

การพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์  
หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

The Development of Viral Video for Public Relations  
of Master of Science in Industrial Education Program  
in Learning Technology and Mass Communication,  
King Mongkut's University of Technology Thonburi

พรปภัตสร ปริญาญกุล Pornpapatsorn Princhankol\*

กุลธิดา ธรรมวิภังค์ Kuntida Thamwipat\*\*

กมลวรรณ แซ่ท่าน Kamonwan Seahan\*\*\*

พิมพ์वाद ศิลาน้อย Pimward Silanoi\*\*\*\*

บทคัดย่อ

งานวิจัยและพัฒนานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาและหาคุณภาพของสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 2) เพื่อประเมินผลการรับรู้และเพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อไวรัลวิดีโอที่พัฒนาขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ แบบประเมินการรับรู้และแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 80 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 30 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง มีผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านสื่อการนำเสนอ ด้านวัดและประเมินผลรวมจำนวน 9 ท่าน ผลการประเมินด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.72, S.D. = 0.46$ ) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.77, S.D. = 0.42$ ) ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด

\*, \*\*, \*\*\*, \*\*\*\* อาจารย์ประจำ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

( $\bar{X} = 4.77, S.D. = 0.44$ ) และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.77, S.D. = 0.43$ ) ดังนั้นสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้อิสระและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้งานได้

**คำสำคัญ:** การประชาสัมพันธ์/ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี/ สื่อไวรัลวิดีโอ/ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้อิสระและสื่อสารมวลชน

### Abstract

*The objectives of this research and development were 1) to develop and evaluate quality of viral video for public relations of Master of Science in Industrial Education Program in Learning Technology and Mass Communication, King Mongkut's University of Technology Thonburi, and 2) to evaluate perception and satisfaction of sampling group to the developed viral videos. The study instruments consisted of evaluation form about quality content, media presentation, and evaluation form about perception and satisfaction of the sampling group. The study population was 80 undergraduates in the 4<sup>th</sup> year, Department of Technology and Communication Education, semestees 1, academic year 2019 For the sampling in this study, there were 30 senior students from Department of Educational Communications and Technology, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi. The method of selection is purposive sampling. Furthermore, there were 9 professional people in content, media, and measurement. The result of evaluation by experts showed that the quality in content was at a very good level ( $\bar{X} = 4.72, S.D. = 0.46$ ). The evaluation of quality in media was at a very good level ( $\bar{X} = 4.77, S.D. = 0.42$ ). The evaluation of perception of samples was at the highest level ( $\bar{X} = 4.77, S.D. = 0.44$ ). And the satisfaction of samples was at the highest level ( $\bar{X} = 4.77, S.D. = 0.43$ ). Therefore, the viral video could be applied for public relations of Master of Science in Industrial Education Program in Learning Technology and Mass Communication, King Mongkut's University of Technology Thonburi.*

**Keywords:** King Mongkut's University of Technology Thonburi /Master of Science in Industrial Education Program in Learning Technology and Mass Communication/ /Public Relations/ Viral Video

## บทนำ

การประชาสัมพันธ์ เป็นหนึ่งในส่วนประสมของการสื่อสารทางการตลาดซึ่งมีความสำคัญอย่างหนึ่งขององค์การที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้องค์การอาจอยู่ในรูปของบริษัท ห้างร้าน สมาคมหรือหน่วยงานต่าง ๆ อันเป็นส่วนหนึ่งในระบบสังคมซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน องค์การจะไม่สามารถอยู่ในสังคมได้หรืออยู่ได้ยากหากปราศจากการยอมรับและความเข้าใจจากสาธารณชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องการต้องให้ความสนใจต่อการทำความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชนโดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สาธารณชนมีทัศนคติ ความเชื่อหรือมุมมองที่ดีต่อองค์การ อันจะส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างราบรื่นในระยะยาวขององค์การ (ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์, 2556)

ไวรัส (Viral) เป็น การพูดถึงหรือการบอกต่อกันแบบปากต่อปาก เป็นการรวมกันของคำว่าไวรัส (Virus) แปลว่า เชื้อโรค หรือหมายถึงการแพร่กระจาย และคำว่า ออรัล (Oral) ที่แปลว่าปาก ดังนั้น สื่อไวรัสวิดีโอ (Viral Video) จึงหมายถึงวิดีโอคลิปอย่างหนึ่งที่มีความสามารถพิเศษซึ่งสามารถระบอบอย่างรวดเร็วผ่านทางอินเทอร์เน็ต เหมือนการแพร่เชื้อไวรัส เรียกว่าเป็นการย่นย่อข้อมูลให้มีความเข้าใจง่ายมากขึ้น เหมาะสำหรับผู้คนในยุคไอทีที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลอันซับซ้อนมหาศาล เพราะมนุษย์ในสังคมปัจจุบันให้ความสนใจต่อสื่อที่มีความที่สวยงาม มีอารมณ์ขัน และกินใจ แต่ต้องอยู่ในเวลาอันจำกัดอีกด้วยซึ่งในปัจจุบันสื่อวิดีโอต่าง ๆ กำลังเป็นที่นิยมในโลกสังคมออนไลน์ (Bangkokproduction Company, 2017)

สื่อสังคมออนไลน์ มีจุดเด่นหลัก คือ ช่วยเรื่องการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ สื่อสารได้ในวงกว้างได้หลายรูปแบบ เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ในเชิงการใช้งานทั่วไปแล้ว สามารถสื่อสารกับคนที่มีความชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือรวมตัวกันทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งพบปะเพื่อนที่ไม่เคยเจอกันนานแล้ว หรือเพื่อนที่อยู่ไกลกันอีกด้วย (Mindphp, 2017) ในที่นี้เลือกใช้

เฟซบุ๊กในการเผยแพร่สื่อไวรัสวิดีโอที่จะพัฒนาขึ้น เนื่องจากผลการรวบรวมข้อมูลของเว็บไซต์ Datareportal เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยพบว่า เฟซบุ๊กนับเป็นแพลตฟอร์มที่คนไทยมีการใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งถึง 47 ล้านบัญชี ติดอันดับ 20 ประเทศที่ มีการใช้เฟซบุ๊กสูงที่สุดในโลก (Simon Kemp, 2020)

ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) ได้มุ่งเน้นความเป็นเลิศในเทคโนโลยีและการวิจัย และมุ่งธำรงปณิธานในการสร้างบัณฑิตที่เก่งและดี โดยการผลิตบัณฑิตที่มีจิตสำนึกในการใฝ่เรียนรู้

สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เน้นผลิตบุคลากรที่มีความรู้ทักษะ และความชำนาญ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีเหตุมีผล โดยศาสตร์นี้เป็นศาสตร์ประยุกต์ที่ยังต้องมีการศึกษาวิจัย และพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนความสมบูรณ์และสนองต่อการศึกษาระบบยั่งยืน ภาควิชาเทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี ได้มีการเปิดหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการ ศึกษาขึ้นมา ปัจจุบันมีการปรับปรุงหลักสูตรให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบัน การผลิตบุคลากรที่มีความชำนาญด้านเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชนจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่มีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะเป็นส่วนผลักดันให้เกิดการพัฒนาชาติได้ทั้งทางตรงและ ทางอ้อม ทั้งยังเป็นส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนาทางการศึกษาของประเทศได้เป็นอย่างดี (ภาควิชา เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, 2559)

จากความสำคัญดังกล่าว คณะผู้วิจัยและพัฒนาจึงเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการที่ดี ที่จะสร้างภาพลักษณ์ของภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ให้เป็นที่รู้จักแก่นักศึกษาที่สนใจ ศึกษาต่อในด้านเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน ในหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จึงได้ วิจัยและพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขา วิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับภาควิชาบนช่องทางออนไลน์ที่ประชาชนผู้สนใจสามารถเข้าถึงได้ ง่ายที่สุด

### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและหาคุณภาพของสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์ อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี
2. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

- ◆ การพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต ◆  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา

การพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอ คือ การสร้างขึ้น ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ไปในทางที่ดีขึ้น ในการวิจัยและพัฒนาครั้งนี้มีความมุ่งเน้นการสร้างสื่อไวรัลวิดีโอ ไวรัล (Viral) คือ กระแสต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งเป็นที่พูดถึงในวงกว้าง และแพร่กระจายออกไปอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับ “ไวรัล” โดยจะเป็นเรื่องราวในเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ ดังนั้นไวรัลวิดีโอ ก็คือ วิดีโอที่เป็นไวรัล ซึ่งถูกแพร่กระจายผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และถูกกล่าวถึงเป็นวงกว้าง โดยสื่อไวรัลวิดีโอนั้นมีมาตั้งแต่ยุคแรก ๆ ที่วิดีโอคอนเทนต์เริ่มได้รับความนิยม เมื่อโทรศัพท์มือถือมีกล้องถ่ายรูปและถ่ายวิดีโอได้ ทำให้การสร้างคอนเทนต์รูปแบบดังกล่าวไม่ยุ่งยากหรือมีกระบวนการซับซ้อนเหมือนสมัยก่อน เมื่อถ่ายเสร็จก็สามารถอัปโหลดลงบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ทันที ส่วนใหญ่คลิปที่เป็นกระแสในยุคแรก ๆ นั้น จึงมักไม่ได้เกิดจากความตั้งใจที่จะทำให้เป็นกระแสขึ้นมา เพียงแค่บังเอิญมีคนจำนวนมากชื่นชอบเนื้อหาคอนเทนต์นั้น ๆ และแชร์ต่อ ๆ กันในโลกออนไลน์ (Bangkokproduction Company, 2017)

### แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์การไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้องรวมถึงรับฟัง ความคิดเห็น และประชมติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์การโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือภาพลักษณ์ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยลักษณะของการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-ways Communication) เป็นการสื่อสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับเกี่ยวกับข่าวสาร ขององค์การที่ต้องการสื่อสารให้สาธารณชนรับทราบ เข้าใจ และยังเป็น การสื่อสารย้อนกลับจากสาธารณชนไปยังองค์การมีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม (Multiple Target Group) ไม่จำเป็นต้องมีเพียง กลุ่มเป้าหมายเดียว (พัชรภรณ์ ไกรชุมพล, 2556)

### แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ คือ การเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการทางสังคมที่มุ่งเน้นในการสร้างและสะท้อนให้เห็นถึงเครือข่าย หรือความสัมพันธ์ทางสังคม ในกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือมีกิจกรรมร่วมกัน บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จะให้บริการผ่านหน้าเว็บ และให้มีการตอบโต้กันระหว่างผู้ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต (กฤตินี พันธุ์เสนา, 2560) ในที่นี้ชุดสื่อที่พัฒนาขึ้นจะถูกเผยแพร่ผ่าน Facebook Fanpage: สโมสรนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

## ขอบเขตของงานวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการพัฒนาสื่อไวรัสวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 80 คน

2. กลุ่มตัวอย่างในการพัฒนาสื่อไวรัสวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 30 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงจากนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ที่สนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท

### ผู้เชี่ยวชาญ

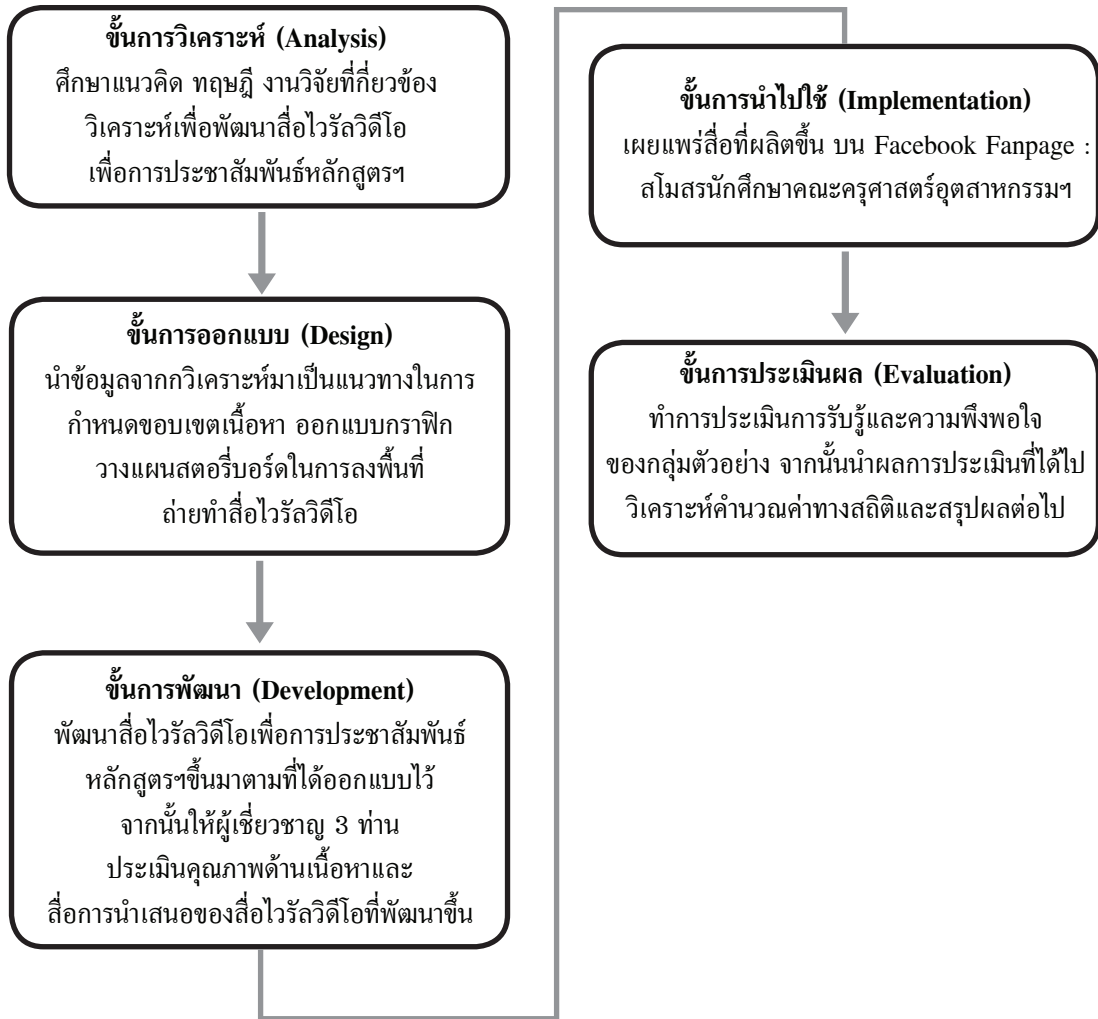
ผู้เชี่ยวชาญคือผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีความชำนาญ และประสบการณ์เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อไวรัสวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญแบ่งออกเป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดประเมินผลรวมทั้งสิ้น 9 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปี โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบบประเมินทุกชิ้นได้ผ่านการประเมินและหาค่า IOC เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

## ผลการศึกษา

ก. ผลการพัฒนาสื่อไวรัสวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

การพัฒนาสื่อไวรัสวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้ทำการออกแบบโดยอิงหลักการตามแนวทางของ ADDIE Model (อภิชาติ อนุกุลเวช, 2557) ซึ่งมีขั้นตอนการพัฒนาดังนี้

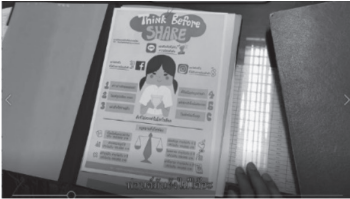
◆ การพัฒนาสื่อวีรลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ◆



ผลการพัฒนาวีรลวิดีโอประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี แบ่งออกเป็น 4 คลิป ดังรายละเอียดต่อไปนี้



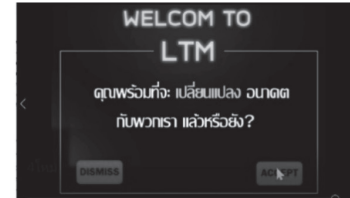
รูปที่ 1 ส่วนหนึ่งของ EP 1 ตอนปuppy ความยาว 2.01 นาที ผลการแชร์ 16 ครั้ง รัชม 699 ครั้ง



รูปที่ 2 ส่วนหนึ่งของ EP 2 ตอนอาร์ต ความยาว 1.31 นาที ผลการแชร์ 12 ครั้ง รัชม 742 ครั้ง



รูปที่ 3 ส่วนหนึ่งของ EP 3 ตอนสิริ ความยาว 2.00 นาที ผลการแชร์ 12 ครั้ง รัชม 605 ครั้ง



รูปที่ 4 ส่วนหนึ่งของ EP 4 ประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต  
ความยาว 4.35 นาที ผลการแชร์ 199 ครั้ง รัชม 7.6 พัน ครั้ง



**ข. ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอของสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี**

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านเนื้อหา	4.72	0.46	ดีมาก
ด้านสื่อการนำเสนอ	4.77	0.42	ดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผลประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเมื่อเทียบกับเกณฑ์คะแนนแล้วอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.72$ , S.D. = 0.46) และ ( $\bar{X} = 4.77$ , S.D. = 0.42) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

**ค. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี**

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
การรับรู้	4.77	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรที่พัฒนาขึ้น พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเมื่อเทียบกับเกณฑ์แล้วอยู่ในเกณฑ์รับรู้มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.77$ , S.D. = 0.46) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

**ง. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี**

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา	4.72	0.47	มากที่สุด
2. ด้านการใช้ภาษา	4.78	0.41	มากที่สุด
3. ด้านภาพ	4.76	0.43	มากที่สุด
4. ด้านเสียง	4.79	0.41	มากที่สุด
5. ด้านนำไปใช้ประโยชน์	4.77	0.42	มากที่สุด
<b>ผลการประเมินเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.77</b>	<b>0.43</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 3 ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตร พบว่าค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเมื่อเทียบกับเกณฑ์คะแนนแล้วอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.77$ , S.D. = 0.43) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

### อภิปรายผลการศึกษา

การพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีได้นำหลักการออกแบบ ADDIE Model (อภิชาติ อนุกุลเวช, 2557). มาใช้ในการพัฒนาสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวิชัย จิโรจน์รัตน์ (2560) ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบางมด ได้นำหลักการออกแบบดังกล่าว ซึ่งมี 5 ขั้นตอนได้แก่ 1. การวิเคราะห์ (Analysis) 2. การออกแบบ (Design) 3. การพัฒนา (Development) 4. การนำไปใช้ (Implementation) และ 5. การประเมินผล (Evaluation) มาใช้ในการพัฒนาสื่อเช่นเดียวกัน

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ด้านเนื้อหา ( $\bar{X} = 4.72$ , S.D. = 0.46) และด้านสื่อการนำเสนอ ( $\bar{X} = 4.77$ , S.D. = 0.42) สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยคณะผู้วิจัยและพัฒนาได้นำทฤษฎีเกี่ยวกับเทคนิคการสร้างไวรัลวิดีโอ หลักการและขั้นตอนของการตัดต่อวิดีโอที่ได้อศึกษา มาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีงานวิจัยของรัชนิกร ทรัพย์ชื่นสุข (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้แก่ ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. ขั้นตอนการผลิต (Pre Production) 2. ขั้นตอน

ผลิต (Production) 3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post Production) และผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกชกร ศิริสาร รักเขต ยงค์เจริญชัย และชัชฌพงษ์ กนกเนตรสกล (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างสื่อวีรลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่มีผลการวิจัยพบว่า การประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อวีรลวิดีโอและด้านสื่อการนำเสนอภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ด้านเนื้อหา ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.57) และด้านสื่อการนำเสนอ ( $\bar{X} = 4.60$ , S.D. = 0.23) ด้วยเทคนิคการใช้ภาพและเสียงให้มีความหมาย มีความต่อเนื่อง และสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่ต้องการนำเสนอ

ผลการประเมินด้านการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.77$ , S.D. = 0.44) สอดคล้องกับงานวิจัยของปภัตสร อินทเดช ฌภัทร ดีเย็น และรัชชชก พิมมา (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สาระบันเทิงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.61$ , S.D. = 0.52) เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.77$ , S.D. = 0.43) สอดคล้องกับงานวิจัยของอนงค์นาฏ ดากสินและเพชรภมล บุญพัฒนสมัย (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างวีดิทัศน์และนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการภายในศูนย์ไฟ – ฟ้า ประชาอุทิศ มูลนิธิ TMB จุดประกายเยาวชนเพื่อชุมชนอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.58$ , S.D. = 0.50) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. สื่อวีรลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สามารถนำไปเผยแพร่และขยายกลุ่มเป้าหมายให้กับหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ให้เป็นที่รู้จักบนสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งเป็นการเพิ่มช่องทางให้สาธารณชนที่เข้าถึงข้อมูลความรู้ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีได้อย่างดียิ่งขึ้น โดยนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ทางแฟนเพจเฟซบุ๊ก ECT-KMUTT ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

2. สื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สามารถนำไปประยุกต์กับสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน โดยใช้เทคโนโลยี QR Code เพื่อเพิ่มความน่าสนใจได้ และง่ายต่อการเข้าถึงรายการที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรม ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

2. ควรพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality)

---

2. สื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สามารถนำไปประยุกต์กับสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน โดยใช้เทคโนโลยี QR Code เพื่อเพิ่มความน่าสนใจได้ และง่ายต่อการเข้าถึงรายการที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรม ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

2. ควรพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality)

---

- ◆ การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต ◆  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

## รายการอ้างอิง

- กฤติน พันธุ์เสนา. (2560). *เครือข่ายสังคมออนไลน์ : Social Network*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2562.  
จาก <http://www.kru.kittin.info>.
- บงกชกร ศิริสาร รักเขต ยงค์เจริญชัย และชัชฌิพงษ์ กนกเนตรสกล. (2559). *การสร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*. โครงการศึกษาปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ปภัตสร อินทเดช ฌภัทร ดีเย็น และรัชฎชนก พิมมมา. (2561). *การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สาระบันเทิงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)*. โครงการศึกษาปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์. (2556). *การประชาสัมพันธ์ - Content Cordia New*. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2564.  
จาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit8/Subm1/U811-1.htm>.
- พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. (2556). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สื่อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในการสร้างชื่อเสียงกรณีสื่อสายยูทูบ (Youtuber)*. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2562. จาก <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2013/03/55018.pdf>.
- ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา. (2559). *เอกสารหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชนหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559*. เอกสารอัดสำเนาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- รัชนิกร ทรัพย์ชื่นสุข. (2556). *การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- วีรวิญญ์ จิโรจน์รัตน์. (2560). *การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีควาร์โค้ด เรื่องสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบางมด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- อภิชาติ อนุกุลเวช. (2557). *แนวคิดเรื่องADDIE MODEL*. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2564. จาก <http://lms.thaicyberu.go.th>.
- อนงค์นาฏ ดากลินและเพ็ชรกมล นุภาพพัฒน์. (2561). *การสร้างวีดิทัศน์และนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการภายในศูนย์ไฟ – ไฟ ประชาอุทิศ มูลนิธิ TMB จุดประกายเยาวชนเพื่อชุมชน*. โครงการศึกษาปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- Bangkokproduction Company. (2017). *VIRAL VIDEO คืออะไร...ในวงการโฆษณา*. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2562. จาก [HTTPS://WWW.BANGKOKPRODUCTIONS.COM/TH/VIRAL-VIDEO](https://www.bangkokproductions.com/th/viral-video).

Mindphp. (2017). *Social Network คืออะไร*. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2564. จาก <https://www.mindphp.com/คู่มือ/2387-social-network-คืออะไร.html>.

Simon Kemp. (2020). *Digital 2020: Thailand*. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2564. จาก <https://datareportal.com/reports/digital-2020-thailand?rq=thailand>.

---