษรออกมาให้เป็นรูปภาพ ดังนั้น ในการออกแบบจึงจำเป็นต้องออกแบบภาพให้เข้าใจง่าย และสื่อความหมาย ไม่ควรใช้ภาพที่มีรายละเอียดมากเกินไป เนื่องจากจะทำให้ยากต่อการจดจำ ซึ่งรูปแบบภาพที่เป็นที่นิยม คือ การใช้ไอคอน หรือ ภาพกราฟิกที่ไม่ซับซ้อน ในการสื่อความหมาย และใช้สีในการออกแบบไม่มากเกินไป ประมาณ 3-4 สี เท่านั้น [6]

สื่อประชาสัมพันธ์ คือ ช่องทางการสื่อสารที่นำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการกระจายข้อมูล ข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง ด้วยวิธีการอาศัย การใช้สื่อต่าง ๆ ที่หลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับเรื่องอะไร หรืออย่างไร และต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน มีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและ พฤติกรรมของบุคคลในสังคม [8]

การรับรู้ คือ กระบวนการจัดการหรือตีความหมายของสิ่งบุคคลนั้นได้สัมผัสจากประสาทสัมผัสของตนเอง โดยการตีความจะอาศัยประสบการณ์ การเรียนรู้ ทัศนคติ และค่านิยมของตน และเมื่อรับรู้เรื่องนั้นในลักษณะใด ก็จะมีพฤติกรรมที่แสดงออกไปในลักษณะนั้นด้วย ซึ่งกระบวนการของการรับรู้ เป็นกระบวนการที่สัมพันธ์กันระหว่างความเข้าใจ ความคิด ความรู้สึก ความจำ การเรียนรู้ การตัดสินใจ กระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นได้จะต้องมีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่

1. สิ่งเร้า (Stimulus) ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมรอบกายที่เป็น คน สัตว์ และ สิ่งของ
2. ประสาทสัมผัส (Sense Organs) ที่จะทำให้เกิดความรู้สึกรับรู้ เช่น ตามองเห็น หูได้ยิน จมูกได้กลิ่น ลิ้นรับรส และ ผิวหนังรู้สึกร้อนหนาว
3. ประสบการณ์ หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่สัมผัส
4. การแปลความหมายของสิ่งเร้าที่สัมผัส โดยสมองจะทำหน้าที่ทบทวนประสบการณ์หรือความรู้เดิมว่าสิ่งเร้านั้นคืออะไร นอกจากนี้แล้วสิ่งที่ต้องพิจารณาเพิ่มเติมนอกจากกระบวนการรับรู้ที่นำไปสู่การแปลความหมายแล้ว ยังต้องพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ ซึ่งได้แก่ ผู้รับรู้ เป้าหมายที่จะรับรู้ และบริบทหรือสถานการณ์ของการรับรู้ [9]

จากการทบทวนวรรณกรรม ประมวลจริยธรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา บุคลากร และผู้ปฏิบัติงานอื่นในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งเป็นหลักการประพฤติปฏิบัติที่จำเป็นต้องรับรู้ และปฏิบัติตาม เพื่อเป็นการตัดสินใจความถูกต้อง การปฏิบัติที่ควรกระทำหรือไม่ควรกระทำ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ในประมวลจริยธรรม การส่งเสริมการรับรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้อ่าน โดยไม่จำเป็นต้องเสียเวลาอ่านข้อความจำนวนมาก สามารถจดจำเนื้อหาได้นาน ทำให้การสื่อสารข้อมูลมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นรูปแบบสื่อที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการกำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่เป็นสมาชิกเครือข่ายผู้แทนความโปร่งใสและคุณธรรม (CU-ITA Agent) ศูนย์บริหารความเสี่ยง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย [3] ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มไลน์ CU-ITA Agent จำนวน 754 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกเครือข่ายผู้แทนความโปร่งใสและคุณธรรม (CU-ITA Agent) ศูนย์บริหารความเสี่ยง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เป็นสมาชิกกลุ่มไลน์ CU-ITA Agent ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากจำนวนประชากร(คิดเป็นร้อยละ) [10] ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน

4.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (research and development) โดยใช้หลักการและแนวคิดของ ADDIE MODEL [11] ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการวิเคราะห์ (Analyze) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิจัยครั้งนี้ พบว่า เนื้อหาข้อมูลการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts ยังมีปัญหาด้านสื่อประชาสัมพันธ์ที่ยังอยู่ในรูปแบบข้อมูลดิบ เป็นตัวอักษรจำนวนมาก ซึ่งยากต่อการจดจำ ศูนย์บริหารความเสี่ยงมีความต้องการที่จะได้สื่อเพื่อนำมาประชาสัมพันธ์ ทางผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาของข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts สรุปประเด็นสำคัญ จัดทำข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกขนาดเล็กสำหรับการเผยแพร่ทางกลุ่มไลน์ CU-ITA Agent จากนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้งานในลำดับขั้นถัดไป

2. ขั้นตอนการออกแบบ (Design) จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและศึกษาข้อมูลนำมาเรียบเรียงเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิก ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1) การออกแบบข้อมูล

2.2) การออกแบบผังงาน

2.3) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิก

ในส่วนของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านการนำเสนอ แบบประเมินการรับรู้ และแบบประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้สร้างและนำแบบประเมินทุกฉบับไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลประเมินความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ปรับปรุงแก้ไขข้อคำถาม โดยได้แบบประเมินทุกฉบับที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.66-1.00

3. ขั้นตอนการพัฒนา (Develop) ดำเนินการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts โดยการนำสาระสำคัญต่าง ๆ มาจัดหมวดหมู่ จัดทำอินโฟกราฟิกและจัดทำภาพประกอบกราฟิกต่าง ๆ ดำเนินการศึกษาคูณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกใน 2 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบสื่อ โดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของเนื้อหาและสื่อ จากนั้นนำข้อเสนอแนะต่าง ๆ ไปดำเนินการปรับปรุงให้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. ขั้นการนำไปใช้ (Implement) ผู้วิจัยนำสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกที่ผ่านการหาคุณภาพ และข้อเสนอแนะมาปรับปรุงเพื่อให้สื่อมีความเหมาะสมต่อการใช้งานมากขึ้น จากนั้นจึงนำไปเผยแพร่ทางกลุ่มไลน์ CU-ITA Agent ให้กลุ่มตัวอย่างสมาชิกกลุ่มไลน์ CU-ITA Agent จำนวน 40 คนได้ศึกษาข้อมูลข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts ในสื่ออินโฟกราฟิกและตอบแบบสอบถาม

5. ขั้นตอนการประเมิน (Evaluate) หลังจากนำสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกเผยแพร่กับกลุ่มตัวอย่าง ขอความร่วมมือให้กลุ่มตัวอย่างประเมินผลการรับรู้ และประเมินความพึงพอใจ เมื่อได้รับข้อมูลครบตามจำนวน ผู้วิจัยนำผลการประเมินไปดำเนินการวิเคราะห์ คำนวณทางสถิติ และสรุปผลต่อไป

4.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

1. ชี้แจงขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ขอร่วมมือในการดำเนินการให้ครบทุกขั้นตอน

2. เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างศึกษารายละเอียดในสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิก

3. หลังจากกลุ่มตัวอย่างศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เรียบร้อยแล้ว กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินการรับรู้ และแบบประเมินความพึงพอใจ

4. ผู้วิจัยตรวจสอบความครบถ้วนของแบบประเมิน และนำผลการประเมินที่ได้ ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีการวิเคราะห์ผลจากแบบประเมินคุณภาพ การรับรู้ และความพึงพอใจ โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [12] โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

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

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกสาระสำคัญในข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts นำเสนอข้อมูลสาระสำคัญเป็นตัวหนังสือ ข้อความ ภาพกราฟิก โดยใช้สีสันสดใส และมีภาพกราฟิกประกอบทุกภาพ จำนวน 2 ชุด ประกอบด้วย

1. สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 จำนวน 10 ภาพ ประกอบด้วย ปก ที่มาของจริยธรรม เนื้อหาของจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแหล่งศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม
2. สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts จำนวน 10 ภาพ ประกอบด้วย ปก และเนื้อหาการกระทำที่พึงปฏิบัติและไม่พึงปฏิบัติตามจริยธรรมหลักของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังภาพตัวอย่างต่อไปนี้



รูปที่ 1 ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิก เรื่อง ข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567



รูปที่ 2 ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิก เรื่อง แนวปฏิบัติ Dos & Don'ts

5.2 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ผลการประเมินดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เนื้อหามีความถูกต้อง และมีการอ้างอิงที่เชื่อถือได้	5.00	0.00	ดีมาก
2. เนื้อหามีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	5.00	0.00	ดีมาก
3. เนื้อหามีความทันสมัยเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน	5.00	0.00	ดีมาก
4. เนื้อหามีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์	5.00	0.00	ดีมาก
5. ภาษาที่ใช้มีความเหมาะสมกับเนื้อหา	5.00	0.00	ดีมาก
6. ภาษาที่ใช้อธิบายเนื้อหาเข้าใจได้ง่าย	4.67	0.58	ดีมาก
7. การเรียงลำดับเนื้อหามีความต่อเนื่องช่วยให้เกิดความเข้าใจข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts	5.00	0.00	ดีมาก
8. อินโฟกราฟิกสื่อสารความหมายของเนื้อหาได้ชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
9. อินโฟกราฟิกช่วยส่งเสริมความเข้าใจภาพสรุปของข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts	4.67	0.58	ดีมาก
10. อินโฟกราฟิกมีประโยชน์และช่วยให้ประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเข้าใจจริยธรรมและการปฏิบัติตนมากขึ้น	5.00	0.00	ดีมาก
รวม	4.90	0.49	ดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า โดยภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยมาก

ที่สุด ได้แก่ เนื้อหาที่มีความถูกต้อง และมีการอ้างอิงที่เชื่อถือได้ เนื้อหาที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย เนื้อหาที่มีความทันสมัย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน เนื้อหาที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ ภาษาที่ใช้มีความเหมาะสมกับเนื้อหา การเรียงลำดับเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องช่วยให้เกิดความเข้าใจข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts และอินโฟกราฟิกมีประโยชน์และช่วยให้ประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเข้าใจจริยธรรมและการปฏิบัติตนมากขึ้น มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) รองลงมา ได้แก่ ภาษาที่ใช้อธิบายเนื้อหาเข้าใจได้ง่าย และอินโฟกราฟิกสื่อสารความหมายของเนื้อหาได้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

5.3 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อ จำนวน 3 ท่าน ผลการประเมินดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านอินโฟกราฟิก			
1. อินโฟกราฟิก สื่อความหมายได้สอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	ดีมาก
2. มีการจัดวางองค์ประกอบของอินโฟกราฟิกได้อย่างเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
3. อินโฟกราฟิกที่ใช้ประกอบเนื้อหามีความสวยงาม	4.33	0.58	ดี
4. อินโฟกราฟิกมีสีสันที่ดึงดูดความสนใจ	4.33	1.15	ดี
5. อินโฟกราฟิกแสดงข้อมูลการสรุปได้ครอบคลุมและน่าสนใจ	3.67	0.58	ดี
รวมด้านอินโฟกราฟิก	4.33	0.69	ดี
ด้านตัวอักษรและข้อความ			
1. รูปแบบตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
2. ขนาดตัวอักษรเห็นได้ชัดเจน	3.67	0.58	ดี
3. ความเหมาะสมในการจัดวางตัวอักษร	3.67	0.58	ดี
4. สีของตัวอักษรเห็นได้ชัดเจนและง่ายต่อการอ่าน	4.00	1.00	ดี
5. การใช้สีเน้นความสำคัญของข้อความมีความเหมาะสม ชัดเจน ดึงดูดสายตา	4.00	1.00	ดี
รวมด้านตัวอักษรและข้อความ	4.00	0.75	ดี
รวม	4.17	0.72	ดี

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า โดยภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านอินโฟกราฟิกมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.69) รองลงมา ได้แก่ ด้านตัวอักษรและข้อความมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

5.4 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการประเมินดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (N=40)

รายการประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ท่านรับรู้ข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	4.27	0.78	มาก
2. ท่านรับรู้ถึงที่มาของประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	4.23	0.86	มาก
3. ท่านรู้ว่าจริยธรรมหลักของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมี 9 ประการ	4.23	0.77	มาก
4. ท่านรู้ว่าแนวทางการปฏิบัติตามประมวลจริยธรรมของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีผู้ใดเกี่ยวข้องบ้าง	4.27	0.78	มาก
5. ท่านรู้ว่าประมวลจริยธรรมสำหรับ “นายกสภามหาวิทยาลัยและกรรมการสภามหาวิทยาลัย” มี 4 ประการ	4.13	0.90	มาก
6. ท่านรู้ว่าประมวลจริยธรรมสำหรับ “ผู้บริหารมหาวิทยาลัย” มี 7 ประการ	4.13	0.90	มาก
7. ท่านรู้ว่าประมวลจริยธรรมสำหรับ “คณาจารย์” มี 6 ประการ	4.17	0.83	มาก
8. ท่านรู้ว่าประมวลจริยธรรมสำหรับ “ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย” มี 9 ประการ	4.20	0.81	มาก
9. ท่านรู้ว่าประมวลจริยธรรมสำหรับ “นิสิต” มี 4 ประการ	4.17	0.87	มาก
10. ท่านรู้ว่าจะสามารถศึกษารายละเอียดประมวลจริยธรรมเพิ่มเติมได้จากที่ใด	4.20	0.81	มาก
11. ท่านรับรู้และเข้าใจว่าแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts สอดคล้องกับจริยธรรมหลักของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 9 ประการ	4.13	0.86	มาก
12. ท่านรู้ว่าหัวข้อ 1 ยึดมั่นในสถาบันหลักของประเทศ อันได้แก่ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์และการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้	4.33	0.76	มาก
13. ท่านรู้ว่าหัวข้อ 2 ชื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมาตามกฎหมายตามครรลองคลองธรรม โปร่งใสและตรวจสอบได้ ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้	4.33	0.76	มาก
14. ท่านรู้ว่าหัวข้อ 3 กล้าตัดสินใจ และกล้ายืนหยัดกระทำในสิ่งที่ถูกต้องชอบธรรม ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้	4.33	0.76	มาก
15. ท่านรู้ว่าหัวข้อ 4 ถือประโยชน์ส่วนรวมเหนือกว่าประโยชน์ส่วนตน ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้	4.40	0.77	มาก
16. ท่านรู้ว่าหัวข้อ 5 ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังความสามารถให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้	4.33	0.76	มาก
17. ท่านรู้ว่าหัวข้อ 6 มีความเที่ยงธรรม เสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้	4.33	0.80	มาก
18. ท่านรู้ว่าหัวข้อ 7 ดำรงตนเป็นแบบอย่างที่ดี และรักษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้	4.37	0.81	มาก
19. ท่านรู้ว่าหัวข้อ 8 เคารพความเห็นที่แตกต่าง ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้	4.33	0.80	มาก
20. ท่านรู้ว่าหัวข้อ 9 ไม่กระทำการอันเป็นที่เห็นประจักษ์ว่าจะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้	4.33	0.80	มาก
รวม	4.26	0.81	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีผลการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านรับรู้ว่าหัวข้อ 4 ถือประโยชน์ส่วนรวมเหนือกว่าประโยชน์ส่วนตน ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้ มีผลการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.77) รองลงมา คือ ท่านรับรู้ว่าหัวข้อ 7 ดำรงตนเป็นแบบอย่างที่ดี และรักษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ว่าสิ่งใดปฏิบัติได้หรือไม่ได้ มีผลการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

5.5 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการประเมินดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (N=40)

รายการประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เนื้อหาของอินโฟกราฟิกมีความน่าเชื่อถือ กระชับ และเข้าใจง่าย	4.50	0.68	มาก
2. รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้มีความชัดเจน อ่านง่าย	4.43	0.73	มาก
3. อินโฟกราฟิกเน้นความสำคัญ อ่านและเข้าใจง่าย	4.47	0.73	มาก
4. อินโฟกราฟิกมีความสวยงาม น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม	4.40	0.81	มาก
5. อินโฟกราฟิกทำให้ทราบข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts	4.47	0.73	มาก
6. อินโฟกราฟิกทำให้ทราบสิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติตามจริยธรรมหลักของมหาวิทยาลัย	4.43	0.73	มาก
7. เนื้อหา มีประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.53	0.68	มากที่สุด
รวม	4.46	0.73	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.73) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เนื้อหา มีประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.68) รองลงมา คือ อินโฟกราฟิกเน้นความสำคัญ อ่านและเข้าใจง่าย และอินโฟกราฟิกทำให้ทราบข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

6. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยสาระสำคัญในข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts ได้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบข้อความที่กระชับ ภาพ กราฟิกโดยใช้สีที่สดใสและมีภาพกราฟิกประกอบทุกภาพ จำนวน 2 ชุด ชุดละ 10 ภาพ รวม 20 ภาพ ซึ่งผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.49) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับ

ดี ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.72) ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.81) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.73) ดังนั้นสื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีคุณภาพ และใช้ได้อย่างต่อเนื่องโดยสามารถเผยแพร่ได้ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์ และการประชาสัมพันธ์ตามบอร์ดต่างๆภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งในด้านองค์ความรู้ทางนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากการวิจัยนี้คือ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกช่วยเพิ่มการจดจำในข้อมูลทางด้านจริยธรรม กฎ ระเบียบ ที่มีจำนวนมากให้สื่อสารได้อย่างกระชับ สร้างความน่าเชื่อถือ และสามารถสร้างการรับรู้ของประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยบนโซเชียลมีเดียได้

6.2 อภิปรายผล

ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้นำหลักการและแนวคิด ADDIE MODEL [11] มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกซึ่งเป็นกระบวนการในการพัฒนาสื่อที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการวิเคราะห์ 2) ขั้นตอนการออกแบบ 3) ขั้นตอนการพัฒนา 4) ขั้นตอนการนำไปใช้ และ 5) ขั้นตอนการประเมินผล ซึ่งได้มีการใช้หลักการดังกล่าวในการพัฒนาสื่ออย่างเป็นระบบ และประยุกต์ใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสมโดยผ่านกระบวนการของการวิเคราะห์สาระสำคัญ การออกแบบกราฟิกต่าง ๆ และการดำเนินการตามขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรปภัตสร ปริญาญกุล และคณะ [13] ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกแบบอัลบั้มโพสต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรเอกชน โดยมีการใช้แนวคิด ADDIE MODEL [11] ในการออกแบบและสร้างอินโฟกราฟิก ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า สื่ออินโฟกราฟิกแบบอัลบั้มโพสต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรเอกชนที่พัฒนาขึ้น สามารถนำไปใช้งานได้จริงอย่างมีคุณภาพ

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.17) ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล ทฤษฎี และเนื้อหาเกี่ยวข้องกับข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ พร้อมทั้งปรึกษาผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนี้ให้ตรวจสอบเนื้อหา มีการตรวจสอบความถูกต้องและสรุปเป็นประเด็นสำคัญเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหุขัย ยิ่งประทานพร [14] ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยได้มีการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลเนื้อหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ ถูกต้อง ครบถ้วน และได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผลการศึกษามีคุณภาพด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.59) เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อของสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.72) ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยได้มีการประยุกต์ใช้หลักการสร้างและพัฒนาสื่อ ADDIE MODEL [11] มาวางแผนการทำงาน ในขั้นตอนการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิก โดยมีการวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาตามขั้นตอน จึงส่งผลให้การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีรูปแบบตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจนจากการใช้สีสันทันทีเน้นความสำคัญของตัวอักษรและง่ายต่อการอ่าน สื่ออินโฟกราฟิกสามารถสื่อสารความหมายได้สอดคล้องกับเนื้อหา และได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติพนธ์ สิริไวยทางกูร [15] ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะศิลปศึกษา โดยได้มีการวางแผนและออกแบบการพัฒนาสื่อตามขั้นตอนแนวคิด ADDIE MODEL [11] และนำสื่อที่พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพสื่อก่อนนำไปใช้จริง ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพสื่ออินโฟกราฟิกโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.49)

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น โดยรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.81) ทั้งนี้เพราะสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts ได้มีการออกแบบให้มีการนำเสนอข้อมูลเนื้อหาที่น่าสนใจโดยอธิบายให้กระชับ เข้าใจง่าย มีความสวยงาม มีภาพประกอบทุกภาพในสื่ออินโฟกราฟิก ทำให้ดึงดูดความสนใจของกลุ่มตัวอย่างได้ สามารถ

ตีความหมายของข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกได้โดยง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอินโฟกราฟิกของ ชูโท วอทอง [6] ที่กล่าวว่า การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่ออกแบบเป็น ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน เพื่อนำเสนอข่าวสารข้อมูล ขั้นตอนการดำเนินงาน (How to) ให้ความรู้ ข้อบังคับ กฎระเบียบ ตลอดจนการประกาศแจ้งเตือน ประโยชน์ของ Infographic สามารถทำให้ผู้อ่าน เข้าถึง เข้าใจเนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อได้ง่ายขึ้นและรวดเร็วขึ้น เนื่องจากข้อมูล Infographic ผ่านการสรุป เรียบเรียงให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย สื่อสารอย่างตรงไปตรงมา และนำเสนอข้อมูลปริมาณมากด้วยแผนภาพภาพเดียว ด้วยข้อมูลที่ถูกต้องตรง มาเป็นอย่างดี ทำให้ผู้อ่าน เข้าใจได้ง่าย เป็นวิธีการนำเสนอข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติม ทำให้การ สื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกถือเป็นการสร้างสิ่งเร้าให้กลุ่มตัวอย่างได้ใช้ประสาทสัมผัส ต่าง ๆ ในการรับรู้สื่อนั้น สอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ของภรดี เทพคายน์ [9] ที่กล่าวว่า กระบวนการจัดการหรือ ตีความหมายของสิ่งเร้าที่บุคคลนั้นได้สัมผัสจากประสาทสัมผัสของตนเอง โดยการตีความจะอาศัยประสบการณ์ การเรียนรู้ ทักษะ และค่านิยมของตน และเมื่อรับรู้เรื่องนั้นในลักษณะใด ก็จะมีพฤติกรรมที่แสดงออกไปในลักษณะนั้นด้วย ซึ่ง กระบวนการของการรับรู้ เป็นกระบวนการที่สัมพันธ์กันระหว่างความเข้าใจ ความคิด ความรู้สึก ความจำ การเรียนรู้ การ ตัดสินใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ LIBO LU และ นิธิพร พรอำไพสกุล [16] ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาหนังสืออินโฟกราฟิก เรื่องโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกสำหรับนักศึกษาชาวจีน มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพ หนังสืออินโฟกราฟิกเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกสำหรับนักศึกษาชาวจีน ผลการวิจัยพบว่า การใช้อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกสำหรับ นักศึกษาชาวจีน ช่วยให้นักศึกษาชาวจีนได้เรียนรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ทำให้ผู้เรียนได้รับ ความรู้เกี่ยวกับภาษาไทยและเศรษฐกิจมากขึ้น รวมถึงได้เพิ่มพูนคำศัพท์ภาษาไทย สามารถนำมาใช้เป็นสื่อการเรียนการสอน ภาษาไทยธุรกิจสำหรับนักศึกษาชาวจีน

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อสร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.73) ทั้งนี้เพราะสื่ออินโฟกราฟิกที่สร้างขึ้นมีความน่าสนใจ และเลือกใช้ภาพกราฟิก รูปแบบตัวอักษรที่มีความเหมาะสม ตลอดจนเนื้อหาที่นำมาใช้ มีการใช้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ กระชับ เข้าใจง่าย และมีประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของหลุยส์ อิงประทานพรและคณะ [17] ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกประกอบบทความออนไลน์ เรื่อง หลัก 3 “Self” ตัวช่วยค้นหาตัวเองและสร้างความ มั่นใจให้ชาว GEN Z ผลการศึกษพบว่า มีความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.93$, S.D. = 0.25) เนื่องจากเนื้อหาของอินโฟกราฟิกมีความน่าสนใจ ดึงดูดความสนใจ ขวนติดตาและเป็นประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ LIBO LU และ นิธิพร พรอำไพสกุล [16] ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาหนังสืออินโฟกราฟิกเรื่อง โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกสำหรับนักศึกษาชาวจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาชาวจีนที่ มีต่อหนังสืออินโฟกราฟิกเรื่องโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายอยู่ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.90 อินโฟกราฟิกช่วยให้นักศึกษาชาวจีนได้เรียนรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาค ตะวันออกทำให้ผู้เรียนได้รับความรู้เกี่ยวกับภาษาไทยและเศรษฐกิจมากขึ้นรวมถึงได้เพิ่มพูนคำศัพท์ภาษาไทย สามารถนำมาใช้ เป็นสื่อการเรียนการสอนภาษาไทยธุรกิจสำหรับนักศึกษาชาวจีน

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เพื่อ สร้างการรับรู้สำหรับประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นนี้ ศูนย์บริหารความเสี่ยง จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยสามารถนำไปใช้ในประชาสัมพันธ์หรือเผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์ม หรือเว็บไซต์ภายในอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลและสร้างการรับรู้เนื้อหาได้มากขึ้น

2. ศูนย์บริหารความเสี่ยง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สามารถนำสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวล จริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts ไปประยุกต์ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์ ณ สถานที่ต่าง ๆ ภายในจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย เพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออฟไลน์ได้

3. ศูนย์บริหารความเสี่ยง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สามารถนำสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts เป็นแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ขึ้นใหม่ หากมีการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมข้อบังคับประมวลจริยธรรม

6.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts ในสถาบันอุดมศึกษา โดยลงรายละเอียดในประเด็นสำคัญที่ควรรู้ในเรื่องอื่น ๆ ของข้อบังคับต่อไป
2. ควรมีการพัฒนาสื่อรูปแบบอื่น ๆ ที่ส่งเสริมและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts
3. ควรมีการศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบหลังการออกประกาศข้อบังคับประมวลจริยธรรม พ.ศ. 2567 และแนวปฏิบัติ Dos & Don'ts

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] เมธาพร ไตรกิจวัฒนกุล (2567). ข้อบังคับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยว่าด้วยประมวลจริยธรรม พ.ศ.2567, แหล่งที่มา <https://www.chula.ac.th/news/152184/>, เข้าดูเมื่อวันที่ 24/03/2567.
- [2] ศูนย์กฎหมายและนิติการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2567). การประพาดิตนตามจริยธรรมหลักของมหาวิทยาลัย, (เอกสารคู่มือ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] ศูนย์บริหารความเสี่ยง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2567). E-Mail ผู้แทนความโปร่งใสและคุณธรรม (CU-ITA Agent) 2024, (เอกสารคู่มือ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4] Mandala Team (2567). Infographic คืออะไร มีรูปแบบบ้างที่ควรรู้, แหล่งที่มา <https://blog.mandalasystem.com/th/infographic>, เข้าดูเมื่อวันที่ 24/03/2567.
- [5] อัญชริกา จันจุฬา สกล สมจิตต์ และสุภาพร จันทรศิริ (2563). รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อสร้าง การรับรู้และจดจำสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย จังหวัดยะลา. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, หน้า 13-19.
- [6] ชูไท วอทอง (2563). การแปลงข้อมูลสู่สื่อในรูปแบบ Infographic, แหล่งที่มา <https://www.ubu.ac.th/web/kmubu/content/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B8%9B%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A%20Infographic%20by%20%E0%B8%8A%E0%B8%B9%E0%B9%84%E0%B8%97%20%E0%B8%A7%E0%B8%AD%E0%B8%97%E0%B8%AD%E0%B8%87%20/>, เข้าดูเมื่อวันที่ 20/04/2568.
- [7] สำนักงานสภามหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (2565).ประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาบุคลากรและผู้ปฏิบัติงานอื่นในสถาบันอุดมศึกษา, แหล่งที่มา <https://uco.mcu.ac.th/?p=6241>, เข้าดูเมื่อวันที่ 24/03/2567.
- [8] ศูนย์ปฏิบัติการต่อต้านการทุจริต กระทรวงสาธารณสุข (2564). เอกสารใบความรู้ที่ 5.6 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และขยายผล, แหล่งที่มา https://stopcorruption.moph.go.th/application/editors/userfiles/files/ใบความรู้ที่%205_6.pdf, เข้าดูเมื่อวันที่ 14/04/2567.
- [9] ภารดี เทพคายณ (2564). รายงานการวิจัย เรื่อง การศึกษาระดับการรับรู้และความเข้าใจของบุคลากรสายสนับสนุน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ตอนนโยบายความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงานและพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงาน, สำนักงานอธิการบดี สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, หน้า 7-8.
- [10] สุวิมล ติरणานนท์ (2542). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ, กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประเมินและการวิจัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [11] ธนภูมิ ก่อกุลติลล (2565). ADDIE Model คืออะไร, แหล่งที่มา <https://www.mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร/9301-what-is-the-addie-model.html>, เข้าดูเมื่อวันที่ 11/05/2567.

- [12] Krupee (2552). Rating Scale, URL:<https://krupee.blogspot.com/2009/09/rating-scale.html>, accessed on 24/04/2024.
- [13] พรปภัสสร ปริญาญกุล กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ ชลิตา แทนเอี่ยม และปิยชัย อิ่มจิต (2566). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกแบบอัลบั้มโพสต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรเอกชน, Journal of Science and Technology, Southeast Bangkok University, Vol.3 No. 2 (July -December 2023), pp 1-13.
- [14] หลุชัย ยิ่งประทานพร (2567). การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี, วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 (ตุลาคม – ธันวาคม 2567), หน้า 60-72.
- [15] กิตติพนธ์ สิริไวยทางกูร (2566). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเรื่องชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่1 คณะศิลปศึกษา, วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2566), หน้า 1109 -1118.
- [16] LIBO LU และ นิธอร พรอำไพสกุล (2565). การพัฒนาหนังสืออินโฟกราฟิกเรื่องโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกสำหรับนักศึกษาชาวจีน, วารสารร่มพฤษภ มหวิทยาลัยเอกริก, ปีที่ 40 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2565), หน้า 255-272.
- [17] หลุชัย ยิ่งประทานพร เพียงเพ็ญ จิรัชย์ จิตภัสร์ วสิษฐ์ภัทรทวี และนัฐราวดี ภักดิ์ชัยภูมิ (2565). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกประกอบบทความออนไลน์ เรื่อง หลัก 3 “Self” ตัวช่วยค้นหาตัวเองและสร้างความมั่นใจให้ชาว GEN Z, การประชุมวิชาการระดับชาติด้านนวัตกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ครั้งที่ 3, 22 กรกฎาคม 2565, หน้า 403-412.