

**การพัฒนาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์
หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน
The Development of Specific Media and New Media for Public Relations Curriculum Image
of Master of Science in Industrial Education Program in Learning**

Technology and Mass Communication

ศิริวิไล พูลเจริญ และ กุลธิดา ธรรมวิภันท์

Sirivilai Poonjarean and Kuntida Thamwipat

สาขาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

jiab_togetherche@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อหาคุณภาพของชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ ศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างและประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อ แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง และแบบประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการประเมินคุณภาพของชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและสื่อจำนวน 6 ท่าน ผลปรากฏว่าคุณภาพของชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้น ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี และด้านสื่ออยู่ในระดับดี ตามลำดับ จากนั้นได้นำชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 47 คน จากการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และจากการประเมินการรับรู้จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน ในระดับดีมาก สรุปได้ว่า การพัฒนาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่ผลิตขึ้นสามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หลักสูตรได้

คำสำคัญ: ชุดสื่อเฉพาะกิจ สื่อใหม่ การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หลักสูตร สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน

Abstract

This study aimed to development of specific media and new media for public relations curriculum image of Master of Science in industrial education program in learning technology and mass communication. To determine the quality of specific media and new media for public relations curriculum image. Satisfaction of the samples and to evaluate the perception of the respondents. Tools used in the analysis of specific media and new media for public relations were questionnaire in quality of content and media, satisfaction of the sample and perception to curriculum image of the samples. Content and media professionals of 6 people found that the quality of the media created the content was good, the media was good at, respectively. To promote the production of up to 47 samples were used to evaluate the satisfaction of the sample. Satisfaction results are very good. Perception to curriculum image of the samples has been found that the image of the Master

of science in industrial education program in learning technology and mass communication were very good . It could conclude that the specific media and new media for public relations curriculum image could be used for public relations.

Keywords: Specific media, New media, Public relations curriculum image, Program in learning technology and Mass communication.

1. บทนำ

ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มุ่งมั่นผลิตนักเทคโนโลยี และสื่อสารการศึกษาที่มีความรู้ ความสามารถทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบ แสวงหาความรู้และความสามารถติดต่อสื่อสาร รวมทั้งเป็นผู้มีคุณธรรมและจริยธรรม สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องความต้องการของสังคม (ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, 2555) ถ้าพิจารณาจากศัพท์ คำว่า “ประชาสัมพันธ์” ซึ่งในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Public relations ย่อมมีความหมายชัดเจนในตัวแล้ว คือ ประชา (Public) ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน กลุ่มชนสัมพันธ์ (Relations) ได้แก่ ความสัมพันธ์ เกี่ยวข้องด้วย การประชาสัมพันธ์ จึงหมายถึง “ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชน หรือ กลุ่มชน” ความสัมพันธ์นี้ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่าง สถาบัน (หน่วยงาน กรม กอง บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ) กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง หรืออาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์ และความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจนข้าราชการซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบัน เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ เชื่อถือ ศรัทธา ฯลฯ ให้เกิดขึ้นแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน ให้ความร่วมมือในการ ดำเนินงานกระบวนการ วัตถุประสงค์ นโยบาย และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้นๆ (วัฒนา, 2542) การประชาสัมพันธ์ที่ทำการกันย่อมทำได้หลายลักษณะ การประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน หมายถึง การนำเนื้อหาสาระที่กำหนดไว้มาเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนไปยังประชาชน กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งถ้าพิจารณา เพียงผิวเผินแล้วจะเห็นว่าเป็นเรื่องง่ายๆ แต่แท้จริงแล้วเป็นเรื่องลึกซึ้งมาก เนื่องจากกระบวนการในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนนั้นเป็นเรื่องที่มีรายละเอียดซับซ้อน ที่ต้องการความเข้าใจเป็นสำคัญ ไม่เหมือนกับการขนส่งสินค้าซึ่งนำสินค้าจากจุดต้นทางไปยังผู้รับปลายทางเท่านั้น ดังนั้น ในการประชาสัมพันธ์ให้เกิดผลดีนั้นผู้ประชาสัมพันธ์จึงควรต้องทำการวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่ ต้องการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นพื้นฐานไปสู่ความสำเร็จก่อน นั่นหมายความว่า ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ควรต้องศึกษารายละเอียดในเนื้อหาสาระของงานประชาสัมพันธ์ว่าควรเป็นลักษณะใด สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์หรือไม่ เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับที่เป็นเป้าหมายมากน้อยเพียงใด การวิเคราะห์เนื้อหาสาระนี้เป็นการแสดงออกในลักษณะ “รู้เขารู้เรา” ก่อนที่จะลงมือปฏิบัติทั้งนี้เพื่อผลสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ อย่างแท้จริง (ราชกิจจานุเบกษา, 2553) สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยทางไปรษณีย์ (Direct mail) นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ และทันสมัยในสังคมนั้นๆ (Adams, 1971) จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้จัดทำจึงเห็นว่าควรจะมีการพัฒนาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศเดียวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน เพื่อให้ได้ชุดสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ความเป็นจริงซึ่งในปัจจุบัน ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษามีการเปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างถูกต้อง และบรรลุวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ที่ตั้งไว้ และสามารถใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการเข้าศึกษาต่อ รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ และเกิดทัศนคติที่ดีต่อหลักสูตรกับผู้ที่สนใจและประชาชนทั่วไป (ปริยาภรณ์ และกุลธิดา, 2557)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อพัฒนาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน
2. เพื่อหาคุณภาพชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน
4. เพื่อประเมินการเรียนรู้ตามสภาพจริงด้านการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน จากชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน ที่มีคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อ
2. สามารถนำไปใช้ในการนำเสนอชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน ได้
3. สามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างชุดสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้านอื่นๆ ต่อไป

2. วิธีการทดลองหรือวิธีการศึกษา

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็น นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2/2555 ในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 543 คน จาก 7 ภาควิชา (ส่วนทะเบียนและประเมินผล, 2555)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ในระดับปริญญาตรีในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 2/2555 ชั้นปีที่ 4 จำนวน 1 ภาควิชา ได้ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา จำนวน 47 คน ได้มาจากการเลือกตัวอย่างสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) โดยวิธีการจับสลาก

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มีดังนี้

1. ชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน ได้แก่
 - สื่อเฉพาะกิจ ดังนี้
 - วิดีทัศน์
 - แผ่นพับ
 - ของที่ระลึก
 - ไปสเตอร์
 - แฟ้ม

- สื่อบนนิเวศมีเดีย ดังนี้

- เว็บไซต์ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
- สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
- เว็บไซต์ยูทูป

2. แบบประเมินคุณภาพเป็นแบบประเมินมาตรวัดค่า 5 ระดับ โดยยึดเกณฑ์ของ Likert scale แบ่งเป็นดังนี้

- แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา
- แบบประเมินคุณภาพด้านสื่อ

3. แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบประเมินมาตรวัดค่า 5 ระดับ โดยยึดเกณฑ์ของ Likert scale

4. แบบประเมินการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างเรื่องการรับรู้ตามสภาพจริงเป็นแบบประเมินมาตรวัดค่า 5 ระดับ โดยยึดเกณฑ์ของ Likert scale

การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. กำหนดแนวทางและขอบเขตการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัย

3. นำชุดชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศมีเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไข ให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัดและให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

4. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาหลักสูตรและด้านสื่อประเมินหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (IOC) จากนั้นนำคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ แต่ละท่านมาทำการคำนวณหาค่าความสอดคล้องและภาษาที่ใช้ โดยมีรายนามของผู้เชี่ยวชาญ ดังต่อไปนี้

- ด้านเนื้อหาหลักสูตร

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1) ผศ.ดร.โสพล มีเจริญ | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา |
| 2) ผศ.ดร.พรภัสสร ปริญญาฤกษ์ | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา |
| 3) ผศ.ดร.เสกสรรค์ เข้มพินิจ | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา |

- ด้านสื่อ

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1) ผศ.ดร.สุรพล บุญลือ | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา |
| 2) ดร. สรัญญา เชื้อทอง | อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา |
| 3) อ.ไพฑูรย์ กานต์ชัยลักษณ์ | อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา |

5. นำแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไข

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อนำคำถามมาประเมินหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อทำการตรวจทานแบบสอบถามและปรับปรุงแก้ไขให้เสร็จสมบูรณ์

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบหาความเชื่อมั่นไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1 ขอนหนังสือรับรองจากบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก นักศึกษาหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน เพื่อขอความร่วมมือในการทดลองสื่อ ตอบแบบสอบถามและเพื่อขออนุญาตการเก็บข้อมูล

2 นำหนังสือที่ได้รับจากบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อนำสื่อเฉพาะกิจเพื่อการประชาสัมพันธ์และเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถาม ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

3 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

4 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ จากนั้นกำหนดรหัสและบันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป เมื่อนำแบบทดสอบไปทำการทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.90 ตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. ผลการศึกษา

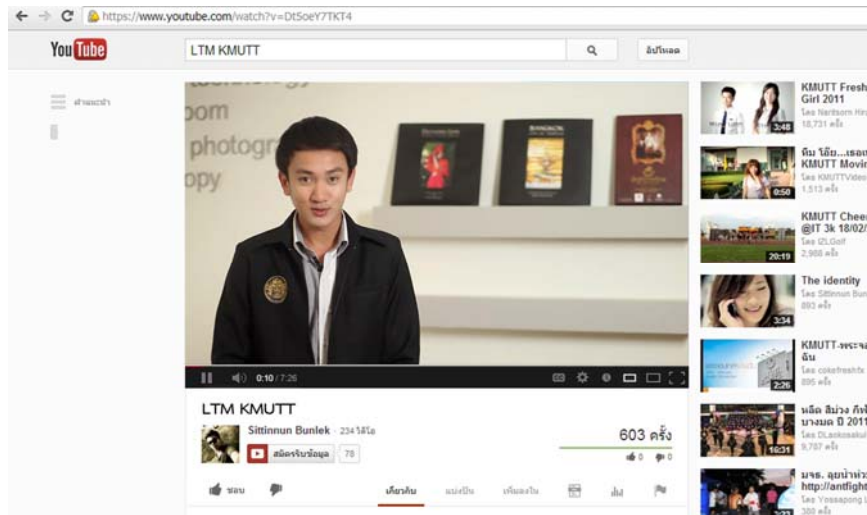
การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศเดียว เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยสาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน เปิดทำการสอนครั้งแรกในปีการศึกษา 2554 ซึ่งหลักสูตรนี้ได้เปิดการเรียนการสอนเป็นเวลา 1 ปี โดยความรับผิดชอบของภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยเป็นการศึกษาที่เน้นทั้งทักษะทางด้านทฤษฎีและปฏิบัติ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ความเป็นจริงซึ่งในปัจจุบันภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษามีการเปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างถูกต้อง และบรรลุวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยพบว่า

ผลการพัฒนาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศเดียว เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีดังนี้



ภาพตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ



ภาพตัวอย่างสื่อบนนิเวศ

ผลการพัฒนาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาลัยเทคโนโลยีการเรือนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ซึ่งสรุปผลการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาพบว่าอยู่ในระดับดี และผลการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อพบว่าอยู่ในระดับดี ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินการรับรู้จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาลัยเทคโนโลยีการเรือนรู้และสื่อสารมวลชน ในระดับดีมาก

อภิปรายผล

ผลจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและเนื้อหาต่างๆที่เกี่ยวข้องกับ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาลัยเทคโนโลยีการเรือนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ซึ่งแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้ หลักสูตร วัตถุประสงค์หลักสูตร โครงสร้างหลักสูตร การจัดการศึกษา โดยได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดีเนื่องจากชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์ อุตสาหกรรม มหาลัยเทคโนโลยีการเรือนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีความถูกต้อง และเหมาะสมสำหรับ การประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของดำรง (2549) จากโครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ “อุทยานแห่งชาติคอยฟ้าปก” จังหวัดเชียงใหม่พบว่า คุณภาพทางด้านเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ดี

ผลจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อ

ได้ทำการออกแบบและชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์ อุตสาหกรรม มหาลัยเทคโนโลยีการเรือนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยใช้หลักการของวิรุณ (2527) ซึ่งได้แก่ ขั้นตอนวิเคราะห์ ออกแบบ นำไปใช้ รวมทั้งการประเมินผล ผลการประเมินด้านเนื้อหาโดยภาพรวม พบว่าอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากชุดสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยี การศึกษาและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีความถูกต้อง และเหมาะสมสำหรับ การประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของดำรง (2549) จากโครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ “อุทยานแห่งชาติคอยฟ้าปก” จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าคุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับดี

ผลจากการประเมินความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 46 คน ที่มีต่อ ชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศเดียว เพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่าพบว่ามีอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด เนื่องจากหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีความถูกต้อง และเหมาะสม สำหรับการประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนฤมล (2545) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการ 7 ประเภท ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งผลการศึกษา ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลจากการประเมินการรับรู้

ผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 47 คน ที่มีต่อชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศเดียว เพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่าพบว่ามีอยู่ในเกณฑ์ดีมาก เนื่องจากหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีความถูกต้อง และเหมาะสมสำหรับการประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาภรณ์ และไพบุณย์ (2546) การศึกษาประเมินการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับยา รักษาและป้องกันโรค : กรณีศึกษา 5 อำเภอในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งพบว่า การรับรู้วิธีการใช้ยาของประชาชนจากการรับ ยามาจากทุกแหล่งอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดของการประชาสัมพันธ์ (พรทิพย์, 2540) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกันในอันที่จะ สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว ซึ่งชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศเดียว เพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์ อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีคุณภาพดี เกิดความพึงพอใจของผู้รับชม และเกิดทัศนคติที่ดี ตลอดจนภาพลักษณ์ที่ดีต่อหลักสูตรและภาควิชา

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิเวศเดียว เพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สามารถนำไปใช้ใน โอกาสอื่นๆ เช่น กิจกรรมแนะนำคณะ หรือ งาน Open house ของมหาวิทยาลัย
2. ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตร การใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาสื่อเครือข่าย สังคมออนไลน์เฟสบุ๊คภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา เว็บไซต์ยูทูป ทำให้ผู้ที่สนใจเข้าศึกษาต่อได้รับทราบข้อมูล และสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว สื่อใหม่จึงสามารถสร้างความพึงพอใจให้กลุ่มสนใจเข้าศึกษาต่อเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการชดเชยสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิตเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในรูปแบบการนำเสนออื่นๆ เช่น ทำการเป็นเอกสารดิจิทัล และ โทรศัพท์มือถือ
2. การศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการพัฒนาชุดสื่อเฉพาะกิจและสื่อบนนิวมิตเดีย เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์

5. เอกสารอ้างอิง

- ดำรงก์ ภูรัตน์. 2549. สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ “อุทยานแห่งชาติคอยผ้าปก” จังหวัดเชียงใหม่, ปริญญาโทศิลปบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรม (ออกแบบประยุกต์ศิลป์) มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. กรุงเทพฯ.
- นฤมล กิจไพศาลรัตนนา. 2545. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการ 7 ประเภท ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. หลักสูตรนิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- นิภาภรณ์ จัยวัฒน์. และ ไพบุลย์ ดาวสคติ. 2546. การศึกษาประเมินการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับยาฆ่าและป้องกันโรค : กรณีศึกษา 5 อำเภอในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [online], Available: http://www.oryor.com/oryor/admin/module/fda_info/file/f_93_1171713403.pdf
- ปรียาภรณ์ พูลศิริวัฒนาพร และ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์. 2557. การวิเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ โดยใช้สื่อใหม่ กรณีศึกษาวิชาสหกิจศึกษา. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. 3(1) : 66-71.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. 2540. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ. ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา 2555. วิสัยทัศน์ พันธกิจ [online] Available: <http://edt.kmutt.ac.th/ectmoodle/>, [16 พฤศจิกายน 2555].
- ราชกิจจานุเบกษา. 2553. ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ. เล่มที่ 127 ตอนพิเศษ 89 ง. สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรี และ ราชกิจจานุเบกษา. กรุงเทพฯ. หน้า 62 – 66.
- วัฒนา พุทธางกูรานนท์. 2542. การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ. หน้า 241.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. 2527. การออกแบบ. อิมเมจอาร์ต. กรุงเทพฯ. หน้า 109 -110.
- ส่วนทะเบียนและประเมินผล. 2555. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี : ข้อมูล ณ วันที่ 4 กันยายน 2555.
- Adams, J. R. (1971). Media planning.: Aden Press. Oxford, England.