

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร

Development of Digital Media to Publicize Undergraduate Courses at
Naresuan University

ศธาเพชร สุทธิ¹ และภาสกร เรืองรอง²

Kataphet Sutthi and Passakorn Rueangrong

Received: February 15, 2024

Revised: April 03, 2024

Accepted: April 19, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนและบุคคลทั่วไปที่เข้าใช้การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร เปรียบเทียบจากตาราง Yamane ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5% จำนวน 222 คน ที่ได้มาโดยการเลือกแบบสุ่มโดยบังเอิญ เครื่องมือวิจัย ได้แก่ 1) สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร 2) หน้าเพจเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร 3) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลการประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ประกอบด้วย 1.1) ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก ($\bar{X} = 4.77$, $S.D.=0.29$) และ 1.2) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อ

¹⁻² มหาวิทยาลัยนเรศวร; Naresuan University

Corresponding author, e-mail: kataphets62@nu.ac.th

ของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก ($\bar{X} = 4.75$, S.D.=0.43) และ 2) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก ($\bar{X} = 4.52$, S.D.=0.61)

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัล, การประชาสัมพันธ์, หลักสูตรปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวร

Abstract

The objectives of this research article were 1) to develop digital media to publicize the undergraduate courses at Naresuan University; and 2) to study the satisfaction of those who used digital media to publicize the undergraduate courses at Naresuan University. The sample group included students and public who used the development of digital media to publicize the undergraduate courses at Naresuan University. Yamane table was used at the error level of 5%, totaling 222 people who were randomly selected by accidental sampling. The research instruments were 1) digital media to publicize the undergraduate courses at Naresuan University. and 2) website page to publicize the undergraduate courses at Naresuan University, 3) satisfaction assessment form of digital media users to publicize the undergraduate courses at Naresuan University. The statistics used in data analysis were mean and standard deviation. The research results found that 1) the results of the assessment of the quality of digital media to publicize the undergraduate courses at Naresuan University consisted of 1.1) the results of the assessment of the quality of the content of digital media to publicize the undergraduate courses at Naresuan University were at a very good quality level ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.29), and 1.2) the results of the assessment of the media quality of digital media to publicize the undergraduate courses at Naresuan University were at a very good quality level ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.43), and 2) the results of the analysis of the satisfaction of digital media users to publicize the undergraduate courses at Naresuan University were at a very good quality level ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.61).

Keywords: Digital Media, Public Relations, Undergraduate Courses at Naresuan University

บทนำ

ในปัจจุบันสังคมไทยมีความกว้างขวางและมีความสลับซับซ้อนด้วยจำนวนของประชากรของประเทศที่มีเพิ่มมากขึ้น และการสื่อสารก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อความเป็นสังคม เนื่องจากมนุษย์เราต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งในสังคมและการสื่อสารก็เป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลต่าง ๆ ในสังคม ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญประการหนึ่งของคนในสังคม เพราะทุกคนจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยในการติดต่อเพื่อให้อยู่ร่วมกันได้ (วิรัช ลิทธิธนกุล, 2552) การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรที่ทำการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นทั้งสมาชิกภายใน องค์กรและที่เป็นประชาชนภายนอกองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กรและเพื่อประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ๆ ด้วย (ลักษณะ สตะเวทิน, 2554) การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์เป็นงานที่มีขอบเขตที่กว้าง สามารถสื่อสารได้หลายมิติ และเป็นการสื่อสารรอบด้าน ลักษณะเด่นของงานประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรและแสดงถึงความเป็นผู้นำที่เกิดขึ้นกับองค์กร ทั้งนี้อะการต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในองค์กรเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรเพื่อสร้างคุณค่าให้กับองค์กร (เอกรณ บงท่าไม้, 2555)

การติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ อาจกระทำได้หลายวิธี สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสื่อสารที่เป็นตัวกลางในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับสื่อประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรในรูปแบบเดิมเป็นการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออฟไลน์ การแจกใบปลิว (Brochure) ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ไม่มีภาพเคลื่อนไหว รูปภาพและเสียงจึงไม่สามารถดึงดูดความน่าสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้เท่าที่ควร เพราะถ้าองค์กรไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์หรือเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว ก็จะส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรไม่ประสบผลสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับวรวิชัย ครุจิต (2555) และอรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555) ได้กล่าวตรงกันว่า การเลือกใช้สื่อ

ที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการสื่อสารในองค์กร การเลือกสื่อที่มีความเหมาะสมจะทำให้เนื้อหาข่าวสารถูกเผยแพร่ไปยัง กลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและอายุที่แตกต่างกัน สื่อที่มีประสิทธิภาพจะมีความสำคัญต่อการสื่อสารในองค์กรเป็นอย่างมาก

การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับการสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ องค์กรจะต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์นั้น ๆ อย่างมีความมุ่งหมายหรือมีวัตถุประสงค์ นับว่าเป็นเสมือนหัวใจของการประชาสัมพันธ์เลยทีเดียว และด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันช่วยให้มีสื่อใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย เป็นการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยให้แก่การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน นอกจากนี้สื่อออนไลน์ยังช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลาจากทั่วทุกมุมโลกอยู่ ใกล้แค่เพียงปลายนิ้วสัมผัส จึงนับได้ว่าปัจจุบันนี้เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริง กลายเป็นโลกที่ไร้พรมแดน เปิดโอกาสให้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขึ้นในพื้นที่ใหม่ ๆ

มหาวิทยาลัยนเรศวรเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการ การทำศิลปวัฒนธรรม และให้บริการการศึกษาในระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา เพื่อสนับสนุนกระบวนการผลิตบัณฑิตทุกระดับอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่แผนการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัย จึงมอบหมายให้กองบริการการศึกษาเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการทางการศึกษาและประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับปริญญาตรี รวมไปถึงการให้บริการทางด้านการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย เพื่อสนับสนุนกิจการด้านการศึกษาตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

ดังนั้นผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับเรื่องเว็บไซต์หรืออินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถช่วยแก้ปัญหาสภาพในปัจจุบันได้ เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ให้มีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ได้อีกทางหนึ่ง ที่ช่วยสนับสนุนให้นิสิต อาจารย์ บุคลากร และบุคคลที่สนใจ เข้ามาหาความรู้ ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กลายเป็นแหล่งข้อมูลและความรู้ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงไปทั่วโลก ประกอบกับในปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปทำให้ช่องทางการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลมากขึ้น นั้นเป็นเพราะการขยายขอบเขตและบทบาทของอินเทอร์เน็ตสำหรับสังคมไทยเริ่มสูงขึ้น การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเป็นการเติบโตที่รวดเร็ว ด้วยเหตุผลที่สำคัญ คือ ง่ายต่อการใช้งานเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา สามารถให้ข่าวสารข้อมูลได้มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ ทั้งข้อความ ภาพและเสียง ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารกับ

บุคคลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ภายในระยะเวลาอันสั้น ประกอบกับราคาคอมพิวเตอร์มีราคาที่ถูกกว่าสมัยก่อนทำให้ในแต่ละครอบครัวมักจะมีคอมพิวเตอร์ใช้ด้วยแนวโน้มการเติบโตการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นจึงทำให้เป็นโอกาสหนึ่งที่ทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารกับผู้บริโภคเป็นช่องทางที่ไม่ควรมองข้ามได้เลย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่เข้าใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. การดำเนินการสร้างหน้าเพจเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วางแผน ดำเนินการวางแผนและกำหนดวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเว็บไซต์ ศึกษาและวางแผนการพัฒนาหน้าเพจเว็บไซต์เพื่อรองรับสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยการกำหนดขอบเขตเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ให้มีคุณภาพทั้งในด้านเนื้อหา ด้านความสวยงาม ด้านการเข้าใช้งาน และระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ออกแบบการพัฒนาระบบเว็บไซต์ตามหลักการวิธีการออกแบบเว็บไซต์ในยุค 2.0 โดยใช้การออกแบบแต่ละเว็บเพจให้มีลักษณะที่คล้ายกันทั้งการออกแบบหน้าเพจและเมนู เพื่อไม่ให้เว็บไซต์ดูซับซ้อน และง่ายต่อการใช้งานของผู้ใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยออกแบบการจัดวางเนื้อหาต่าง ๆ ในเว็บไซต์ ออกแบบลักษณะการแสดงผลทางด้านการกราฟิกของเว็บไซต์ กำหนดการเลือกใช้สีและรูปภาพที่จะนำมาแสดงในเว็บไซต์ ออกแบบพื้นหลัง ออกแบบระบบนำทาง ออกแบบเมนู ลิงค์ (Link) และปุ่มต่าง ๆ รวมถึงการกำหนดขนาดและสีตัวอักษรที่จะแสดงในเว็บไซต์ โดยออกแบบให้เป็นแนวทางและรูปแบบเดียวกันเพื่อง่ายและสะดวกต่อผู้ใช้งานเว็บไซต์

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาเว็บไซต์ ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาเว็บไซต์ตามขั้นตอนที่ได้ออกแบบไว้ จัดวางเนื้อหาต่าง ๆ ของเว็บไซต์ และดำเนินการพัฒนาขึ้นมาเป็นเว็บไซต์ที่สามารถทำงานได้จริง และสะดวกต่อการใช้งานของผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร วิธีดำเนินการสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร มีลำดับขั้นตอนการสร้างตามรูปแบบของ ADDIE MODEL ดังต่อไปนี้ 2.1 ขั้นวิเคราะห์ (A: Analysis) 2.2 ขั้นตอนออกแบบ (D: Design) 2.3 ขั้นพัฒนา (D: Development) 2.4 ขั้นทดลองใช้ (I: Implementation) และ 2.5 ขั้นประเมินผล (E: Evaluation)

2.1 ขั้นวิเคราะห์ (A: Analysis)

2.1.1 ทำการวิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึงข้อมูลหลักสูตรระดับปริญญาตรีของนักเรียนและผู้สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนเรศวร

2.2.2 ศึกษาเนื้อหา/หลักสูตรทั้งหมด 18 คณะ ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีของ มหาวิทยาลัยนเรศวร และนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ปัญหาเพื่อจะได้นำมาสร้างเป็นภาพอินโฟกราฟิก (Infographic) และภาพเคลื่อนไหวโมชันกราฟิก (Motion Graphic) เพื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

2.2 ขั้นตอนออกแบบ (D: Design)

2.2.1 ออกแบบและเรียบเรียงเนื้อหา/หลักสูตร ทั้งหมด 18 คณะของมหาวิทยาลัยนเรศวร และนำสาระสำคัญของเนื้อหา/หลักสูตร มาเพื่อใช้สร้างเป็นสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร ระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

2.2.2 ออกแบบและศึกษาขั้นตอน และวิธีการสร้างภาพอินโฟกราฟิก เพื่อใช้ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งหมด 18 คณะของมหาวิทยาลัยนเรศวร

2.2.3 ออกแบบและศึกษาขั้นตอน และวิธีการสร้างสื่อโมชันกราฟิกเพื่อใช้ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งหมด 18 คณะ

2.3 ขั้นพัฒนา (D: Development)

2.3.1 นำข้อมูลเนื้อหา/หลักสูตร ทั้งหมด 18 คณะ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่วิเคราะห์และออกแบบไว้มาสร้างเป็นสื่อภาพนิ่งอินโฟกราฟิก (Infographic) โดยออกแบบให้มีสีสันสวยงามเป็นไปในทางเดียวกันเพื่อง่ายและสะดวกต่อผู้ใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์

2.3.2 นำสื่อภาพนิ่งอินโฟกราฟิก (Infographic) เนื้อหา/หลักสูตร ทั้งหมด 18 คณะ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว มาสร้างเป็นสื่อภาพเคลื่อนไหวหรือโมชันกราฟิก (Motion Graphic) โดยออกแบบให้มีสีสันสวยงามเป็นไปในทางเดียวกันเพื่อง่ายและสะดวกต่อผู้ใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์

2.3.3 นำสื่อโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วมาอัปโหลดลงหน้าเว็บไซต์ที่ดำเนินการสร้างไว้ โดยแยกเนื้อหา/หลักสูตร ออกเป็น 3 กลุ่มเพื่อสร้างเป็นสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ดังนี้ 1) กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ 2) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 3) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2.3.4 นำสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบ ข้อเสนอแนะในเนื้อหาแล้วนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อความถูกต้อง

2.3.5 นำสื่อโมชันกราฟิกที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วนั้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ซึ่งแบ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ทั้งหมด 3 คน และเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 3 คน โดยผู้เชี่ยวชาญมีคุณสมบัติ ดังนี้

1) เป็นผู้ที่มีวุฒิทางการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท หรือเป็นผู้มีประสบการณ์การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์และแนะแนวการเข้าเรียนต่อในอุดมศึกษา และด้านเนื้อหาข้อมูลหลักสูตร อย่างน้อย 5 ปี

2) มีผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้องเป็นที่ยอมรับ ตรวจสอบความถูกต้อง

ใช้แบบประเมินลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ดีมาก
4	หมายถึง	ดี
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2545) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	ดีมาก
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	ดี
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

2.4 ขั้นการทดลองใช้ (I: Implementation) เมื่อผู้วิจัยดำเนินการปรับแก้ไขตาม ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการแสดงผลหน้าเว็บไซต์ คำถูกคำผิด และเสียง ของสื่อดิจิทัล เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร จากนั้นนำสื่อดิจิทัลมาทดลองใช้ กับตัวแทนเจ้าหน้าที่ของคณะ ทั้งหมด 18 คณะ จำนวน 36 คน

2.5 ขั้นประเมินผล (E: Evaluation) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร มาทำการวิเคราะห์ผล โดยใช้วิธีทางสถิติ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนคณะที่มีต่อสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งหมด 18 คณะ จำนวน 36 คน พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.67)

3. การดำเนินการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ที่เข้าใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ออนไลน์ (Google Forms) แบบประเมินความพึงพอใจที่สร้างขึ้นจะนำไปใช้กับบุคคลทั่วไปและกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร มีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

3.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสาระสำคัญในการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม

3.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม พิจารณารายการประเมินและคุณลักษณะที่ต้องการประเมินความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร

3.3 สร้างแบบประเมินความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปและผู้เข้าใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร แบบออนไลน์บน (Google Forms) ผู้วิจัยได้ใช้แบบประเมินที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ 5 4 3 2 และ 1 กำหนดความหมายของคะแนนการประเมิน ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
คะแนน 3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การกำหนดค่าระดับน้ำหนักคะแนนกำหนดไว้ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.4 นำแบบสอบถามที่สร้างเรียบร้อยแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบพิจารณา และให้ข้อเสนอแนะความถูกต้อง ความสอดคล้องของ คุณลักษณะการประเมิน และความเหมาะสมอื่น ๆ นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์

3.5 จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ที่เข้าใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร และดำเนินการสร้างลิงค์แบบสอบถามความพึงพอใจ บนหน้าเว็บไซต์

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า

1.1. ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.29 ซึ่งอยู่ในระดับคุณภาพดีมาก

1.2. ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มีค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.43 โดยมีค่าเฉลี่ยด้านเว็บไซต์เท่ากับ 4.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48 ด้านภาพประกอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.38 ด้านตัวอักษรและการใช้สี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0. และด้านการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.38 ซึ่งอยู่ในระดับคุณภาพดีมาก

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 ซึ่งความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

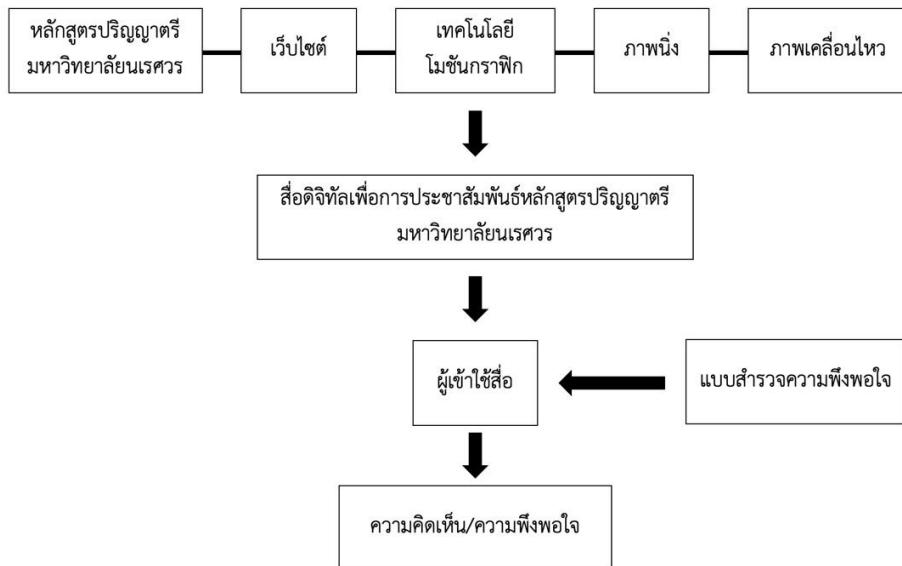
1. การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร มีคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับคุณภาพดีมาก มีคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับที่ดีมาก แสดงว่าสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรีได้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกของจงรัก เทศนา (2565) มาพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยการนำข้อมูล หรือ ความรู้ต่าง ๆ ที่มีจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางสถิติ ความรู้ และตัวเลข มาสรุปเป็นสารสนเทศในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและมีเหตุผล เหมาะสำหรับการสื่อสารในยุคดิจิทัลที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลอันซับซ้อน ที่มีจำนวนมาก ๆ ในเวลาอันจำกัด อีกทั้งเป็นการจัดการข้อมูลที่มีความสำคัญ ลักษณะ เส้น ลูกรศ กราฟ รวมถึงการย่อข้อมูล สรุปประเด็นในส่วนสำคัญที่ต้องการสื่อสารด้วย ภาพนิ่งหรือ ภาพเคลื่อนไหว ให้สามารถเข้าใจง่ายโดยใช้เวลาอันรวดเร็วและชัดเจน มารวมกับแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยภาพของภูมิบัติ ใจสมัค ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มุ่งให้ความคิด ความเข้าใจของผู้รับสาร ตรงกับความคิดความเข้าใจของผู้ส่งสาร เนื่องจากธรรมชาติมนุษย์เมื่อได้รับข่าวสารอย่างเดียวกันมา แต่จะมีความเข้าใจและความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันออกไป ดังนั้นการสื่อสารที่ดีจะต้องมีการวางแผนในการสื่อสาร ที่สามารถส่งออกไปแล้วผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูล เนื้อหา หลักสูตร/สาขาวิชา ที่เปิดสอนระดับปริญญาตรีทุกคณะ ในมหาวิทยาลัยนเรศวร หลักสูตร/สาขา ของแต่ละคณะ ภาพการจัดการเรียนการสอนของแต่ละคณะ/สาขา เบอร์โทรคณะ/สาขา ที่

อยู่คณะ/สาขา ที่สามารถติดต่อ ซึ่งเป็นข้อมูลหลักที่นักเรียนและบุคคลทั่วไปที่กำลังจะเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่เข้าใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ต้องการทราบเป็นแนวทางที่ใช้ในการศึกษาต่อภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเจนจิรา อนันตกุล (2548) พบว่า ความต้องการของผู้ใช้ที่มีต่อโฮมเพจเว็บไซต์ทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์ประกอบ ผู้ใช้ให้ความสำคัญในเรื่องการมีส่วนประกอบที่สำคัญอย่างครบถ้วน ด้านสี ผู้ใช้ให้ความสำคัญในเรื่องการใช้สีสวยงามสบายตา และสื่อความหมายได้ตรงตามจุดประสงค์ ด้านตัวอักษร ผู้ใช้ให้ความสำคัญในเรื่องการใช้ตัวอักษรแบบที่อ่านง่าย ชัดเจน กลมกลืนกับทุก ๆ หน้า ด้านภาพประกอบ ผู้ใช้ให้ความสำคัญเรื่องการใช้ภาพประกอบเพื่ออธิบายเพิ่มเติมจากตัวอักษร ด้านเสียงประกอบ ผู้ใช้ให้ความสำคัญในเรื่องการใช้เสียงประกอบสอดคล้อง สมจริง เข้ากับเนื้อหา

2. ความพึงพอใจของผู้ที่เข้าใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร มีความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด อาจเนื่องมาจากผู้วิจัยใช้ภาษาในการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่าย ความถูกต้องตามหลักการใช้ภาษา และตัวสะกด การออกแบบมีสีสันสวยงาม มีความน่าสนใจ รูปแบบตัวอักษร/ขนาด และสีตัวอักษรมีความชัดเจนอ่านง่าย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปประกอบการตัดสินใจเลือกเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยนเรศวรได้ ซึ่งข้อมูลในการประเมินเหล่านี้อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวันวิสาข์ ภักดีศรี (2563) พบว่า ด้านการนำสื่อประชาสัมพันธ์ไปใช้งาน มีผลประเมินโดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.75 เหมาะสมที่สุด โดยระดับความเหมาะสมมากที่สุด อันดับแรก คือความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 4.78 พึงพอใจมากที่สุด

องค์ความรู้ใหม่

ได้นำเทคโนโลยีโมชันกราฟิกมาใช้ในการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ให้มีประสิทธิภาพสำหรับนักเรียนและผู้ที่ใช้สื่อ ซึ่งได้นำเสนอในรูปแบบของแพลตฟอร์มเว็บไซต์ โดยมีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว กราฟฟิก และองค์ประกอบมัลติมีเดียต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพเคลื่อนไหวที่มีความน่าสนใจและมีอิทธิพลต่อผู้เข้าใช้ อีกทั้งยังมีการจัดหมวดหมู่การนำเสนอ รวมถึงเก็บข้อมูลด้านความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักเรียนและผู้ที่ใช้สื่อผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงหรือพัฒนาสื่อให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. มหาวิทยาลัยควรปรับปรุงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคณะและสาขาวิชาให้ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน เช่น ข้อมูลรายละเอียดคณะและสาขาวิชา ข้อมูลค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าหอพัก ทุนการศึกษา กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา เป็นต้น
2. มหาวิทยาลัยควรเพิ่มภาพประกอบในการจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร เช่น ภาพการจัดการเรียน ภาพบรรยากาศภายใน คณะและสาขาวิชา ภาพบรรยากาศในมหาวิทยาลัย
3. มหาวิทยาลัยควรจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ในรูปแบบภาษาอังกฤษเพื่อให้นักศึกษา ผู้ที่สนใจ และชาวต่างประเทศได้มา ศึกษาเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

จงรัก เทศนา. (2565). อินโฟกราฟิกส์ (Infographics). เข้าถึงได้จาก www.krujongrak.com/infographics/infographics_information.pdf.

- เจนจิรา อนันตกาล. (2548). *การศึกษารูปแบบโฮมเพจเว็บไซต์ทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้*. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ). คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ลักขณา สตะเวทิน. (2554). *ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก <http://lib.vu.ac.th/ULIB/dublin.php?ID=7524>
- วรัชญ์ ครุจิต. (2555). *คู่มือการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วันวิสาข์ ภักดีศรี. (2563). *การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเมืองอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา หมู่บ้านโปนสูง ต.หมื่นไวย จ.นครราชสีมา*. (รายงานการวิจัย). นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2552). *การสื่อสารความเสี่ยง-การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). *พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร*. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกนถน์ บางท่าไม้. (2555). *หลักการประชาสัมพันธ์ เอกสารคำสอนวิชา 468208 ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

