

การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อ การประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve



The Development of Video Content for Public Relations the Department of Educational Communications and Technology Using A Problem Agitate Solve Storytelling Technique

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์¹ พรปภัสสร ปริญชาญกล² ภักคณัมพร เพรตพริง³ มุกกรวี ปั่นทอง⁴ วรณวนช ศรีพิณ⁵ อธิศักดิ์ เลิศอวาล⁶
Kuntida Thamwipat¹ Pompapatsorn Princhankol² Pakkanamporn Prerdpring³ Mookrawee Pintong⁴
Wanvanach Siripin⁵ and Itthesak Loedarwat⁶

¹⁻²อาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: kuntida.tha@kmutt.ac.th, E-mail: pompapatsorn.pri@kmutt.ac.th

³⁻⁶นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: pakkannamporn.pr@mail.kmutt.ac.th, E-mail: mookrawee.42@mail.kmutt.ac.th

E-mail: wanvanach.srp@mail.kmutt.ac.th, E-mail: itthesak.itthesak88@mail.kmutt.ac.th

Received: 2023-12-29 Revised: 2024-03-11 Accepted: 2024-03-14

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve 2) เพื่อประเมินคุณภาพวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ที่พัฒนาขึ้น 3) เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) วิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอของวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแจรงร้อนวิทยา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566

ดำเนินการโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย จากผู้ที่เคยรับชมวิดีโอคอนเทนต์และยินดีตอบแบบสอบถามจำนวน 40 คน ซึ่งผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.72) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.53) ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$, S.D. = 0.99) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.74) ดังนั้น วิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ : การเล่าเรื่อง ประชาสัมพันธ์ วิดีโอคอนเทนต์ สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

Abstract

The purposes of this research were 1) to develop the video content for public relations the Department of Educational Communications and Technology using a problem agitate solve storytelling technique 2) to evaluate the quality of the video content for public relations the Department of Educational Communications and Technology using a problem agitate solve storytelling technique that was developed 3) to evaluate the perception of the samples towards the video content for public relations the Department of Educational Communications and Technology using a problem agitate solve storytelling technique 4) to evaluate the satisfaction of the samples towards the video content for public relations the Department of Educational Communications and Technology using a problem agitate solve storytelling technique. The research tools include 1) the video content for public relations the department of Educational Communications and Technology using a problem agitate solve storytelling technique 2) the quality assessment form 3) the perception assessment form 4) the satisfaction assessment form. Data were collected from a sample group, who were high school students from Chaengron Witthaya School in the first semester of the academic year 2023, by using a simple random sampling method, a total of 40 students who exposed the video content and willing to answer the questionnaires. The results of the evaluation by experts found that the content quality assessment was at a good level ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.72), the media presentation quality assessment was at a good level ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.53), the result of sample's perception was at the high level ($\bar{x} = 4.09$, S.D. = 0.99), and the result of sample's satisfaction was at the high level ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.74).



Therefore, the development of video content for public relations the Department of Educational Communications and Technology using a problem agitate solve storytelling technique can be used practically.

Keywords : Storytelling ,Public Relations, Video content, The Department of Educational Communications and Technology

1. บทนำ

ปัจจุบันสื่อเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและมีผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของสังคมโลกปัจจุบันและสอดคล้องกับการพัฒนาการศึกษาไทย ยุคปัจจุบันมีสื่อเข้ามาทำให้บุคคลทั่วไปเกิดความเข้าใจได้ง่ายและเข้าถึงสื่อได้อย่างรวดเร็ว เกิดการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์โดยเห็นผ่านคอนเทนต์หรือเนื้อหาที่ประกอบไปด้วยวิดีโอ ภาพ เสียง และการเขียนที่เห็นได้ทั่วไปตามสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ ทำให้ประชาชนได้ทราบถึงข้อมูล ข่าวสาร จากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ความรู้ ไม่เพียงแต่นำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพของชีวิต แต่ยังช่วยให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างกว้างขวางเพิ่มมากขึ้น แต่เนื่องจากคอนเทนต์ในยุคปัจจุบันนั้นมีจำนวนมาก เมื่อหน่วยงานหรือองค์กรผู้ผลิตสื่อต้องการสร้างสิ่งหนึ่งขึ้นมาเพื่อให้เกิดความโดดเด่น จึงนิยมใช้วิดีโอคอนเทนต์หรือการใช้รูปภาพ วิดีโอ ที่จะนำเสนอข้อมูลเพื่อให้เป็นที่น่าจดจำ ด้วยเหตุนี้ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์กรเป็นอย่างมาก เพราะสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ความเคลื่อนไหวและการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กร ตลอดจนความรู้ที่เป็นประโยชน์ และเกี่ยวข้องกับหน่วยงานหรือองค์กร ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เข้าใจ เพื่อสร้างความนิยมศรัทธา และได้รับความไว้วางใจจากประชาชน กลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพราะเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นหน่วยงานหรือองค์กรต้องทำความเข้าใจ บทบาทหน้าที่ของสื่อ การผลิตคอนเทนต์เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์กรและการสื่อสารการตลาด หลักการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อให้หน่วยงานหรือองค์กรสามารถใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด [1]

Harad กล่าวว่า อุปสรรคสำคัญในการทำการตลาดเชิงเนื้อหา คือ การยึดติดกับรูปแบบการทำการตลาดในแบบเดิมและมั่งนั้น แต่ยังคงใช้เนื้อหาในการทำการตลาดแบบเดิม ๆ ไม่ยอมมีการเปลี่ยนแปลง ไม่มีการออกไปสำรวจเพื่อเสาะหาข้อมูลใหม่ ๆ มาทำการตลาด รวมถึงการไม่เสาะแสวงหรือค้นหาข้อมูลความต้องการการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าในยุคสมัยปัจจุบันสิ่งเหล่านี้จะเป็นอุปสรรคในการทำการตลาดเชิงเนื้อหา โดยปัจจุบันการนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) จะมีหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ซึ่งเป็นรูปแบบ

การนำเสนอโดยมีภาพเคลื่อนไหวพร้อมมีเสียงอธิบายชัดเจน [2] ทั้งนี้มีการแนะนำให้ใช้วิธีการเล่าเรื่อง (Story Telling) เพื่อบอกเล่าเรื่องราวความรู้ต่าง ๆ ที่อยู่กับตัวบุคคลจากประสบการณ์การดำเนินชีวิต เรื่องที่ซาบซึ้ง ประทับใจ หรือได้จากการศึกษา การทำงานที่สั่งสมเป็นทักษะแนวปฏิบัติที่ดี หรือจากพรสวรรค์ให้บุคคลอื่นฟัง เพื่อให้ผู้ฟังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของตนเองได้โดยไม่ต้องเสียเวลาเริ่มต้นศึกษาในเรื่องนั้นๆ ใหม่โดยกระบวนการเล่าเรื่องนี้จัดเป็นเครื่องมือ ด้านการจัดการความรู้ที่สามารถจัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สัมผัสไม่ได้ ซึ่งการถ่ายทอดเรื่องราวสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบเช่น รูปแบบการเขียนเรื่องเล่า การเล่าเรื่องผ่านสื่อต่างๆ โดยในส่วนแรก Problem - คือการระบุถึงปัญหาที่พบตอนนี้ Agitate - ปัญหาที่คอยกวนใจหรือหนักใจอยู่ตลอด Solve - บอกวิธีแก้ปัญหานั้นที่เรามักใช้ในชีวิตประจำวัน หรือที่เรียกโดยรวมว่า เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve [3] เป็นอีกเทคนิคการเล่าเรื่องหนึ่งที่นิยมใช้ในการทำวิดีโอคอนเทนต์เนื่องจากมีการระบุขั้นตอนง่าย ๆ 3 ขั้นตอน ดังกล่าวนั้นเอง ที่สามารถนำไปใช้ในการผลิตคลิปวิดีโอคอนเทนต์หรือรายการ เป็นการทำงานโปรดัคชั่นที่อาศัยการทำงานร่วมกันเป็นทีม ต้องมีผู้นำที่มีหน้าที่รับผิดชอบ มีความสามารถในการวางแผนดำเนินการและตัดสินใจได้ในฐานะผู้กำกับรายการ เพราะผู้กำกับรายการจะทำหน้าที่ในการพัฒนาแนวทางดำเนินการ ด้านเทคนิคการผลิต และด้านความคิดสร้างสรรค์การผลิต ตลอดจนถึงการลงมือการผลิต โดยให้คำปรึกษาหารือ แนะนำตลอดรายการตั้งแต่ขั้นประชุมก่อนการวางแผนไปถึงขั้นตอนสุดท้ายของการลำดับภาพ และการเผยแพร่ คลิปวิดีโอคอนเทนต์หรือรายการจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การวางแผนการผลิต และการทำงานของฝ่ายสร้างสรรค์ที่ดี โดยอาศัยจินตนาการ ความอดทนและความรู้ รวมทั้งศิลปะหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนั้นการผลิตคลิปวิดีโอคอนเทนต์หรือรายการ ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ก่อนการผลิตคลิปวิดีโอคอนเทนต์หรือรายการ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้อุปกรณ์ ในการผลิต และการประเมินผลการผลิต ตามกระบวนการ 3 P. กล่าวคือทั้งในขั้นก่อนการผลิต (Pre-production) ขั้นการผลิต (Production) และขั้นหลังการผลิต (Post-production) ซึ่งมีรายละเอียดในการทำงานสูง [4] ทั้งนี้วิดีโอคอนเทนต์สามารถเป็นรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีอีกรูปแบบหนึ่งในยุคปัจจุบัน ด้วยเหตุที่การประชาสัมพันธ์ คือ "การสัมพันธ์กับประชาชน" การสื่อสารความคิดเห็นข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่างๆ ไปสู่กลุ่มประชาชน เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดมีความรู้ความเข้าใจ และความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานองค์กร สถาบันกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย และประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนรวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร สถาบันด้วย ทำให้ประชาชนเกิดความนิยมเลื่อมใสศรัทธาต่อหน่วยงาน ตลอดจนค้นหาและกำจัดแหล่งเข้าใจผิดช่วยลบล้างปัญหา เพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ในปัจจุบัน "การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม



ออนไลน์" มีบทบาท ความสำคัญ และ มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไป นำมาใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสาร ด้วยคุณสมบัติอันโดดเด่นในเรื่องของการลดต้นทุน ช่วยลด ค่าใช้จ่าย สามารถทำการสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา โดยมีเนื้อหาทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อเท็จจริงในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสารหรือผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้เกิดการรับรู้ การยอมรับ เป็นที่รู้จัก เกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนนำไปสู่สร้าง การมีส่วนร่วมระหว่างกัน [5]

สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) แต่เดิมนั้นเน้นผลิตบัณฑิตเพื่อประกอบอาชีพครูสอนพิเศษหรือผู้สนับสนุนด้านเทคโนโลยีการศึกษา แต่ต่อมาได้พัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยต่อสังคม มีคุณภาพได้มาตรฐานการศึกษาเป็นที่ยอมรับในระดับสากลและสถานการณ์โลกในปัจจุบัน โดยเพิ่มรายวิชาต่างๆ ที่จำเป็นและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เช่น การจัดการ บริหารธุรกิจ และภาษาอังกฤษ เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีการศึกษาและนิเทศศาสตร์สื่อสารมวลชนที่สามารถประกอบอาชีพได้ในหลากหลายสาขา ไม่จำกัดแค่ครูเพียงอย่างเดียว ดังนั้น แม้สาขาวิชานี้จะสังกัดในคณะครุศาสตร์ฯ แต่วุฒิการศึกษาที่นักศึกษาได้คือ เทคโนโลยีบัณฑิต [6] ด้วยเหตุที่สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มีการปรับหลักสูตรใหม่ รูปแบบวิธีการเรียนการสอนใหม่ จึงจำเป็นต้องมีจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ใหม่ ด้วยรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ที่มีเทคนิคการเล่าเรื่องอย่างเหมาะสมในการสื่อสารข้อมูลเบื้องต้น รูปแบบการเรียนการสอน สภาพแวดล้อมของการเรียนการสอนของสาขาวิชาในปัจจุบัน รวมทั้งมีการปรับปรุงหลักสูตร ทั้งการปรับเปลี่ยนในหลายวิชา เพิ่มรายวิชามากขึ้น ความร่วมมือกับสถานประกอบการ องค์กรต่าง ๆ การให้นักศึกษาได้ทำงานในสถานการณ์จริงมากขึ้น สามารถเอาสิ่งที่ลงมือทำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากสถานการณ์จริง เหล่านี้ควรถ่ายทอดออกมาในระยะเวลากระชับเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ให้ได้รับข้อมูล [7] ประกอบกับจากการศึกษาข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในยุคปัจจุบัน เนื่องจากสามารถสื่อสารและส่งต่อข้อมูลสาระต่างๆ ไปยังผู้รับสารได้สะดวกมากยิ่งขึ้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ซึ่งจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ผู้รับสารมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดหลักสูตรของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา จึงเป็นที่มาของการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ในครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve

2.2 เพื่อประเมินคุณภาพวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ที่พัฒนาขึ้น

2.3 เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve

2.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 วิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับดีขึ้นไป

3.2 ผลการประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve อยู่ในระดับมากขึ้นไป

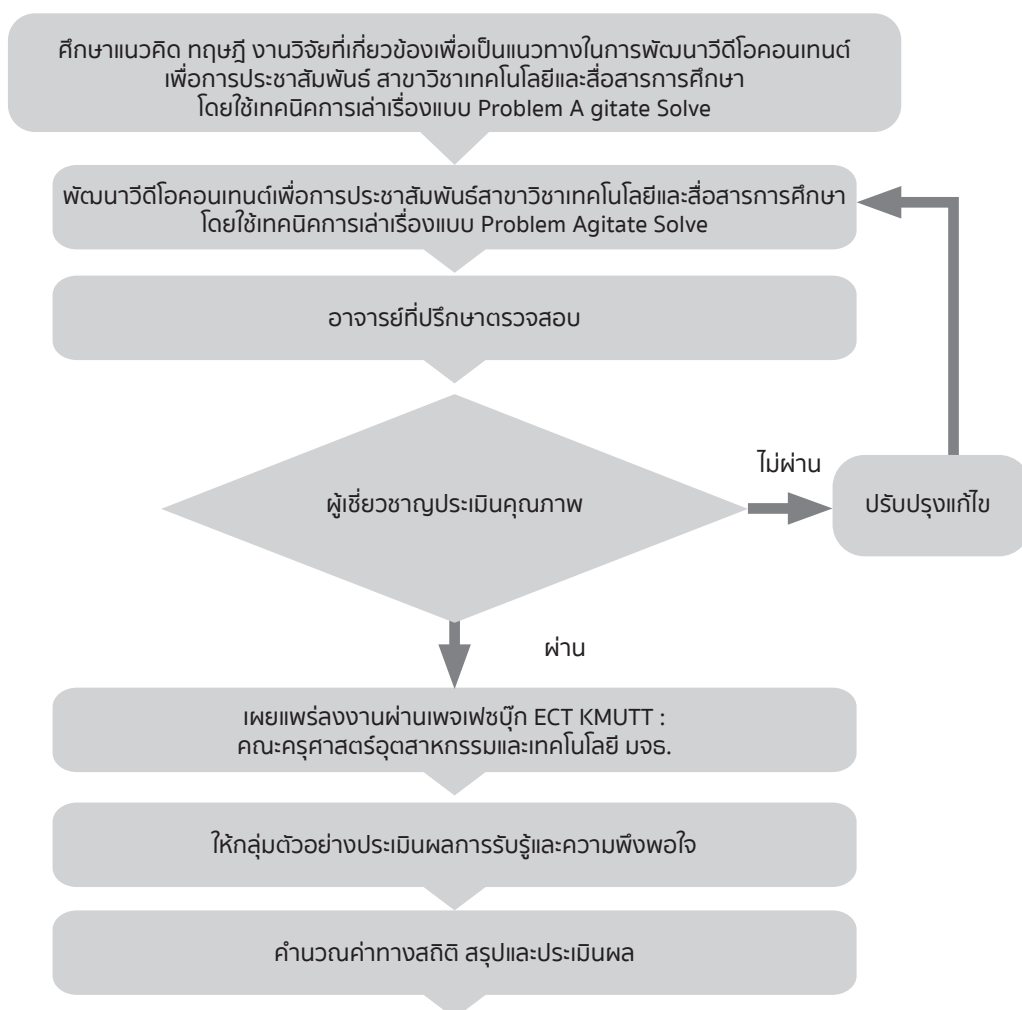
3.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve อยู่ในระดับมากขึ้นไป

4. วิธีดำเนินงานวิจัย

4.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การสร้างเครื่องมือเพื่อการศึกษาเรื่องการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ผู้ศึกษาได้ดำเนินการ ดังนี้





ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาต่อการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแจรงร้อนวิทยา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 130 คน [8]

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแจรงร้อนวิทยา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ดำเนินการโดยวิธีการสุ่มอย่างง่ายจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแจรงร้อนวิทยา ที่รับชมวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 40 คน

4.3 ผู้เชี่ยวชาญ

1) ผู้เชี่ยวชาญคือผู้ที่มีความรู้ความสามารถชำนาญเพื่อประเมินคุณภาพการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ได้จากวิธีเลือกแบบเจาะจง (Specified Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริง และยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโทหรือเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์เกี่ยวกับหลักสูตรสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve จำนวน 3 คน

2) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโทหรือเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการผลิตสื่อ เพื่อประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve จำนวน 3 คน

3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโทหรือเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินคุณภาพด้านการวัดและประเมินผลของการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve จำนวน 3 คน

4.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น

วิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve

ตัวแปรตาม

1) คุณภาพของสื่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve

2) ผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve

3) ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve



4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

- 1) วิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve
- 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ เป็นแบบประเมินแบบเช็คลิสต์ 5 ระดับ
- 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบประเมินแบบเช็คลิสต์ 5 ระดับ
- 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบประเมินแบบเช็คลิสต์ 5 ระดับ

4.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าเฉลี่ย และ คำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีการแปลความหมายดังนี้ [9]

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 ผลการออกแบบและพัฒนาสื่อ

ผลการออกแบบและพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ประกอบด้วย ก. ปัญหา (Problem) นักเรียนกำลังจะจบ ยังหาที่เรียนต่อที่เหมาะสมกับตนเองไม่ได้ ข. สิ่งกวนใจ (Agitate) ข้อมูลมีมากมายแต่ทุกคนมีความถนัดที่ไม่เหมือนกัน ค. แก้ไข (Solve) แนะนำเนื้อหาของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ดังแสดงภาพตัวอย่างในส่วนเทคนิคการเล่าเรื่องต่อไปนี้



ก. ปัญหา (Problem) นักเรียนกำลังจะจบ ยังหาที่เรียนต่อที่เหมาะสมกับตนเองไม่ได้



ข. สิ่งกวนใจ (Agitate) ข้อมูลมีมากมายแต่ทุกคนมีความกดดันที่ไม่เหมือนกัน



ค. แก้ไข (Solve) แนะนำเนื้อหาของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารศึกษา
ภาพที่ 1-7 แสดงเนื้อหาในวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง
พร้อมคิวอาร์โค้ดเข้าชมคลิป

5.2 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหาการนำเสนอ	4.50	0.67	ดี
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา	4.50	0.80	ดี
ผลการประเมินภาพรวม	4.50	0.72	ดี

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหา เรื่อง การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มี

คุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$) = 4.50, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหาการนำเสนอ อยู่ในระดับดี ($\bar{X}$) = 4.50, S.D. = 0.67) และค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา อยู่ในระดับดี ($\bar{X}$) = 4.50, S.D. = 0.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านภาพ	4.56	0.53	ดีมาก
2. ด้านเสียง	4.33	0.71	ดี
3. ด้านอักษรและการใช้สี	4.22	0.44	ดี
4. ด้านการนำเสนอ	4.22	0.44	ดี
ผลการประเมินภาพรวม	4.33	0.53	ดี

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอเรื่อง การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมทุกส่วนอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านภาพ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.53) และค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านเสียง อยู่ในระดับดี ($\bar{X}$) = 4.33, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

5.3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve

ตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	หัวข้อการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1.	ท่านรับรู้ว่ามีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีมีสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา	4.25	0.93	ปานกลาง
2.	ท่านรับรู้ว่าคุณสมบัติของท่านตรงกับสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ที่ต้องการศึกษาต่อ	3.23	1.31	มาก

ตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลำดับ	หัวข้อการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
3.	ท่านรับรู้ว่ามีวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษามีทั้งหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต (4 ปี) และหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิตสาขากรรมมหาบัณฑิต (2 ปี)	3.93	1.02	มาก
4.	ท่านรับรู้ว่ามีสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษามีวิชาพื้นฐานเกี่ยวกับการสร้างและผลิตสื่อต่าง ๆ	4.13	0.94	มาก
5.	ท่านรับรู้ว่ามีห้องสตูดิโอสำหรับถ่ายภาพของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ใช้สำหรับถ่ายภาพ รวมถึงมีห้องสำหรับแต่งตัวเปลี่ยนชุด และห้องแต่งหน้า	4.43	0.84	มาก
6.	ท่านรับรู้ว่ามีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ใช้สำหรับจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับการทำกราฟิก การตัดต่อวิดีโอในโปรแกรมต่าง ๆ	4.25	0.81	มาก
7.	ท่านรับรู้ว่ามีห้องผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มีสตูดิโอในการถ่ายทำโต๊ะผู้ประกาศข่าว ไฟต่าง ๆ และกล้อง มีห้องสำหรับควบคุมการบันทึกรายการ และสามารถใช้สตริมมิงได้	4.28	0.75	มาก
8.	ท่านรับรู้ว่ามีห้องผลิตเสียง ห้องบันทึกเสียง และห้องจัดรายการวิทยุของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ใช้สำหรับในการพากย์เสียง บันทึกเสียง ตัดต่อเสียง และฝึกจัดรายการวิทยุ	4.25	0.81	มาก
9.	ท่านรับรู้ว่ามีสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษามีสายงานที่รองรับ เช่น นักการสื่อสารมวลชน, นักวิชาการโสตทัศนศึกษา, นักประชาสัมพันธ์ เป็นต้น	4.20	0.94	มาก
10.	ท่านรับรู้ว่ามีสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษามีโครงการ Active Recruitment สำหรับศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาโดยสมัครผ่านเว็บไซต์ https://admission.kmutt.ac.th/	3.98	1.00	มาก
ผลการประเมินภาพรวม		4.09	0.99	มาก

จากตารางที่ 3 ผลประเมินการรับรู้ที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve พบว่าโดยรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$) = 4.09, S.D.= 0.99) เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่ารายการประเมินที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ รับรู้ว่ามีห้องสตูดิโอสำหรับถ่ายภาพของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ใช้สำหรับถ่ายภาพ รวมถึงมีห้องสำหรับแต่งตัว เปลี่ยนชุด และห้องแต่งหน้า ($\bar{X}$) = 4.43, S.D.= 0.84) และรายการประเมินที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ รับรู้ว่ามีห้องผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง ของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มีสตูดิโอในการถ่ายทำ โต๊ะผู้ประกาศข่าว ไฟต่าง ๆ และกล้อง มีห้องสำหรับ ควบคุมการบันทึกรายการ และสามารถใช้สตริมมิงได้ ($\bar{X}$) = 4.28, S.D.= 0.75)



5.4 ผลการประเมินความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่าง เรื่อง การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา	4.46	0.78	มาก
2. ด้านภาพและเสียง	4.40	0.69	มาก
3. ด้านการนำเสนอ	4.48	0.76	มาก
ผลการประเมินภาพรวม	4.44	0.74	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve พบว่า โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$) = 4.44, S.D.= 0.74) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านการนำเสนออยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$) = 4.48, S.D. = 0.76) ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$) = 4.46, S.D. = 0.78) และด้านภาพและเสียงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$) = 4.40, S.D. = 0.69) ตามลำดับ

6. สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และคำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำค่าที่ได้จากแบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา และด้านสื่อการนำเสนอจากผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยแล้วนำค่าเฉลี่ยที่คำนวณไปเปรียบเทียบกับค่าระดับน้ำหนักคะแนน ผลการศึกษาพบว่า ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก

6.2 อภิปรายผล

การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ประกอบด้วย ก. ปัญหา (Problem) นักเรียนกำลังจะจบ ยังหาที่เรียนต่อที่เหมาะสมกับตนเองไม่ได้ ข. สิ่งกวนใจ (Agitate) ข้อมูลมีมากมาย แต่ละคนมีความถนัดที่ไม่เหมือนกัน ค. แก้ไข (Solve) ซึ่งการออกแบบวิดีโอคอนเทนต์นี้ ดำเนินงานวิจัยตามแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model [10] มาประยุกต์ใช้ดังนี้ 1) ขั้นตอนการวิเคราะห์ (Analysis) ศึกษาความต้องการของหน่วยงานหรือองค์กร และนำมาปรึกษากับสมาชิกและอาจารย์ที่ปรึกษา 2) ขั้นตอนการออกแบบ (Design) กำหนดรูปแบบและวิธีในการนำเสนอสื่อวิดีโอคอนเทนต์ 3) ขั้นตอนการพัฒนา (Development) นำรูปแบบของสื่อเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และทำการปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม จากนั้นนำสื่อไปตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ และนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป 4) ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) นำสื่อไปเผยแพร่ผลงานผ่านเพจเฟซบุ๊ก ECT KMUTT: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร. ให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแจ้งร้อนวิทยาที่ได้รับชมสื่อ และยินดีตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย จำนวน 40 คน 5) ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) นำผลการประเมินที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณทางสถิติและสรุปผล การดำเนินงานดังกล่าวสอดคล้องกับการดำเนินงานวิจัยของ รัฐพล ลิ้มทวีรศักดิ์ [11] ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคนิคการนำเสนอแบบอินโฟกราฟิก ร่วมกับเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) สำหรับชุมชนกระบวนการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผลการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ใช้ ADDIE Model โดยมี 5 ขั้นตอนคือ 1) ขั้นวิเคราะห์ 2) การออกแบบ 3) ขั้นการพัฒนา 4) การนำดำเนินการ 5) ขั้นการประเมินผล ทำให้ได้สื่อออกมามีความน่าสนใจ ลูกเล่นแปลกตา ทันสมัย และสื่อความหมายชัดเจน เช่นเดียวกับวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ที่ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model ทำให้สื่อออกมามีความสมบูรณ์ทั้งในด้านของเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และกราฟิกที่มีความสวยงาม

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve พบว่ามีผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x}$) = 4.50, S.D. = 0.72) เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของวิดีโอคอนเทนต์ ทำให้สื่อมีความกระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบและตัวอักษรที่อ่านและเข้าใจได้ง่าย สอดคล้องกับเนื้อหา อีกทั้งยังมีการรับข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องทางด้านนี้โดยตรง ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปภัสสร ปริญาญกุล, ศุภาพิชญ์ ศีลารวรรณ, อรอารียา ฉั่วตระกูล และ ธนิตา วิเชียรศิลป์ [12] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์



ส่วนส่งเสริมรายการ บมจ. อสมท โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ที่มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ($\bar{x}$) = 4.26, S.D. = 0.71) เช่นเดียวกัน โดยมีการเลือกใช้ภาษาอย่างเหมาะสม เนื้อหามีความถูกต้องครบถ้วนและเข้าใจง่าย มีปริมาณเนื้อหาที่เหมาะสม นอกจากนี้เนื้อหายังมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และภาพประกอบ จึงสามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือองค์กร ได้แก่ กิจกรรมแนะแนวการศึกษาสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าได้จริง

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ มีผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอโดยภาพรวม มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{x}$) = 4.33, S.D. = 0.53) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิด ในเรื่องของสื่อประชาสัมพันธ์ ตลอดจนหลักการในการพัฒนาสื่อและคุณลักษณะของสื่อที่ดี เพื่อให้ได้สื่อที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยหลักการออกแบบสื่อของ ADDIE Model ประกอบกับการสร้างจุดเด่นให้กับสื่อด้วยเทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่เข้ากับยุคสมัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรดา เอี่ยมบริสุทธิ์, อภิสร่า สารสิทธิ์, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และพรปัทมสร ปริญชาญกุล [13] ได้ทำการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรสาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบนิทรรศการออนไลน์โดยใช้ผู้นำเสนอแบบอวาทร์ผ่านการเล่าเรื่องแบบ Features-Advantages-Benefits ซึ่งมีผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{x}$) = 4.14, S.D. = 0.64) เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากการนำเทคนิคการเล่าเรื่องที่เหมาะสมกับเนื้อหามาใช้ในสื่อ

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$) = 4.09, S.D. = 0.99) ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve โดยนำเสนอในรูปแบบสื่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ จึงทำให้สื่อมีคุณภาพในการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภูมิ สง่างาม [14] ซึ่งศึกษาการรับรู้ ว่า เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับรู้ โดยการรับรู้ตีความหมายจากการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมอง ให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน เช่นการรับรู้แบรนด์ของผู้บริโภค การสื่อสารด้วยภาพที่มีความหมาย จึงมีความสำคัญต่อการรับรู้ของผู้ชมสื่อเป็นอย่างมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปัทมสร ปริญชาญกุล, เตชิต เสาะแสวง และธนกร มนตรีพิศุทธิ์ [15] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium ที่มีผลประเมินการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$) = 4.43, S.D. = 0.66) เนื่องจากใช้วิดีโอคอนเทนต์ที่นำเทคนิคการเล่าเรื่องไปใช้ในสื่อเพื่อส่งเสริมการรับรู้ในกลุ่มตัวอย่างเช่นเดียวกัน ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความถนัดของตนเองว่าตรงกับสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาในระดับปานกลาง ($\bar{x}$) = 3.23, S.D. = 1.31) ดังนั้นในการนำเสนอ

ข้อมูลเกี่ยวกับสาขาวิชาควรปูพื้นความเข้าใจของผู้ชมเกี่ยวกับความรู้ ทักษะเบื้องต้นซึ่งเป็นที่ต้องการของสาขาวิชา ได้แก่ ความรู้และทักษะด้านการสื่อสาร ด้านคอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบ ตัดต่อ การใช้กล้องถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอ เป็นต้น

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$) = 4.44, S.D. = 0.74) ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าวได้นำแนวคิดเรื่องวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบความคิดเห็นและความต้องการของเป้าหมาย ด้วยการสื่อสารแบบ 2 ทาง เพื่อรักษาชื่อเสียง ป้องกันและแก้ไขการเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น เพื่อสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นต่อองค์กรมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาด้วย และในส่วนการวัดความพึงพอใจได้ใช้มาตราส่วนประมาณค่าความพึงพอใจของ ลิเคิร์ทด้วย โดยผลงานวิจัยครั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปภัสสร ปริญาญกุล, ชลธิชา ศรีมงคล, วันวิสา มณีพรรณ และสุนันทา ศรีฟ้า [16] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$) = 4.40, S.D. = 0.80) โดยได้ออกแบบและพัฒนาสื่อในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ นำเสนอภาพและเรื่องราวในระยะเวลาอันสั้น กระชับเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้นักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่จึงควรนำเสนอสื่อด้วยรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อสามารถสื่อสารข้อมูลจำนวนมากของหน่วยงานหรือองค์กร ในระยะเวลาอันสั้น กระชับ มีวิธีการดำเนินเรื่องที่น่ารับชม

6.3 ข้อเสนอแนะ

1) ผลการสร้างวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ทำให้สาขาวิชา คือ สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สามารถนำไปเป็นสื่อต้นแบบเผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ ของสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา เช่น ดิจิทัล อินสตาแกรมเนื่องจากมีการนำเทคนิคการเล่าเรื่องมาเสริมความน่าสนใจแก่ผู้ชม

2) สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สามารถนำวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve ไปเผยแพร่ร่วมกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์สาขาวิชา หรือคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร. ได้แก่ กิจกรรม Open House กิจกรรม Roadshow ตลอดจนกิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาสำหรับผู้สนใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีได้รับรู้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของรัฐได้มากขึ้น โดยสาขาวิชาควรปูพื้นความเข้าใจของผู้ชมเกี่ยวกับความรู้ ทักษะเบื้องต้นซึ่งเป็นที่ต้องการของสาขาวิชาในลำดับต้นของสื่อการนำเสนอและกิจกรรมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้วย



3) ควรศึกษาปัจจัยด้านสื่อและกิจกรรมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในกลุ่มผู้ชมที่ร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์สาขาวิชาหรือคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร.

เอกสารอ้างอิง

- [1] ญัฐพร วรคุณวิเศษ. (2556). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. หน้า 44.
- [2] Harad, K. C. (2016). "Don't avoid content marketing". Journal of Financial Planning, vol.29 no.7, p. 20-22, 2016.
- [3] เอกกนก พนาดำรง. (2559). การเขียนเรื่องเล่า ด้วยเทคนิคการเล่าเรื่อง (Story telling). งานจัดการความรู้ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. กรุงเทพมหานคร. หน้า 194.
- [4] Heil, E. (2022). " Behind the Scenes: Simple Explanation of the Video Production Process". [Online]. Available : <https://www.storytellermn.com/blog/video-production-process>. [Accessed: December 20, 2023].
- [5] สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก, [Online], Available : https://borc.anamai.moph.go.th/webupload/24xe82d9421a764bd38b31a_4171c44f37a6/filecenter/KPI64/F1/Level1/F1-1-15.pdf. [18 ธันวาคม 2566].
- [6] Admission Premium. ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีการศึกษา และสื่อสารมวลชน. [Online], Available : <https://www.u-review.in.th/th/edu/34322>. [Accessed: November 20, 2023].
- [7] พรปภัสสร ปริญญาญกุล. (2566). ร่องหัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, ผู้ให้สัมภาษณ์. [28 สิงหาคม 2566].
- [8] Chaengron Wittaya School. จำนวนประชากรนักเรียน. [Online]. Available : <https://sites.google.com/chaengron.ac.th/chaengronwittayaschool/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%81> [28 สิงหาคม 2566].
- [9] Krupee. (2552). เกณฑ์การแปลผลที่เหมาะสมที่สุดของ Rating Scale. [Online]. Available : <https://krupee.blogspot.com/2009/09/rating-scale.html> [20 ธันวาคม 2566].
- [10] จำนง สันตจิต. (2556). ADDIE MODEL, [Online], Available : <https://www.gotoknow.org/posts/520517%20สืบค้นเมื่อวันที่%2028> [20 พฤศจิกายน 2566].

- [11] รัฐพล ลิมตวีรศักดิ์. (2560). การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคนิคการนำเสนอแบบอินโฟกราฟิก ร่วมกับเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) สำหรับชุมชนกระบวนการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตรบัณฑิต และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. หน้า ข, 147-174.
- [12] กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปภัสสร ปริญญาญกุล, ศุภาพิชญ์ ศิลาวรรณ, อรอารียา ฉั่วตระกูล และ ธนิตา วิเชียรศิลป์. (2566). การสร้างวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ส่วนส่งเสริมรายการ บมจ. อสมท โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve. [Online]. Available : <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JSCI/article/view/249895/169213> [1 กรกฎาคม 2566].
- [13] สุภรดา เอี่ยมบริสุทธิ, อภิสร่า สารสิทธิ์, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และพรปภัสสร ปริญญาญกุล. (2566). การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรสาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบนิทรรศการออนไลน์โดยใช้ผู้นำเสนอแบบอวทาร์ผ่านการเล่าเรื่องแบบ Features-Advantages-Benefits. [Online]. Available : https://kirim.kmutt.ac.th/converis/portal/detail/Publication/1332206235;jsessionid=m4868KYkhGboZkhmBesSorPdU01uByzjkWGMZRV9.kirim-web?lang=de_DE [1 ตุลาคม 2566].
- [14] ณัฐวุฒิ ส่องงาม. (2554). การสร้างแบรนด์ด้วยการตลาดสีเขียวของกระดาศไอดีกรีน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. หน้า 13.
- [15] กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปภัสสร ปริญญาญกุล, เตชิต เสาะแสวง และธนกร มนตรีพิศุทธิ์. (2566). การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium. [Online]. Available : <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JSCI/article/view/249894/169212> [1 ตุลาคม 2566].
- [16] กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปภัสสร ปริญญาญกุล, ชลธิชา ศรีมงคล, วันวิสา มณีพรรณ และสุนันทา ศรีฟ้า. (2565). การพัฒนาสื่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี. [Online]. Available : <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JSCI/article/view/246023/167216> [1 ตุลาคม 2566].

