

การพัฒนาสื่อแบบ Responsive เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจ  
และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก  
Development of A Responsive Media for Image Building of Faculty of  
Business Administration and Information Technology Rajamangala  
University of Technology Tawan-OK

ชันทนา แก้วรอด<sup>1</sup>, อนุวัฒน์ ฤกษ์วีระ<sup>2</sup>, พนิตย์ ทองดี<sup>3</sup>, สาโรจน์ ไวยคงคา<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> อาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีมีลติมีเดีย คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุราช

E-mail: panit.ton@cpc.ac.th<sup>3</sup>, saroj.wai@cpc.ac.th<sup>4</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาสื่อแบบ Responsive เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (2) ศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ผ่านการใช้สื่อแบบ Responsive และ (3) ศึกษาความพึงพอใจในสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คณะผู้บริหาร คณาจารย์และผู้ที่สนใจในที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุราช จำนวน 60 คน ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2557 ใช้การเลือกแบบเจาะจง โดยการกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มแรกเป็นผู้ที่ดำรงตำแหน่งบริหารของคณะและหัวหน้าสาขาวิชาทั้ง 10 สาขา ให้ได้กลุ่มเป้าหมายจำนวน 20 คน กลุ่มที่สองคือผู้ที่สนใจในที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี จำนวน 40 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ตามจำนวนที่กำหนดไว้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ (1) สื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ (2) แบบประเมินภาพลักษณ์ของคณะฯ ผ่านการใช้สื่อแบบ Responsive (3) แบบสอบถามความพึงพอใจในสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ สถิติที่ใช้ในการวิจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{x}$ )

และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D ผลการวิจัยพบว่า (1) สื่อแบบ Responsive เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก (2) ผู้รับชมที่รับชมสื่อแบบ Responsive มีความเข้าใจในภาพลักษณ์ของคณะฯ ผ่านการใช้สื่อแบบ Responsive อยู่ในระดับมาก (3) ผู้รับชมที่รับชมสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: สื่อแบบ Responsive การสร้างภาพลักษณ์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลตะวันออก



## Abstract

This paper presents the research and development that aim to (1) develop a responsive media to promote the image of the Faculty of Business and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-OK, (2) study the image creation of the Faculty of Business and Information Technology, Rajamangala University of the Technology Tawan-OK using responsive media, and (3) study the satisfaction with the created responsive media, used to promote the image of the Faculty of Business and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-OK. Sixty samples used for study in the research include the faculties, the administrators, and those who are interested in continuing their studies at the undergraduate level at the Faculty of Business and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-OK, Chakrabongse Bhuvanarth campus during the second semester of the academic year 2014. Twenty samples are designated to be the administrators of the faculty, and all the heads of departments. Another forty samples are sampled from those who are interested in continuing their studies at the undergraduate level using the purposive sampling. The research tools include (1) the responsive media for image promotion of the faculty, (2) the faculty's image survey using the responsive media, and (3) the satisfaction survey of the responsive media, created for the faculty's image promotion. The statistics, used in this research, is descriptive statistics, including frequency, percentage, arithmetic mean ( $\bar{x}$ ), and standard deviation (S.D.). The results show several interesting points. First, the quality of the responsive media, used to promote the faculty's image, is very good. Second, the samples, who viewed the responsive media, understand well the faculty's image by the responsive media. Third, the samples, who viewed the responsive media for the faculty's image promotion, have the satisfaction level as very satisfied.

**Keyword:** responsive media, image building, faculty of business administration and information technology rajamangala university of technology tawan-ok

### 1. บทนำ

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เป็นเป็นองค์กรซึ่งมีหน้าที่จัดการศึกษาโดยอัตลักษณ์ตามพันธกิจ 5 ประการ ประกอบด้วย 1. จัดการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและด้านสังคมศาสตร์ที่มีคุณภาพ 2. สร้างงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีตอบสนองการพัฒนาชุมชนและสังคม 3. ให้บริการทางวิชาการแก่สังคมและมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง 4. ทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 5. บริหารจัดการโดยใช้หลักธรรมาภิบาล มีวิสัยทัศน์ คือมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เป็นผู้นำด้านการจัดการศึกษาและวิชาชีพบนพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสังคมศาสตร์สู่ ประชาคมอาเซียน เมื่อนับจากยุคเริ่มต้นจนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 50 ปีแล้วที่องค์กรแห่งนี้ได้

ผลิตผู้มีความรู้ออกไปเพื่อรับใช้ประเทศ เหมือนองค์กรการศึกษาอื่นๆ แต่จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อหาจำนวนของบุคคลที่รู้จักมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ตามโรงเรียนรัฐบาลและเอกชนในเขตจตุจักร ดอนเมืองปทุมธานี บางกะปิ จากกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องมีข้อมูลในการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา จำนวน 50 คน แต่มีผู้ที่รู้จักมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกไม่ถึง 10% จากทั้งหมด ยิ่งทำให้ประโยคที่ว่า “มหาวิทยาลัยชื่อยาวนานวิภาวดี ที่ไม่มีใครรู้จัก ทั้งที่อยู่ติดถนน” มีน้ำหนักมากยิ่งขึ้น

การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ตื้นเขินก่อให้เกิดความศรัทธาที่และแรงบันดาลใจในการใช้สินค้าหรือบริการ ดังที่ เสรี วังษ์มณฑา (2541) [1] ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ เป็นรวมผลระหว่างข้อเท็จจริง (Objective Fact) ก็กับการประเมินส่วนตัว

(Personal Judgment) ซึ่งมีผลมาจากการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นต่อมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนั้น คือ สถานที่ตั้ง คณะที่เปิดสอน อาจารย์ นักศึกษา ชื่อเสียงเกียรติคุณที่ปรากฏ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการสร้างภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์

Responsive Design เป็นการออกแบบเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่มีหลากหลายขนาด ดังที่ พิทยพัฒน์ ชูรอด (2014) [2] กล่าวว่า Responsive เป็นเทคนิคการเขียนเว็บไซต์ในการปรับรูปแบบการแสดงผลให้เหมาะสมกับอุปกรณ์พกพา เช่น การปรับเปลี่ยนขนาดตัวอักษร การปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดวางให้เหมาะสมกับการแสดงผลในแนว แลบ ฯลฯ โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้สามารถนำเสนอผ่านหน้าจอและผ่านอุปกรณ์นำเสนอทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) คอมพิวเตอร์พกพา (Laptop) หรืออุปกรณ์พกพา (Mobile Device) ต่างๆ

จากความเป็นมาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาสื่อเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ผ่านการใช้สื่อแบบ Responsive

## 2. วัตถุประสงค์

2.1. เพื่อพัฒนาสื่อแบบ Responsive ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

2.2. เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ผ่านการใช้สื่อแบบ Responsive

2.3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ คณะผู้บริหาร คณาจารย์และผู้ที่สนใจในที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของคณะฯ

กลุ่มตัวอย่าง คือ คณะผู้บริหาร คณาจารย์และผู้ที่สนใจในที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารมณี ประกอบด้วย

- คณะผู้บริหาร คณาจารย์ จำนวน 20 คน ซึ่งได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง

- ผู้ที่สนใจในที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของคณะฯ จำนวน 40 คน ซึ่งได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง

### 3.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น คือ สื่อแบบ Responsive เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ตัวแปรตาม คือ การสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ ความพึงพอใจในสื่อฯ

### 3.3 เนื้อหาในการวิจัย

ข้อมูลของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ตัวแปรตาม คือ การสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ ความพึงพอใจในสื่อฯ

### 3.4 วิธีดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 การพัฒนาสื่อแบบ Responsive ของคณะฯ โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. วางแผนพัฒนาสื่อ (Pre Production) โดยการวางแผนการผลิตในทุกขั้นตอน ทั้งขั้นการเขียนบท ขั้นการสำรวจสถานที่ วางแผนด้านเวลาและจัดหาคาบุคลากรในการถ่ายทำ จนได้เป็นแผนงานการทำงานและบทถ่ายทำที่สมบูรณ์

2. ดำเนินการพัฒนาสื่อ (Production) โดยเริ่มดำเนินการถ่ายทำ จัดทำ จัดหาสื่อประกอบทั้งกราฟิก เสียงบันทึกดนตรีประกอบ จัดหารูปแบบ

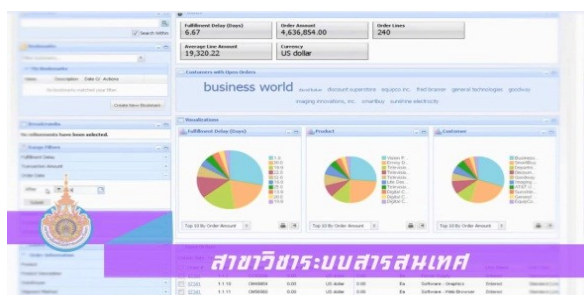
3. การเรียบเรียงสื่อ (Post Production) คือการนำวัตถุดิบต่างๆที่ได้จากการจัดหาในขั้น Production มาเพื่อดำเนินการ

เรียงลำดับภาพและเสียง จากนั้นจึงจัดทำให้วิดีโอ ภาพนิ่ง กราฟิกต่างๆ อยู่ในรูปแบบของ เว็บไซต์ เพื่อการนำเสนอแบบ Responsive ที่สามารถนำเสนอได้ทั้งบน คอมพิวเตอร์พกพา อุปกรณ์พกพาและยังเปลี่ยนรูปแบบนำเสนอให้เหมาะสมกับ ขนาดหน้าจอที่แตกต่างกัน สุดท้ายคือการติดตั้งสื่อใน อุปกรณ์นำเสนอเพื่อเตรียมการนำเสนอสื่อต่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการวิจัย

ระยะที่ 2 คือ การ ศึกษาผลของการใช้สื่อแบบ Responsive กับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คณะผู้บริหาร คณาจารย์และผู้ที่สนใจในที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุวรณรณ จำนวน 60 คน

### 3.5 การสร้างเครื่องมือวิจัย มี 3 อย่างประกอบด้วย

3.3.1 สื่อแบบ Responsive เพื่อนำเสริมสร้าง ภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก



ภาพที่ 1 ภาพตัวอย่างหน้าตาของสาขาวิชาของสื่อแบบ Responsive ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

3.3.2 แบบประเมินภาพลักษณ์ของคณะฯ ผ่านการใช้ สื่อแบบ Responsive เป็นแบบวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3.3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจใน สื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ เป็นแบบวัดแบบ มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบสอบถามปลายเปิด สำหรับข้อเสนอแนะ

## 4. ขั้นตอนการวิจัย

โดยแบ่งขั้นตอนการทดลองเป็น 2 ระยะ ดังต่อไปนี้  
ระยะที่ 1 การพัฒนาสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ของคณะฯ

### 1. ขั้นเตรียมการก่อนผลิต (Pre-Production)

- รวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำบทบรรยาย
- จัดเตรียมสถานที่และวางตำแหน่งมุมกล้องในการถ่าย ทำของทั้ง 10 สาขาวิชา

- วางแผนการดำเนินงานถ่ายทำภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟิกและเสียงประกอบ

- จัดหาเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้
- จัดทำบทภาพและบทถ่ายทำ

### 2. ขั้นตอนการดำเนินการผลิต (Production)

ทำการเก็บภาพนิ่ง ถ่ายทำภาพเคลื่อนไหว บันทึกและจัดหา เสียงที่เกี่ยวข้องตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ จนได้ภาพ และเสียงครบถ้วนตามต้องการ

### 3. ขั้นตอนหลังการดำเนินการผลิต (Post-Production)

- นำภาพและเสียงที่ได้มาตัดต่อ แก้ไข ทำการ เรียงลำดับภาพและเสียงตามบทถ่ายทำ

- ทำการสร้างกราฟิกประกอบ แทรกอักษร คำอธิบาย หัวเรื่อง พื้นหลังตามบทถ่ายทำ

- ทำการ Export สื่อออกมา

- ทำการรวบรวมสื่อที่มี ทั้งภาพนิ่ง วิดีโอ กราฟิกต่างๆ ให้อยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์แบบ Responsive แล้วจัดการ Upload สื่อเข้า Server

ระยะที่ 2 การศึกษาผลของการใช้สื่อแบบ Responsive เพื่อ สร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ



การเก็บข้อมูลเพื่อประเมินคุณภาพแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ โดยต้องใช้คอมพิวเตอร์ Laptop หรือ อุปกรณ์ประเภท Mobile Device ทั้ง Smartphone Tablet ทั้งระบบปฏิบัติการ Windows Mac OS iOS และ Android ซึ่งสามารถเชื่อมต่อ Internet และมี Web Browser เพื่อทำการนำเสนอสื่อแบบ Responsive เพื่อเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. จัดเตรียมอุปกรณ์และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้ในการนำเสนอสื่อแบบ Responsive เพื่อนำไปยังแหล่งเก็บข้อมูล
2. ดำเนินการนำเสนอสื่อและเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคณาจารย์และผู้บริหารของคณะฯ จำนวน 20 คน และผู้ที่มีความสนใจในการเข้าสมัครเรียนต่อที่คณะฯ จำนวน 40 คน
3. เก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินภาพลักษณ์และแบบสอบถามความพึงพอใจในการรับชมสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ
4. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และเขียนรายงานสรุปผลการศึกษา

## 5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

## 6. ผลการวิจัย

การพัฒนาสื่อแบบ Responsive เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ ผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาสื่อแบบ Responsive ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

1. สื่อแบบ Responsive ของคณะฯ นำเสนอผ่านเว็บไซต์ ประกอบด้วยวิดีโอที่มีความยาวรวม 7.30 นาที ภาพนิ่ง กราฟิก และข้อความประกอบ



ภาพที่ 2 ภาพหน้าจอหลักของสื่อแบบ Responsive ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

2. ผลการประเมินคุณภาพของสื่อแบบ Responsive ของคณะฯ อยู่ในระดับดีมาก

ตอนที่ 2 การศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ ผ่านการใช้สื่อแบบ Responsive พบว่ากลุ่มเป้าหมายที่รับชมมีเข้าใจในภาพลักษณ์ของคณะฯ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $= 4.01$ , S.D. = 0.86)

ตอนที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจในสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ

ตอนที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจในสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ พบว่ากลุ่มเป้าหมายที่รับชมมีความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของคณะฯ ในภาพรวม อยู่ในระดับ ( $= 4.65$ , S.D. = 0.49)

## 7. สรุปผลการวิจัย

4.1 พัฒนาสื่อแบบ Responsive ของคณะฯ โดยสื่อดังกล่าวเป็นการนำเสนอผ่านเว็บไซต์ ประกอบด้วยวิดีโอที่มีความยาวรวม 7.30 นาที ภาพนิ่ง กราฟิก นำเสนอบนซึ่งสื่อจะเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับหน้าจอแสดงผลของอุปกรณ์ที่ใช้แสดงผลที่มีขนาดหน้าจอที่แตกต่างกัน

4.2 เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ ผ่านการใช้สื่อแบบ Responsive โดยผลการศึกษภาพรวม อยู่ในระดับมาก. ( $= 4.01$ , S.D. = 0.86)

4.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจในสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่รับชมมีความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของคณะฯ ในภาพรวม อยู่ในระดับ ( $\bar{x} = 4.65$ ,  $S.D. = 0.49$ )

## 8. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ชมรับชมสื่อแบบ Responsive ของคณะฯ แล้วเกิดความเข้าใจเนื้อหาและไม่สับสน มีมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.40$ ,  $S.D. = 0.75$ ) เกิดจากผลของการเรียบเรียงข้อมูลและนำเสนอเป็นขั้นตอนจากใหญ่ไปย่อยจากง่ายไปยาก เพื่อให้เกิดเป็น “ภาพจำ” โดยใช้สื่อทั้งภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง เสียงบรรยาย เสียงพิเศษ ดนตรีประกอบ ตัวอักษร การใช้กราฟิกที่กระตุ้นเร้าความสนใจของผู้ชม การเลือกใช้สีเพื่อเป็นตัวแทนของหน่วยงาน ความยืดหยุ่นในการนำเสนอผลงานกับอุปกรณ์เพื่อการนำเสนอแบบต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของสมักร อยู่ดอง (2556 : 11) [3] ที่กล่าวว่าคุณค่าของวิดิทัศน์ นั้นมีประโยชน์กับการเรียนการสอนและในการอบรมเป็นอย่างยิ่งเพราะสามารถแสดงให้เห็นภาพและเสียง จึงนับว่าเป็นสื่อที่ทรงพลังอันหนึ่งที่สามารถกระตุ้นและเร้าความสนใจให้ผู้ชมนั้นเข้าใจและยังสามารถดูซ้ำๆหลายรอบเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจได้มากยิ่งขึ้นอย่างดี และการใช้เทคนิคเปลี่ยนผ่านของภาพ (Transition) ที่เหมาะสมของวิดีโอและเว็บไซต์จะช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้ชม สอดคล้องกับคำกล่าวของ วุฒิชัย ประสานสอย (2543) [4] ที่ว่าใช้เทคนิคเปลี่ยนผ่าน (Transition) เช่น เทคนิคเปิดภาพ (Wipes) เทคนิคเลื่อนภาพ (Fade) เป็นต้น เพื่อสร้างการนำเสนอระหว่างจอภาพที่คงที่ไม่สับสน และเทคนิคสร้างการเคลื่อนที่ เพื่อดึงดูดความสนใจในช่วงจังหวะที่เหมาะสม

## 9. บทสรุป

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อแบบ Responsive ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในสื่อ วิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การพัฒนาสื่อฯ ระยะที่ 2 คือ การศึกษา

ผลของการใช้สื่อแบบ Responsive โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คณะผู้บริหาร คณาจารย์และผู้ที่สนใจในที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารถ จำนวน 60 คน ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2557 ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ สื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ แบบประเมินภาพลักษณ์ของคณะฯ ผ่านการใช้สื่อแบบ Responsive และ แบบสอบถามความพึงพอใจในสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ สถิติที่ใช้ในการวิจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า สื่อแบบ Responsive ของคณะฯ มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ผู้รับชมที่รับชมสื่อแบบ Responsive มีความเข้าใจในภาพลักษณ์ของคณะฯผ่านการใช้สื่อแบบ Responsive อยู่ในระดับมาก และ ผู้รับชมที่รับชมสื่อแบบ Responsive เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

## 10. เอกสารอ้างอิง

- [1] เสรี วงษ์มณฑา. (2541). ภาพพจน์นั้น...สำคัญโดน. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- [2] พิทยพัมล ชูรอด (2014) การพัฒนาเว็บไซต์สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณสำหรับการรองรับหน้าจอหลายขนาด. PULINET Journal Vol. 1, No. 3, September-December 2014 : pp.102-106
- [3] สมักร อยู่ดอง. (2556). การพัฒนาวิดิทัศน์เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เรื่อง การเป็นผู้ดำเนินรายการและวิทยากรรายการโทรทัศน์ เพื่อการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [4] วุฒิชัย ประสานสอย. (2556). เทคนิคการใช้สื่อประสม. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2556, จาก <http://librarianlove.exteen.com/20091002/multimedia>