



บทความวิจัย

การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ก*

THE DEVELOPMENT OF MEDIA IN PUBLIC RELATIONS OF RESEARCH RESULTSTHROUGH SOCIAL MEDIA VIA FACEBOOK

อัษฎา วรรณกายนต์

Asada Wannakayont

นิคม ลนขุทธ

Nikom Lonkunthos

สุชาติ ดุมนิล

Suchat Dumnit

อภิชัย ไพรินธุ์

Aphichai Praisin

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Surindra Rajabhat University, Thailand

E-mail: praisin.ap@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อ และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อ สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ก เป็นการวิจัยแบบ การวิจัยและพัฒนา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่สนใจที่เข้ามาเยี่ยมชม และเข้ามามีส่วนร่วม ในเพจ เฟสบุ๊ก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 70 คน ใช้การ สุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัย และ แบบ ประเมินความพึงพอใจออนไลน์ คณะผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัย โดยการ ประยุกต์ใช้หลักการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ของ ADDIE Model จากนั้น สร้างโพสต์โดยการเขียน ข้อความ และเพิ่มสื่อในเพจเฟสบุ๊กหลักสูตรฯ ใช้ระยะเวลาในการเผยแพร่เพื่อเก็บข้อมูล 120 วัน โดยกลุ่มตัวอย่างจะเข้าไปเข้าชม มีส่วนร่วม และประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ได้สื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัย ที่ใช้ในการนำเสนอผลงานวิจัยของอาจารย์ประจำหลักสูตร โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านทาง เฟสบุ๊ก ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และผู้ที่สนใจได้อย่างกว้างขวาง สามารถเผยแพร่องค์

* Received March 22, 2022; Revised September 20, 2022; Accepted December 27, 2022

ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ยังเป็นการสร้าง ความน่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหลักสูตร ให้เป็นหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับในทางวิชาการ 2) ผู้ตอบแบบประเมิน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 48 คน (ร้อยละ 68.57) อยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี จำนวน 35 คน (ร้อยละ 50) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 44 คน (ร้อยละ 62.86) และมีนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 35 คน (ร้อยละ 50) และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.81 และ SD.= 0.42)

คำสำคัญ : สื่อประชาสัมพันธ์, สื่อสังคมออนไลน์, เฟสบุ๊ก

Abstract

The research objectives were to develop media and access the satisfaction on media in public relations of research results through social media via Facebook. It's Research and Development. The participants were 70 visitors from the Facebook of the Ph.D. program in the discipline of Industrial Technology by using accidental sampling or convenience selection. The research tools consisted of, the research media and an online satisfaction assessment form. Developed media in public relations of the research by applying the principle of media development (ADDIE Model). After that, post by writing the messages and insert the media into the PhD Facebook Fan Page. By using 120 days for publication to collect data. The participants have to watch, participate, and complete the satisfaction assessment. The descriptive statistics used for analysis include Percentage (%), Mean ($\bar{X}$), and Standard Deviation (S.D) The research results found that 1) there are the media in research public relations used by program Instructors to present the research results through social media via Facebook, which could access widely to the target group and interested people, and public knowledge of the research finding applicable. Make the program gain credibility, good image creation and acceptable in academics. 2) Most of the answerers are 48 males (68.57%), 35 people (50%) in the range of age 15-25 years old, 44 people (62.86%) with bachelor's degree Graduation, and there are 35 students (50%). The overall satisfaction with media in public relations of research results was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.81, S.D.= 0.42)

Keywords: The media in public relations, Social media, Facebook



บทนำ

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ เป็นหลักสูตรที่มีการจัดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา บนพื้นฐานความคิดที่ต้องการพัฒนาศักยภาพบุคคลในสังคมและท้องถิ่น พัฒนางานวิจัยและการบริหารงานอุตสาหกรรมที่เหมาะสมกับท้องถิ่น ตลอดจนสามารถประดิษฐ์สร้างสรรค์ ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มีมาตรฐานทางวิชาการ โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 2562) จากการดำเนินงานของหลักสูตรที่ผ่านมา มีการพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัย เหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน ผนวกกับการดำเนินงานหลักสูตรในด้านการประชาสัมพันธ์หลักสูตร ที่ยังขาดประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่สนใจ ทั้งนี้ เมศิยาห์ อ่อนตา ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หรือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้ กลุ่มบุคคลเป้าหมายเกิดมีความรู้ ความเข้าใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน (เมศิยาห์ อ่อนตา, 2562) ซึ่งในการประชาสัมพันธ์หลักสูตร ได้มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในส่วนงานต่างๆ ไปบ้างแล้ว เช่น การจัดทำเว็บไซต์ บัญชีโซเชียลมีเดีย แผ่นพับ และเฟสบุ๊กแฟนเพจ เป็นต้น เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์หลักสูตร การรับสมัครเข้าเรียน รวมไปถึงการเผยแพร่การทำกิจกรรมต่างๆ ของหลักสูตร ในช่วงที่ผ่านมา ทำให้พบว่า ยังขาดการสื่อสารที่ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี ต่อหน่วยงาน รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ผลงานทางวิชาการ โดยเฉพาะผลงานวิจัย ของอาจารย์ประจำหลักสูตร ที่ต้องมีการพัฒนาศักยภาพของตนเองทางด้านวิชาการ และ ยังขาดการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะ ของผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่สนใจที่มีต่อผลงานดังกล่าว เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาผลงานวิจัยของอาจารย์ประจำหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

งานวิจัย เรื่อง การประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด สำหรับข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทผักอินทรีย์ เป็นผลงานวิจัยของอาจารย์ประจำหลักสูตร ที่ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปีงบประมาณ 2563 มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ โดยนำเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดมาประยุกต์ใช้งาน เพื่อช่วยในการสื่อสารทางการตลาด ในการ จัดจำหน่ายสินค้า โดยเฉพาะสินค้าชุมชน ประเภทผักอินทรีย์ ที่ใช้ คิวอาร์โค้ดเป็นสัญลักษณ์หรือรหัสสินค้า แทนข้อมูลผักอินทรีย์ที่ผู้บริโภคต้องการทราบ เพื่อให้ข้อมูลที่สำคัญและข้อมูล ที่เพิ่มเติมนอกจากการขายสินค้าทั่ว ๆ ไป เช่น ข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักกับเกษตรกรผู้ผลิต แหล่งผลิต สินค้าที่ผลิต และระบบการผลิตสินค้านั้น ๆ (นิคม ลนขุนทด และคณะ, 2563)

ดังจะพบปัญหาในการประชาสัมพันธ์ผลงานของหน่วยงานภาครัฐ ที่ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ผลงานของบุคลากรและหน่วยงานเท่าที่ควร โดยเฉพาะผลงานวิจัยของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา เมื่อมีการเผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสารหรือรายงานการประชุมวิชาการ



ไปแล้วนั้นถือว่าเป็นการสิ้นสุดกระบวนการ อีกทั้งหน่วยงานยังไม่เห็นถึงความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ผลงาน ทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะพัฒนาสื่อเพื่อใช้ในการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยของอาจารย์ประจำหลักสูตรขึ้นมา โดยในการประชาสัมพันธ์งานวิจัยจะใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทางผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารชนิดหนึ่งที่ได้รับคามนิยมใช้กัน อย่างกว้างขวาง และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกระดับ (อภิรัช พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตระรุจิ, 2556) ดังนั้น สื่อออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือหรือช่องทางที่ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรต่าง ๆ รวมถึงบุคคลทั่วไปสามารถเลือกนำมาใช้ประโยชน์มากขึ้น โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ได้ชื่อว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร ช่วยประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์/สร้างสัมพันธภาพที่ดีขององค์กร (ณัฐวุฒิ เพชรประไพ, 2564) โดยในการประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยอาจารย์ประจำหลักสูตรในครั้งนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการถ่ายทอดความรู้ และการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบใหม่ ที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือต่อสังคม อีกทั้งยังสร้างความน่าสนใจได้อย่างกว้างขวาง และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหลักสูตรให้เป็นที่ยอมรับในทางวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอน ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development)
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
 - 2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่สนใจที่เข้ามาเยี่ยมชม และ มีส่วนร่วมในเพจเฟซบุ๊กหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
 - 2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่สนใจที่เข้ามาเยี่ยมชมและมีส่วนร่วมในเพจเฟซบุ๊กหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรจำกัดได้ ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่าง ของ W.G.Cochran



โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 10 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2549) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม (โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน 40% หรือ 0.4)

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ (Z มีค่าเท่ากับ 1.65 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 90 (ระดับ 1))

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น (ระดับความเชื่อมั่น 90% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.10 = 0.1)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(.40)(1-.40)(1.65)^2}{(.1)^2} = 65.34$$

ซึ่งหมายความว่า จะต้องใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 66 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 10 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 70 คน โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญหรือ แบบสะดวก (Accidental or Convenience Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ก มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย

3.1.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ การสร้างสื่อในการประชาสัมพันธ์ และสื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ในเรื่อง การประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยี คิวอาร์โค้ด สำหรับข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทผักอินทรีย์ ให้ครอบคลุมเนื้อหา ที่ต้องการในการวิจัยครั้งนี้

3.1.2 นำหลักการออกแบบและการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ของ ADDIE Model (McGriff, S. J., 2000) มาพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1.2.1 ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ (Analysis)

คณะผู้วิจัยได้กำหนดจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวิจัยว่ามีความต้องการประชาสัมพันธ์งานวิจัยของอาจารย์ในหลักสูตรฯ ให้ผู้ที่สนใจทั่วไป และผู้ที่สนใจที่เข้ามาเยี่ยมชมและมีส่วนร่วมในเพจเฟซบุ๊กของหลักสูตรฯ สามารถเข้าถึงข้อมูลงานวิจัยที่เป็นผลงานของอาจารย์ในหลักสูตรฯ ในเรื่อง การประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยีควมอาร์โค้ด สำหรับข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทผักอินทรีย์ โดยการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ใช้เพจเฟซบุ๊กที่เป็นการสื่อสารชนิดหนึ่งที่มีความนิยม และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

3.1.2.2 ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบ (Design)

หลังจากการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวิจัย คณะผู้วิจัยได้เลือกสื่อที่จะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์งานวิจัยของอาจารย์ในหลักสูตรฯ พบว่า ควรมีสื่อที่มีความหลากหลาย สื่อที่คณะผู้วิจัยได้เลือกใช้ในการประชาสัมพันธ์งานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ 1) แบนเนอร์ จะใช้นำเสนอข้อมูลที่มีเนื้อหาสาระที่เป็นภาพ และข้อความสั้นๆ กระชับ ได้ใจความ สามารถดึงดูดความสนใจ และสื่อความหมายได้รวดเร็ว 2) โปสเตอร์ จะใช้นำเสนอข้อมูลที่มีเนื้อหาสาระที่เป็นภาพ และข้อความสั้น กระชับ มีรายละเอียด ขนาดใหญ่กว่าแบนเนอร์ และ 3) แผ่นพับ จะใช้นำเสนอข้อมูลที่มีเนื้อหาสาระ ที่เป็นภาพ ข้อความ และอื่นๆ ลงไป โดยมีรายละเอียดมากกว่าโปสเตอร์ใช้การพับเพื่อแบ่งเนื้อหาและ ออกในขณะที่ใช้งาน จากนั้นนำสื่อที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อออกแบบโครงสร้างสื่อต่างๆ และลำดับ ความสำคัญของข้อมูล รวมทั้งรายละเอียดของข้อมูลงานวิจัย ว่าควรประกอบไปด้วยอะไรบ้าง จากนั้น จึงนำไปให้ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไข

3.1.2.3 ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนา (Development)

นำสื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัยที่ได้รับการออกแบบไว้ ไปจัดทำตามรูปแบบที่ได้ออกแบบไว้ ตกแต่งสี เพิ่มหัวข้อ เพิ่มข้อความ การอธิบายภาพ และ จัดเรียงลำดับ ใส่พื้นหลัง ใส่รูปแบบตัวอักษร โดยใช้โปรแกรมตกแต่งภาพทางคอมพิวเตอร์ เพิ่มข้อมูลที่สำคัญที่ไม่สามารถใส่ลงไปในสื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัยได้ ลงไปเก็บไว้ใน Google Drive แชรข้อมูลและนำ URL ไปสร้าง QR Code เพื่อใช้ในการเข้าถึงข้อมูลได้เพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง เมื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัยเสร็จก็ทำการแปลงไฟล์ เป็นนามสกุล .jpg

3.1.2.4 ขั้นตอนที่ 4 การนำไปใช้ (Implementation)

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบ และพัฒนา สื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัยเสร็จแล้ว จึงนำไปเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็น เพจเฟซบุ๊กหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จากนั้น ดูข้อบกพร่องต่างๆ ถ้ามีข้อบกพร่องก็นำมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งก่อนนำไปประเมินผลในขั้นตอนที่ 5 ต่อไป



3.1.2.5 ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล (Evaluation)

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการนำเอาสื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัย ที่ได้ออกแบบและพัฒนาขึ้นมาประเมินผล โดยการนำไปประเมินความพึงพอใจที่มีต่อ สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ในด้านตัวอักษร ด้านภาพประกอบ และสีพื้น ด้านเนื้อหา และด้านการประชาสัมพันธ์ กับผู้ที่สนใจที่เข้ามาเยี่ยมชมและมีส่วนร่วมในเพจเฟซบุ๊กหลักสูตรฯ โดยการประชาสัมพันธ์งานวิจัยผ่านเพจเฟซบุ๊กหลักสูตรฯ เป็นระยะเวลา 120 วัน

3.2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย

การสร้างแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย มีขั้นตอนในการสร้างตามลำดับต่อไปนี้

3.2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมิน ความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์และประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างและการกำหนดข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ในแบบประเมินความพึงพอใจในการวิจัยครั้งนี้

3.2.2 สร้างแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยฉบับร่างให้ครอบคลุมประเด็นสาระสำคัญของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.2.2.1 ด้านตัวอักษร

3.2.2.2 ด้านภาพประกอบ และสีพื้น

3.2.2.3 ด้านเนื้อหา

3.2.2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

3.2.3 นำแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยฉบับร่าง เสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัยพิจารณาความเหมาะสม ของประเด็นข้อคำถามในเรื่องการประชาสัมพันธ์และรับฟังข้อเสนอแนะจากที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อนำกลับมาปรับปรุงแก้ไข

3.2.4 นำแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ฉบับร่าง กลับมาปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำจากที่ปรึกษางานวิจัย

3.2.5 นำแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยฉบับร่าง ไปทำแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยออนไลน์ โดยใช้ Google Form

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค ซึ่งมีรายละเอียดของการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอนสามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 รวบรวมสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ได้แก่

4.1.1 แบนเนอร์

4.1.2 โปสเตอร์

4.1.3 แผ่นพับ

4.2 ลงชื่อเข้าไปที่เพจเฟสบุ๊คหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

4.3 สร้างข้อความในการนำเสนอ และเตรียมสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย

4.4 ลงข้อความและสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย และเพิ่มส่วนที่เชื่อมโยง (Link) ไปที่แบบประเมินความพึงพอใจออนไลน์

4.5 ตรวจสอบข้อความ สื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัยและส่วนที่เชื่อมโยง (Link)

4.6 ลงข้อความ และรูปภาพสื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัย โดยการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านเพจเฟสบุ๊คหลักสูตรฯ ให้กลุ่มตัวอย่างที่สนใจได้ศึกษา เป็นระยะเวลา 120 วัน

4.7 กลุ่มตัวอย่างที่สนใจที่เข้ามาเยี่ยมชมและมีส่วนร่วมในเพจเฟสบุ๊คหลักสูตรฯ ได้ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัยและประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยตามระดับน้ำหนัก

4.8 นำผลที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจ จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค พบว่า ได้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ที่สามารถนำไปใช้ในการนำเสนอผลงานวิจัยของอาจารย์ประจำหลักสูตร เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นใน 3 รูปแบบ ได้แก่

1.1 แบนเนอร์ ใช้การนำเสนอเป็นภาพ และข้อความสั้นๆ เข้าใจได้ง่าย สามารถดึงดูดความสนใจ และสื่อความหมายกับกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว จัดวางองค์ประกอบโดยใช้สัญลักษณ์หน่วยงาน/ข้อความ อยู่ด้านบนซ้าย วางภาพประกอบจากซ้ายลงมาจนถึง



ด้านล่างขวา ส่วนหัวเรื่องและรายละเอียดอื่นๆ เป็นข้อความอยู่กึ่งกลาง ด้านล่างซ้ายเป็นข้อมูลการติดต่อ และมี QR-Code ใช้เชื่อมโยงข้อมูลบทความวิจัยอยู่ด้านขวา

1.2 แผ่นพับ ใช้การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นข้อความ ภาพ และองค์ประกอบอื่นๆ โดยมีการพับ เพื่อแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ จัดวางองค์ประกอบโดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนหน้าและหลัง ส่วนหน้า 1 เป็นสัญลักษณ์หน่วยงาน/ข้อความ หัวเรื่อง ชื่อผู้วิจัยและภาพประกอบ ส่วนหน้า 2 เป็นภาพการดำเนินงานวิจัย ข้อมูลการติดต่อ และมี QR-Code ใช้เชื่อมโยงข้อมูลบทความวิจัย/การติดต่อ ส่วนหน้า 3 เป็นภาพการดำเนินงานวิจัย ส่วนหลัง 1 เป็นข้อความวัตถุประสงค์ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของงานวิจัย ส่วนหลัง 2 และ ส่วนหลัง 3 เป็นข้อความบทคัดย่อภาษาไทย

1.3 โปสเตอร์ ใช้การนำเสนอเป็นเนื้อหาที่เป็นภาพ และข้อความสั้นๆ อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย มีการจัดวางองค์ประกอบ โดยด้านบนวางสัญลักษณ์หน่วยงาน/ข้อความ หัวเรื่อง ชื่อผู้จัดทำ และรายละเอียดที่สรุปเนื้อหา มีข้อมูลติดต่อหน่วยงาน และ QR-Code ใช้เชื่อมโยงข้อมูลบทความวิจัย

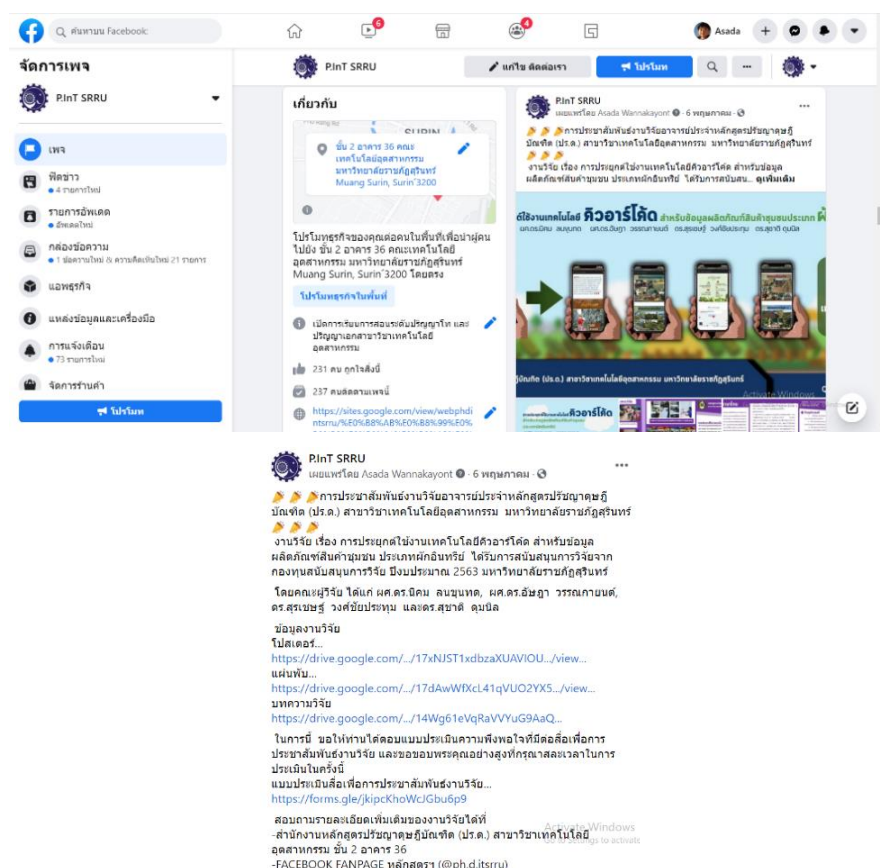


ภาพที่ 1 แผ่นเนอร์ และโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์งานวิจัย



ภาพที่ 2 แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์งานวิจัย

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ที่คณะผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ได้เลือกใช้ตัวอักษรที่เป็นมาตรฐาน ขนาดที่มีความเหมาะสมกับสื่ออื่นๆ สามารถอ่านได้ง่าย เลือกใช้เนื้อหาที่สำคัญ ชัดเจน และภาพประกอบ ที่สามารถสื่อความหมายของการดำเนินงานวิจัยได้เป็นอย่างดี มีความคมชัด สีสันสวยงาม โดยในภาพรวมสามารถนำสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยไปใช้ในการนำเสนอผลงานวิจัยของอาจารย์ประจำหลักสูตร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊กหลักสูตรฯ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย จำนวนมาก กว้างและรวดเร็ว ตรงกับความสนใจที่ผู้สนใจได้เข้ามาเยี่ยมชม และมีส่วนร่วม สามารถเผยแพร่องค์ความรู้ ที่ได้รับจากงานวิจัยไปถ่ายทอดหรือเผยแพร่ให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้รับความรู้ หรือก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ต่อหลักสูตรให้เป็นหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับในทางวิชาการ



ภาพที่ 3 การประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค มีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค ปรากฏผลตามตาราง ที่ 1 - 6 ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ลักษณะการจำแนกข้อมูล	ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ	ชาย	48	68.57
	หญิง	22	31.43
2.อายุ	15-25 ปี	35	50.00
	26-35 ปี	7	10.00
	36-45 ปี	17	24.29
	46-55 ปี	9	12.86
	56 ปี ขึ้นไป	2	2.86

ลักษณะการจำแนก ข้อมูล	ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
3. การศึกษา	มัธยมศึกษา	4	5.71
	อนุปริญญา	0	0
	ปริญญาตรี	44	62.86
	สูงกว่าปริญญาตรี	22	31.43
4. อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	26	38.57
	เอกชน	3	4.29
	ธุรกิจส่วนตัว	3	4.29
	นักเรียน/นักศึกษา	2	2.86
	อื่นๆ	35	50.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์วิทยานิพนธ์นักศึกษา ส่วนใหญ่มีสถานะภาพเป็นเพศชาย จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 68.57 อยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 จบการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 62.86 และมีนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยด้านตัวอักษร

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ตัวอักษรสามารถอ่านได้ง่าย	4.84	0.40	มากที่สุด
2. ตัวอักษรมีขนาดที่เหมาะสม	4.83	0.42	มากที่สุด
3. ตัวอักษร มีสีที่สวยงาม เหมาะสม	4.83	0.38	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.83	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ด้านตัวอักษร มีระดับ ความคิดเห็น ในภาพรวมอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถสรุประดับความคิดเห็นได้ดังนี้ ตัวอักษรสามารถอ่านได้ง่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.40 ตัวอักษร มีขนาดที่เหมาะสม มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.42 และตัวอักษร มีสีที่สวยงาม เหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.38



ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยด้านภาพประกอบ และสีพื้น

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ภาพประกอบที่ใช้สามารถสื่อความหมายได้ดี	4.73	0.48	มาก
2. ภาพประกอบที่ใช้มีสีสันสวยงาม	4.69	0.50	มากที่สุด
3. ภาพประกอบ และสีพื้นที่ใช้มีความเหมาะสม	4.84	0.37	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.75	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ด้านภาพประกอบ และสีพื้น มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถสรุประดับความคิดเห็นได้ดังนี้ ภาพประกอบที่ใช้สามารถสื่อความหมายได้ดี มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.48 ภาพประกอบที่ใช้มีสีสันสวยงาม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.50 และ ภาพประกอบ และ สีพื้นที่ใช้ มีความเหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ด้านเนื้อหา

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เนื้อหาที่ใช้มีข้อมูลที่เข้าใจง่าย	4.86	0.39	มากที่สุด
2. เนื้อหาที่ใช้มีข้อมูลที่น่าสนใจ	4.80	0.40	มากที่สุด
3. เนื้อหาที่ใช้สามารถสื่อความหมายได้ดี	4.84	0.40	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.83	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ด้านเนื้อหา มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถสรุป ระดับความคิดเห็นได้ดังนี้ เนื้อหาที่ใช้มีข้อมูล ที่เข้าใจง่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ ที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.39 เนื้อหาที่ใช้ มีข้อมูลที่ น่าสนใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และ ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน เท่ากับ 0.40 และเนื้อหาที่ใช้สามารถสื่อความหมายได้ดี มีระดับ ความคิดเห็น อยู่ใน ระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.40

ตารางที่ 5 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีความสะดวก รวดเร็ว	4.84	0.44	มากที่สุด
2. เป็นการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	4.76	0.46	มากที่สุด
3. เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์	4.81	0.43	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.80	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ด้านการประชาสัมพันธ์ มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถสรุประดับความคิดเห็นได้ดังนี้ เป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีความสะดวก รวดเร็ว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.44 เป็นการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.46 และ เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.44

ตารางที่ 6 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ในภาพรวม

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านตัวอักษร	4.83	0.40	มากที่สุด
2. ด้านภาพประกอบ และสีพื้น	4.75	0.45	มากที่สุด
3. ด้านเนื้อหา	4.83	0.40	มากที่สุด
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	4.80	0.44	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.81	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุประดับความคิดเห็นได้ดังนี้

ด้านตัวอักษรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.40 ด้านภาพประกอบ และสีพื้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.45 ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.40 และด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.44



อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ก สามารถเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ สอดคล้องกับคณะอนุกรรมการการจัดการความรู้ ด้านงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยรังสิต ที่ได้เสนอการจัดทำรายงานประจำปีในการจัดทำ ชุดประสบการณ์การเรียนรู้ ด้านการเผยแพร่ผลงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ พบว่า การเผยแพร่งานวิจัย มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ศึกษาหาความรู้หรือนำไปต่อยอดทางความรู้ หากสามารถเผยแพร่งานศึกษาวิจัยด้วยรูปแบบที่หลากหลาย สามารถสื่อสาร กับประชาชนได้ในวงกว้าง ก็จะเป็นการสร้างคุณภาพการทางสังคมความรู้ยิ่งใหญ่หลวง (คณะอนุกรรมการการจัดการความรู้ ด้านงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2564) และสอดคล้องกับที่ อิทธิพล จันทรรัตนกุล และคณะ ได้สรุปบทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในด้านการประชาสัมพันธ์ จะเป็นช่องทางที่เพิ่มความสะดวกในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ เพราะมีความสะดวก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในวงกว้าง และครอบคลุมทุกกลุ่มอายุในระยะเวลาที่รวดเร็ว (อิทธิพล จันทรรัตนกุล และคณะ, 2564)

2. ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ก ในภาพรวมมีความพึงพอใจในสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัค ถาวรนิติกุล ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษานโยบายเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า ความคิดเห็นและความพอใจในของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (สุภัค ถาวรนิติกุล, 2557) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และศิริประภา แสงจิตร ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า มีความพึงพอใจต่อสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และศิริประภา แสงจิตร, 2561)

สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องมาจาก คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย โดยประยุกต์ใช้หลักการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ของ ADDIE Model (McGriff, S. J., 2000) ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนารูปแบบการสอนที่นักออกแบบนิยมใช้เนื่องจากมีรูปแบบที่ง่ายและ มีขั้นตอนที่ชัดเจน ในการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย มีการวิเคราะห์เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวิจัยตามกระบวนการออกแบบ และเลือกสื่อ ข้อความ ภาพประกอบที่สามารถสื่อความหมายของการดำเนินการวิจัย

ได้เป็นอย่างดี นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์งานวิจัยที่เป็นสื่อที่มีความหลากหลาย เหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหาที่นำไปเผยแพร่ผลงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสาร ชนิดหนึ่งที่มีความนิยมใช้กันอย่างกว้างขวาง และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกระดับ (อภิวิช พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระจุ, 2556) ทำให้สามารถเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย และนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค ได้เลือกพัฒนาสื่อให้มีความหลากหลาย เพื่อนำไปใช้ในการนำเสนอผลงานวิจัยของอาจารย์ประจำหลักสูตร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย รวดเร็ว กว้างขวาง และประหยัดค่าใช้จ่าย ตรงจุดกับผู้ที่สนใจ และ ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค จากผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม และผู้ที่มีส่วนร่วม สามารถเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย อีกทั้งผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม และผู้ที่มีส่วนร่วมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ยังสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหลักสูตรให้เป็นหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับในทางวิชาการ ข้อเสนอแนะในการวิจัย 1) ควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์งานวิจัยที่มีทั้งรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้นักศึกษา ผู้ที่สนใจและชาวต่างประเทศได้เข้ามาศึกษา หรือได้ทราบข้อมูลผลงานวิจัยต่าง ๆ ของหลักสูตร 2) ควรเพิ่มสื่อ และช่องทางการสื่อสารผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบอื่น เช่น สื่อ วิดีโอ ในช่องทาง Line Youtube เป็นต้น 3) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ที่มีต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง และผู้ที่สนใจ 4) ควรมีการศึกษารูปแบบสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ในรูปแบบเชิงรุก ทั้งภายในและภายนอกหลักสูตร

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะอนุกรรมการการจัดการความรู้ ด้านงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยรังสิต. (2564). ชุดประสบการณ์การเรียนรู้ ด้านการเผยแพร่ผลงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ (ฉบับสมบูรณ์). เรียกใช้เมื่อ 2 พฤษภาคม 2564 จาก <https://lc.rsu.ac.th/km/files/manual/manual2.pdf>



- ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และศิริประภา แสงจิตร. (2561). การพัฒนาสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม, 5(2), 200-209.
- ณัฐวุฒิ เพชรประไพ. (2564). คู่มือได้เฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อเพจ Khon Kaen University ที่อยู่ในการบริหารจัดการของมือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นิคม ลนขุนทด และคณะ. (2563). การประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด สำหรับข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทผักอินทรีย์. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- เมศิยาห์ อ่อนตา. (2562). คู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการประชาสัมพันธ์. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. (2562). มคอ. 2 หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2562. สุรินทร์: คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- สุภักดิ์ ถาวรนิติกุล. (2557). การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, 7(2), 1137-1148.
- อภิชาต พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระจุ. (2556). การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 6(2), 24-38.
- อิทธิพล จันทรรัตน์กุล และคณะ. (2564). บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 8(1), 222-234.
- McGriff, S. J. (2000). Instructional System Design (ISD) : Using the ADDIE Model. Instructional Design Models, 226(14), 1-2.