

การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Development of Multimedia Content for Public Relations of the Faculty of Information Technology and Digital Innovation, North Bangkok University

นงนภัส ลือลาภ¹, อัญชิสรา คุ่มรอด², พุทธินันท์ นาคสุข³

¹คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 681201350@nongnapat.ac.th

²คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 681200841@northbkk.ac.th

³คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, puttinun.na@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา 1) เพื่อพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย 3) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายหลังการรับชมสื่อมัลติมีเดีย และ 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือผู้ที่สนใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา จำนวน 30 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย 1) สื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ 2) ประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย 3) แบบสอบถามความพึงพอใจและระดับการรับรู้ภายหลังการรับชมสื่อมัลติมีเดีย

ผลการวิจัยพบว่า สื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพตามการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 และผลการประเมินการรับรู้ และความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้เท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 และระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 ซึ่งทำให้สรุปได้ว่าสื่อมัลติมีเดียนี้มีประสิทธิภาพ ช่วยสร้างการรับรู้เพื่อสำหรับการนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้

คำหลัก: การรับรู้, สื่อมัลติมีเดีย, ประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล

Abstract

This research is developmental research aimed at: 1) develop multimedia media for public relations of the Faculty of Information Technology and Digital Innovation, North Bangkok University 2) evaluate the effectiveness of the multimedia media 3) examine the level of awareness of the target audience after viewing the multimedia media and 4) study the satisfaction of the target audience toward the multimedia media. The sample group in this study consisted of 30 upper secondary school students or individuals interested in pursuing higher education. The participants were selected through purposive sampling for the convenience of data collection. The research instruments used in this study included 1) multimedia media for public relations of the Faculty of Information Technology and Digital Innovation, North Bangkok University 2) an effectiveness assessment form for the multimedia media and 3) a questionnaire measuring satisfaction and awareness levels after viewing the multimedia media.

The research findings revealed that the developed multimedia achieved the highest level of effectiveness based on expert evaluation, with a mean score of 4.58 and a standard deviation of 0.55. The results of the awareness and satisfaction assessments from the sample group were at a high level. The mean score for awareness was 4.19 with a standard deviation of 0.62, while the mean score for satisfaction was 4.57 with a standard deviation of 0.50. In conclusion, the multimedia was effective and contributed to enhancing awareness, making it suitable for use in public relations activities in accordance with the established objectives.

Keywords: Awareness, multimedia, public relations, Faculty of Information Technology and Digital Innovation.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน การประชาสัมพันธ์องค์กรจำเป็นต้องปรับรูปแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สื่อมัลติมีเดียซึ่งผสมผสานข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และกราฟิกเข้าด้วยกัน จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในสถาบันอุดมศึกษาที่มีการแข่งขันด้าน

ภาพลักษณ์และการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อสารข้อมูลของคณะ หรือหน่วยงานให้เป็นที่รู้จักและเกิดการรับรู้ที่ถูกต้องในกลุ่มเป้าหมาย

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัลยังคงใช้รูปแบบสื่อที่เน้นการนำเสนอข้อมูลในลักษณะข้อความ หรือภาพนิ่งเป็นหลัก ซึ่งอาจไม่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ ประกอบกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัลที่นิยมรับชมสื่อที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย และมีความน่าสนใจในรูปแบบภาพและเสียง ส่งผลให้การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร กิจกรรม และจุดเด่นของคณะยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร นอกจากนี้ การขาดสื่อมัลติมีเดียที่มีการออกแบบอย่างเป็นระบบและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย อาจทำให้การสื่อสารภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของคณะไม่ชัดเจน จึงจำเป็นต้องศึกษาปัญหาและพัฒนาแนวทางการนำเสนอสื่อที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากปัญหาดังกล่าว แนวทางการแก้ไขควรมุ่งเน้นการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียที่มีเนื้อหาครบถ้วน ถูกต้อง และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยออกแบบให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และสามารถสื่อสารจุดเด่น อัตลักษณ์ และข้อมูลสำคัญของคณะได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ควรดำเนินการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การออกแบบเนื้อหา การผลิตสื่อ และการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงการทดสอบการรับรู้และความพึงพอใจของผู้รับสาร เพื่อให้ได้สื่อมัลติมีเดียที่มีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มระดับการรับรู้และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของคณะได้อย่างเหมาะสม และยั่งยืน ทางผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการสร้างการรับรู้สื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพขึ้น ในการพัฒนาสื่อครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience Behavior) เพื่อให้การผลิตสื่อมัลติมีเดียมีความน่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพตามแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)

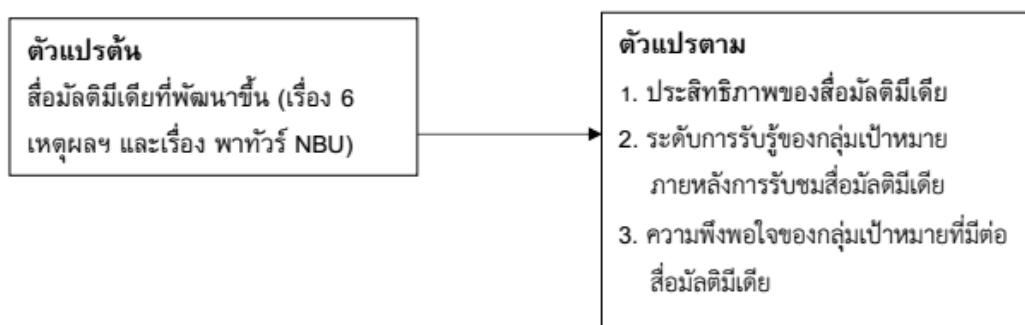
วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย
3. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายภายหลังการรับชมสื่อมัลติมีเดีย
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้สื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัลที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้งานได้จริง
2. สามารถนำสื่อที่พัฒนาไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมแนะแนวการศึกษา
3. ช่วยเพิ่มระดับการรับรู้ ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีของคณะในกลุ่มเป้าหมาย
4. เป็นแนวทาง หรือรูปแบบในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานอื่น

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างการรับรู้สื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์กรุงเทพ เป็นงานวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development) โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือผู้ที่สนใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา จำนวน 30 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย 1) สื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์กรุงเทพ 2) ประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย 3) แบบสอบถามความพึงพอใจและระดับการรับรู้ภายหลังการรับชมสื่อมัลติมีเดีย

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเป็น 6 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย

1. ศึกษาข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

โดยทำการศึกษาทฤษฎี แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อมัลติมีเดีย การประชาสัมพันธ์ และการสร้างการรับรู้ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบไปด้วย พฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience Behavior) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC): เพื่อให้การสื่อสารผ่านสื่อมัลติมีเดียมีความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของคณะ หลักการออกแบบสื่อมัลติมีเดียและภาพเคลื่อนไหว รวมถึงการศึกษาวงจรการพัฒนากระบวน (System Development Life Cycle: SDLC)

2. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและกำหนดขอบเขตเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความต้องการและลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดเนื้อหา รูปแบบ และช่องทางการนำเสนอให้เหมาะสม โดยในที่นี้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกจะเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือผู้ที่สนใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเพื่อที่จะได้เจาะจงเนื้อหาการนำเสนอให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

3. ออกแบบสื่อมัลติมีเดีย

ผู้วิจัยได้จัดทำโครงร่างเนื้อหา (Storyboard) ออกแบบองค์ประกอบด้านภาพ เสียง ข้อความ และลำดับการนำเสนอ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจที่มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสตอรี่บอร์ด 2 เรื่องสำหรับใช้ในการนำเสนอ ประกอบด้วย 1) เรื่อง 6 เหตุผลทำไมต้องเรียนที่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล และ 2) เรื่อง พาทัวร์ NBU มีอะไรซ่อนอยู่บ้าง



ภาพ 1 การออกแบบสตอรี่บอร์ด

เรื่อง 6 เหตุผลทำไมต้องเรียนที่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล

โดยในเรื่อง 6 เหตุผลทำไมต้องเรียนที่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล ผู้วิจัยต้องการสื่อถึงการนำเสนอมูลค่าและความโดดเด่นผ่านสิทธิประโยชน์ของผู้เรียน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ช่วงเริ่มต้น ใช้เทคนิค "เคาะจอ" เพื่อดึงดูดสายตาสไตร์ TikTok
- เนื้อหาหลัก ยืนยันความทันสมัยของหลักสูตรที่ตรงกับสายงาน (Job Matching) เน้นการลงมือทำงานจริง (Learning by Doing) และเรียนกับอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญโดยตรง
- ผลลัพธ์ นำเสนอโอกาสการสร้างผลงานส่งประกวด การฝึกงานกับบริษัทชั้นนำ และการันตีการมีงานทำแน่นอน



ภาพ 2 การออกแบบสตอรี่บอร์ด เรื่อง พาร์ทัวร์ NBU มีอะไรซ่อนอยู่บ้าง

โดยในเรื่อง พาร์ทัวร์ NBU มีอะไรซ่อนอยู่บ้าง ผู้วิจัยต้องการสื่อถึงการสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกและสร้างความคุ้นเคยกับสถานที่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ชั้น 1: แนะนำจุดประชาสัมพันธ์, แผนกทุน และพื้นที่พักผ่อน Co-Working Space

- ชั้น 2-3: สนามกีฬาในร่ม และห้องเรียนปกติ

- ชั้น 4-6: ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์, บัณฑิตวิทยาลัย และห้องประชุมเอราวัณ

พร้อมกล่าวสรุปเชิญชวนให้ผู้สนใจเข้าชมรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนอร์กรุงเทพ เพื่อเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ

4. พัฒนาสื่อมัลติมีเดีย

หลังจากที่ได้มีการออกแบบสื่อมัลติมีเดียแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการผลิตสื่อมัลติมีเดียตามทีออกแบบไว้ พร้อมตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และความสมบูรณ์ของสื่อ โดยผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาสื่อด้วย iPad Air 7 11 inches. M3 ในรูปแบบแนวตั้ง (Vertical Design) เพื่อให้เกิดความสะดวกและเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับชม โดยได้ใช้แอปพลิเคชัน Cap Cut และ Effect บนแอปพลิเคชัน TikTok นำเสนอเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเรื่อง 6 เหตุผลทำไมต้องเรียนที่คณะ

เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล จะมีความยาว 1 นาที 10 วินาที และเรื่อง พาทัวร์ NBU มีอะไรซ่อนอยู่บ้าง จะมีความยาว 1 นาที 35 วินาที โดยสามารถดูได้ผ่านช่องทาง TikTok ภายใต้ช่อง dbtnbu Digital Business technology

5. ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยได้นำสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และด้านสื่อประเมินคุณภาพ พร้อมปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ก่อนจะนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงที่กำหนด และเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ และความพึงพอใจ

6. วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล

หลังจากที่ได้นำสื่อมัลติมีเดียไปใช้งานจริงกับกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยก็นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลตามมาตรวัดของลิเคิร์ท ดังนี้

ระดับ	เกณฑ์การประเมิน
มากที่สุด	4.50-5.00
มาก	3.50-4.49
ปานกลาง	2.50-3.49
น้อย	1.50-2.49
น้อยที่สุด	1.00-1.49

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างการรับรู้สื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

1.1 เรื่อง 6 เหตุผลทำไมต้องเรียนที่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล (ความยาว 1 นาที 10 วินาที)



ภาพ 3 สื่อมัลติมีเดีย

เรื่อง 6 เหตุผลทำไมต้องเรียนที่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล

1.2 เรื่อง พาทัวร์ NBU มีอะไรซ่อนอยู่บ้าง (ความยาว 1 นาที 35 วินาที)



ภาพ 4 สื่อมัลติมีเดีย เรื่อง พาทัวร์ NBU มีอะไรซ่อนอยู่บ้าง

จากภาพประกอบ 3 และ 4 ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำสื่อมัลติมีเดีย โดยอยู่ในรูปแบบแนวตั้ง (Vertical Design) และมีการนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok เพื่อให้สะดวกต่อการรับชม โดยเนื้อหาการนำเสนอเป็นไปตามที่มีการออกแบบไว้ตามขั้นตอนการออกแบบ

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ โดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. เนื้อหามีความถูกต้องครบถ้วน	4.00	0.00	มาก
2. เนื้อหามีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน	4.67	0.58	มากที่สุด
3. เนื้อหามีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5.00	0.00	มากที่สุด
4. การลำดับเนื้อหา มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.67	0.58	มากที่สุด
5. เนื้อหาสามารถสื่อสารจุดเด่นของคณะได้อย่างชัดเจน	3.67	0.58	มาก
6. รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ	4.67	0.58	มากที่สุด
7. การใช้ภาพ เสียง และข้อความมีความเหมาะสม	5.00	0.00	มากที่สุด
8. การออกแบบสี ตัวอักษร และกราฟิกมีความชัดเจนและสวยงาม	4.00	0.00	มากที่สุด
9. คุณภาพของภาพและเสียงมีความคมชัด	5.00	0.00	มากที่สุด
10. การติดต่อและลำดับภาพมีความต่อเนื่องเหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด
11. ระยะเวลาในการนำเสนอมีความเหมาะสม	5.00	0.00	มากที่สุด
12. สื่อสามารถสร้างการรับรู้เกี่ยวกับคณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.67	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	0.55	มากที่สุด

จากตาราง 1 การประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่า ประเด็นที่ได้รับ การประเมินสูงสุด จำนวน 4 ประเด็น ประกอบด้วย 1) เนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 2) การใช้ภาพ เสียง และข้อความมีความเหมาะสม 3) คุณภาพของภาพและเสียงมีความคมชัด และ 4) ระยะเวลาในการนำเสนอมีความเหมาะสม โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผลการประเมินการรับรู้ และความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับการรับรู้ และความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ โดยกลุ่มตัวอย่าง

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ส่วนที่ 1 การวัดการรับรู้			
1. ทราบชื่อและข้อมูลพื้นฐานของคณะอย่างชัดเจน	4.67	0.48	มากที่สุด
2. เข้าใจหลักสูตรที่เปิดสอนของคณะ	3.87	0.57	ปานกลาง
3. ทราบจุดเด่นและความแตกต่างของคณะ	3.73	0.74	ปานกลาง
4. เข้าใจแนวทางการประกอบอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา	4.17	0.38	มาก
5. ทราบกิจกรรมและผลงานของนักศึกษาในคณะ	4.33	0.48	มาก
6. มีการรับรู้เกี่ยวกับคณะเพิ่มขึ้นหลังรับชมสื่อ	4.40	0.50	มาก
ค่าเฉลี่ยการรับรู้	4.19	0.62	มาก
ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจ			
7. รูปแบบการนำเสนอของสื่อ	4.57	0.50	มากที่สุด
8. ความชัดเจนและความเข้าใจง่ายของเนื้อหา	4.53	0.51	มากที่สุด
9. ความน่าสนใจของภาพ เสียง และกราฟิก	4.67	0.48	มากที่สุด
10. การจัดลำดับในการนำเสนอ	4.53	0.51	มากที่สุด
11. ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอ	4.60	0.50	มากที่สุด
12. ความทันสมัยของสื่อมัลติมีเดีย	4.50	0.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.57	0.50	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.38	0.59	มาก

จากตาราง 2 การประเมินการรับรู้ และความพึงพอใจที่มีต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น โดยการวัดการรับรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ส่วนความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 4.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 โดยรวมทั้งการรับรู้ และความพึงพอใจพบว่าอยู่ในระดับมาก

4. สะท้อนความคิดเห็นของผู้ใช้สื่อ

จากการรวบรวมข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน หลังรับชมสื่อ มัลติมีเดีย สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้:

- ด้านเนื้อหาและการนำเสนอ: กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สะท้อนว่าการนำเสนอมีความ กระชับ ทันสมัย และเข้าใจง่าย โดยเฉพาะเทคนิคการ "เคาะจอ" ที่ช่วยดึงดูดความสนใจได้ทันทีตั้งแต่ต้น คลิป

- ด้านการสร้างการรับรู้: ผู้ชมระบุว่าสื่อช่วยให้เห็นภาพลักษณ์ของคณะที่เข้าถึงง่าย (Friendly Image) และทำให้ทราบข้อมูลจุดเด่นของหลักสูตรและสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัย ได้อย่างชัดเจนในระยะเวลาอันสั้น

- ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา: มีความเห็นว่า 1. ควรเพิ่มเติมในส่วนของชื่อห้อง ต่าง ๆ โดย Insert Text 2. ควรเพิ่มเติมห้องปฏิบัติการภายในห้องให้มากขึ้น 3. ควรเพิ่มเติมบรรยากาศ การเรียนการสอนด้วยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและแรงบันดาลใจในการเข้าศึกษาต่อ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและ นวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development) ซึ่งผลการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และสะท้อนผลการ ทดลองใช้สื่อได้อย่างชัดเจน ดังนี้:

1. ด้านการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย: ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการผลิตสื่อวิดีโอแนวตั้ง (Vertical Design) จำนวน 2 เรื่อง คือ "6 เหตุผลทำไมต้องเรียนที่คณะฯ" (1:10 นาที) และ "พาทัวร์ NBU มีอะไรซ่อนอยู่บ้าง" (1:35 นาที) โดยใช้เครื่องมือ iPad Air 7 (M3) ร่วมกับแอปพลิเคชัน Cap Cut และ เผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีความแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบเดิม ที่มัก เน้นข้อความและภาพนิ่ง สื่อที่พัฒนาขึ้นใหม่นี้เน้นความกระชับ ทันสมัย และเข้าถึงพฤติกรรม การรับสื่อ ของกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัลได้ดีกว่า

2. ด้านประสิทธิภาพของสื่อ: จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่าสื่อมีประสิทธิภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.55) แสดงให้เห็นว่าสื่อมีคุณภาพทั้งในด้านเนื้อหา เทคนิคการตัดต่อ และความคมชัดของภาพและเสียง

3. ด้านการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย: ภายหลังจากรับชม กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ข้อมูล เกี่ยวกับคณะอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.62) โดยพบว่าการเล่าเรื่องผ่านวิดีโอสั้นช่วยให้กลุ่ม ตัวอย่างเข้าใจจุดเด่นของหลักสูตรและสิ่งอำนวยความสะดวกได้ชัดเจนกว่าการอ่านเอกสารประชาสัมพันธ์ แบบทั่วไป

4. ด้านความพึงพอใจ: กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.50) โดยเฉพาะในด้านความน่าสนใจของภาพ เสียง และกราฟิกที่สอดคล้องกับความสนใจของคนรุ่นใหม่

สรุปภาพรวม: ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการเปลี่ยนรูปแบบจากสื่อประชาสัมพันธ์เดิมมาเป็นสื่อมัลติมีเดียเชิงนวัตกรรมบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างการรับรู้ข้อมูลที่ต้องการเท่านั้น แต่ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและสร้างความพึงพอใจในระดับสูงสุด ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่มีประสิทธิภาพสูงสำหรับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในยุคปัจจุบัน

อภิปรายผล

จากงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นนี้ในประเด็นของการรับรู้ และความพึงพอใจนั้น ถือได้ว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์มณฑา ผกาแก้ว และสมใจ จิตคำนึ่งสุข (2564). ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียสำหรับการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษาด้วยแนวคิดมนุษย์เป็นศูนย์กลางและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ พบว่าการเข้าใจเนื้อหาของหลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทนา ปาปัดถา และคณะ (2561). ได้ทำวิจัยเรื่อง การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า นักศึกษามีการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเนื้อหาไม่ประหลาด

นอกจากนั้นแล้วยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภมณเตร ชุณหศิริรักษ์ และคณะ (2567). ได้ทำวิจัยเรื่อง การรับรู้สื่อเพื่อสุขภาพผลิตโดยหน่วยงานสังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า สื่อมีประโยชน์สร้างการรับรู้ได้จริง และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิพร วรรณโสภณ และคณะ (2562). ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียการส่งเสริมภูมิปัญญาผ้ายกเมืองนครศรีธรรมราช สู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้านมะม่วงปลายแขน พบว่าสื่อมัลติมีเดียเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตภัณฑ์ผ้ายกทอเมืองนครศรีธรรมราชสำหรับกลุ่มทอผ้ายกมะม่วงปลายแขน มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดี

จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้มีการพัฒนาขึ้นชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียสามารถนำมาช่วยในการประชาสัมพันธ์ หรือบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ได้ โดยได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มผู้ชม และยังสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นได้อีกด้วย ผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) เป็นเพราะการออกแบบสื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับสารยุคดิจิทัลที่นิยมวิดีโอสั้นแนวตั้ง ซึ่งช่วยสร้างความคุ้นเคยและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับคณะได้อย่างลุ่มลึกมากกว่าสื่อรูปแบบเดิม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การสร้างความต่อเนื่องและภาพลักษณ์องค์กร: ควรมีการผลิตคลิปวิดีโออย่างสม่ำเสมอ โดยเพิ่มเนื้อหาด้านวิถีชีวิตนักศึกษา (Student Life) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่เข้าถึงง่าย สำหรับกลุ่มเป้าหมาย
2. การพัฒนาคุณภาพทางเทคนิค: ควรให้ความสำคัญกับระบบแสงสว่างและคุณภาพเสียง ในขณะที่ถ่ายทำสถานที่จริง เพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาในการปรับแต่งเสียงบรรยาย (Voice Over) ในกระบวนการตัดต่อ (Post-production)
3. การกระตุ้นการตัดสินใจ: ควรเพิ่มจุดเชื่อมโยงหรือปุ่มเรียกความสนใจ (Call to Action) เช่น ลิงก์เว็บไซต์มหาวิทยาลัยในช่วงท้ายคลิป เพื่อส่งต่อผู้ชมไปสู่ขั้นตอนการตัดสินใจสมัครเรียนได้อย่างชัดเจน
4. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการเพื่อการพัฒนาสื่อในอนาคต: ควรนำกระบวนการพัฒนาสื่อ มัลติมีเดียเชิงระบบ (3-P: Pre-production, Production, Post-production) นี้ไปใช้เป็นต้นแบบ (Model) ในการสร้างนวัตกรรมการสื่อสารสำหรับหน่วยงานอื่นในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อสร้างมาตรฐานการรับรู้ที่เป็นสากลและยกระดับงานประชาสัมพันธ์ไปสู่งานวิจัยด้านนวัตกรรมสื่อดิจิทัล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก โดยการนำสถิติจาก TikTok Analytics มาวิเคราะห์อย่างละเอียดว่าเนื้อหาประเภทใดมีการแชร์สูงสุด เพื่อวางแผนการผลิตในอนาคตให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
2. การใช้บุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิด โดยอาจมีการเชิญนักศึกษาที่มีชื่อเสียงในโซเชียล (Influencer) มาร่วมทำคอนเทนต์เพื่อเพิ่มฐานการมองเห็นให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ฉันทนา ปาปัดถา และคณะ (2561). การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *วารสารนวัตกรรมการบริการและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์*, 6(2), 10-15.
- ทิพย์มณฑา ผกาแก้ว และสมใจ จิตคำนิงสุข (2564). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียสำหรับการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษาด้วยแนวคิดมนุษยเป็นศูนย์กลางและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ. *วารสารวิชาการการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ*, 7(2), 107-117.
- นิธิพร วรรณโสภณ และคณะ (2562). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียการส่งเสริมภูมิปัญญาผ้ายกเมือง นครศรีธรรมราช. *วารสารราชพฤกษ์*, 17(1), 34-41.

สุภกษณศร์ ชุณหศรรรค์ และคณะ (2567). การรับรู้สื้อเพื่อสุขภาพผลลิตโดยหน่วยงานสังกัดกระทรวง
สาธารณสุข. *วารสารศิลปการจัดการ*, 8(3), 382-404.