

การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน
กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
THE DEVELOPMENT OF DIGITAL CONTENT SET FOR PROMOTING
ON AN ONLINE PLATFORM ADDRESSING OBESITY
HEALTH CARE UNIT, KING MONGKUT'S UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY THONBURI

พรปภัตสร ปริญชาญกล¹, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์^{2*}, ปากมล จิรรัตน์ชัย³, สุปรียา จักราย⁴ และ อารีญา แก้วพลี⁵
Pornpapatsorn Princhankol¹, Kuntida Thamwipat², Pakamol jiraratnachai³,
Supreeya Ngiorai⁴ and Areeya Keawpaluek⁵

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี^{1,2,3,4,5}
Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi^{1,2,3,4,5}

Author email^{2*}: kuntida.tha@kmutt.ac.th^{2*}

Received: January 11, 2025

Revised: April 3, 2025

Accepted: April 8, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน 2) ประเมินคุณภาพชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น 3) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง 4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่กวดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ “KMUTT Health Care Unit” จำนวน 50 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การคำนวณค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการพัฒนาประกอบด้วยชุดดิจิทัลคอนเทนต์จำนวน 4 ชุด ได้แก่ สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกหัวข้อ “โรคอ้วนคืออะไร”, “How to ป้องกันโรคอ้วน”, “IF ช่วยลดความอ้วนจริงไหม” สื่อแอนิเมชัน หัวข้อ “Mission หุ่นเป๊ะ ด้วยท่าง่าย ๆ” หลังจากนั้นจึงนำไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า 2) มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี 3) ผลการประเมินการรับรู้ และ 4) ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์, ชุดดิจิทัลคอนเทนต์, แพลตฟอร์มออนไลน์, โรคอ้วน

Abstract

This study aimed to 1) develop a set of digital content for promoting obesity awareness through an online platform, 2) evaluate the quality of the developed content, 3) assess participants' awareness levels, and 4) measure their satisfaction. The research instruments consisted of 1) a digital content set focused on obesity, 2) content and presentation quality evaluation forms, 3) an awareness assessment form, and 4) a satisfaction survey. The sample group included 50 followers of the Facebook page "KMUTT Health Care Unit." Descriptive statistics, including mean and standard deviation, were employed for data analysis. The findings revealed that 1) the developed digital content comprised four sets—three infographic posters titled "What is Obesity?", "How to Prevent Obesity?" and "Does IF Truly Help with Weight Loss?" and one animated media titled "Mission: Get Fit with Simple Moves"; 2) expert evaluations rated the content quality as "very good" and the presentation quality as "good"; 3) participants' awareness levels increased; and 4) satisfaction with the content was rated at the highest level.

Keywords: Digital Content Set, Online Platform, Obesity, Promoting

บทนำ

เนื่องจากปัจจุบันการเจ็บป่วยและเสียชีวิตก่อนวัยอันควรมีสาเหตุมาจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ซึ่งเป็นผลมาจากปัญหาพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่เหมาะสม มีการบริโภคและการใช้ชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนไปเป็นรูปแบบคนเมืองมากขึ้นและมีพฤติกรรมออกกำลังกายที่น้อยลง ในระยะ 2 ทศวรรษมานี้คนไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป มีอัตราของภาวะน้ำหนักเกินเพิ่มขึ้น 2 เท่า (จากร้อยละ 17.2 เป็นร้อยละ 34.7) และมีภาวะอ้วนเพิ่มขึ้นเกือบ 3 เท่า (จากร้อยละ 3.2 เป็นร้อยละ 9.1) ซึ่งในปัจจุบันโรคอ้วนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในเด็กและผู้ใหญ่ จากคลังข้อมูลสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุข (HDC) พบว่ามีผู้เป็นโรคอ้วนหรือดัชนีมวลกายตั้งแต่ 25 กิโลกรัม/เมตร มากถึง ร้อยละ 45.6 ในปี 2563 และเพิ่มเป็น ร้อยละ 46.2 ในปี 2564 และร้อยละ 46.6 ในปี 2565 ซึ่งเป้าหมายของประเทศไทย มุ่งลดภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วน ในเด็กไม่ควรเกินร้อยละ 10 และควบคุมผู้ใหญ่อ้วนไม่ให้เกิน 1 ใน 3 ซึ่งในปัจจุบันการแก้ปัญหาโรคอ้วนยังเป็นลักษณะของการ ตั้งรับ เพราะผู้ป่วยส่วนใหญ่ไม่รู้ตัวว่าอ้วนคือโรคที่ต้องรักษา และผู้คนยังให้ความสำคัญกับการลดน้ำหนักเพียงเพื่อความสวยงาม ในขณะที่เดียวกันบุคลากรทางการแพทย์ก็ยังไม่ตระหนัก เพราะเห็นว่าประชาชนสามารถลดน้ำหนักได้เอง โดยไม่ต้องพบแพทย์ ดังนั้น จึงไม่มีใครมารักษาโรคอ้วน [1]

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) มีนโยบายส่งเสริมการลดน้ำหนักของนักศึกษาและบุคลากรโดยมี การให้บริการด้านสุขภาพ มีการจัดสร้างสนามกีฬาต่าง ๆ เช่น สนามกีฬากลางแจ้ง สนามเทนนิส ห้องฟิตเนส เป็นต้น และมีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ ดิจิทัลคอนเทนต์ คือสารสนเทศที่มีรูปแบบ เป็นดิจิทัล ที่แสดงเนื้อหาผ่านทางอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ ตัวอย่างของดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น แอนิเมชัน เกม สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น [2] ในปัจจุบันดิจิทัลคอนเทนต์มีความสำคัญและนิยมกันเป็นอย่างมาก เพราะมีประโยชน์ มากมาย เป็นเครื่องมือสร้างรายได้ เป็นสิ่งที่มอบความบันเทิง อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์อีกด้วย สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารของผู้คนในปัจจุบัน เป็นพื้นที่สำหรับแสดงตัวตนผ่านการ เผยแพร่ความคิด การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การบอกกล่าวเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อสื่อสารอื่น ๆ [3] การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงจัดเป็นสื่อใหม่ที่เป็นช่องทางสำคัญของคนในปัจจุบัน สื่อหลักทั้งหนังสือพิมพ์

วารสาร นิตยสาร โททัศน์และวิทยุต่างหันมาให้ความสำคัญ และนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์กันมากขึ้น ส่งผลให้หน่วยงานของภาครัฐและเอกชน รวมถึงองค์กรต่าง ๆ ได้นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ทั้งในการติดต่อสื่อสารกันภายในหน่วยงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และใช้ในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนมากขึ้น ซึ่งเฟซบุ๊กถือเป็นช่องทางหนึ่งที่ยอดนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายเนื่องจากสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็วทั้งในรูปแบบของข้อความและรูปภาพ และยังสามารถใช้เพื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ขายสินค้า เพื่อความบันเทิงหรือแนะนำหน่วยงาน สถานที่ท่องเที่ยวโดยมีการเชื่อมต่อผู้คนเข้ากับหัวข้อที่ตนสนใจ เช่น ธุรกิจ องค์กร หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งรองรับสมาชิกได้เป็นจำนวนมาก [4] ในยุคดิจิทัลนี้ การสร้างเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชมเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากแนวคิด "Content is King" ยังคงมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การผลิตเนื้อหาดิจิทัลหรือดิจิทัลคอนเทนต์ควรมุ่งเน้นการให้ข้อมูลที่ช่วยแก้ปัญหา สร้างคุณค่า และตอบโต้ความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทั้งผู้ผลิตต้องมีการออกแบบเนื้อหาที่เหมาะสมและน่าสนใจ นอกจากนี้การเลือกประเภทของดิจิทัลคอนเทนต์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละขั้นตอนของเส้นทางผู้ซื้อ (Buyer's Journey) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของเนื้อหา โดยเส้นทางผู้ซื้อแบ่งออกเป็น 3 ขั้น ได้แก่ ขั้นรับรู้ (Awareness Stage) ซึ่งเนื้อหาควรสร้างการรับรู้ถึงปัญหาและโอกาส เช่น บทความในบล็อกที่เน้นการทำ SEO เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและสร้างความน่าเชื่อถือบนโลกออนไลน์ หรือโพสต์อินโฟกราฟิกที่รวมเนื้อหาและภาพกราฟิกเพื่อให้เข้าใจง่ายและแชร์ได้มากขึ้น รวมถึงวิดีโอสั้นที่สร้างความน่าสนใจผ่านการนำเสนอสินค้าหรือบริการอย่างสวยงามและกระชับ ในขั้นพิจารณา (Consideration Stage) และขั้นตัดสินใจ (Decision Stage) การออกแบบเนื้อหาต้องพิจารณาคุณลักษณะของผู้ซื้อ (Persona) อย่างละเอียด เช่น บุคลิก ความสนใจ เป้าหมายในชีวิต ความท้าทาย และช่องทางการรับสื่อ เพื่อให้สามารถสร้างเนื้อหาที่ตอบสนองต่อความต้องการได้ตรงจุดในการสื่อสารบนโลกดิจิทัลปัจจุบัน [5] ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์ในรูปแบบสื่อโซเชียลอินโฟกราฟิกและสื่อแอนิเมชัน ซึ่งเป็นคลิปวิดีโอที่สั้นขนาดสั้น เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้เรื่องโรคอ้วน บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กของกลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย

โดยเหตุที่การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการที่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบและดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นการกระทำที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม อันนำไปสู่การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรม บริการ หรือผลิตภัณฑ์ขององค์กร ซึ่งส่งผลให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือจากประชาชนในระยะยาว การประชาสัมพันธ์มีข้อดีหลายประการ อาทิ การเพิ่มการรับรู้ของสาธารณชน การสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก การเสริมสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ การเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและการลงทุน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน รวมถึงการได้รับการรับรองจากบุคคลที่สาม อันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการรักษาชื่อเสียงขององค์กร นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการศึกษาได้อีกด้วย องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์หลัก ได้แก่ การเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร ทั้งนี้ กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยเพิ่มการรับรู้ของสาธารณชน และเอื้อให้เกิดการสนับสนุนจากบุคคลที่สาม ซึ่งจะมามีบทบาทสำคัญในการสร้างแนวร่วมที่เข้มแข็งให้แก่องค์กรต่อไป [6] ในที่นี้จึงดำเนินการประชาสัมพันธ์เรื่อง โรคอ้วน โดยกลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย ตามนโยบายส่งเสริมการลดน้ำหนักของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในส่วนของแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งเป็นการบริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกอินเทอร์เน็ต เช่น การตลาดออนไลน์ เสิร์ชเอนจิน สื่อสังคม ตลอดจนเป็นแหล่งรวมแอปพลิเคชัน บริการด้านการติดต่อสื่อสาร และระบบการทำธุรกรรมทางการเงิน เป็นต้น แพลตฟอร์มออนไลน์จึงถูกกำหนดให้เป็นบริการในการโต้ตอบระหว่างกลุ่มผู้ใช้งานที่แตกต่างกันตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ไม่ว่าจะเป็นบริษัทหรือบุคคล โดยมีปฏิสัมพันธ์ผ่านบริการทางอินเทอร์เน็ต ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนหลายล้านคนทั่วโลก การใช้งานแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในปี 2566 ได้กลายเป็นข้อมูลที่ที่น่าสนใจ เนื่องจากผู้คนหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย

เพื่อการติดต่อสื่อสาร การซื้อขายสินค้า การสั่งอาหาร การเล่นเกม รวมถึงการนำเสนอข้อมูลหรือโฆษณา ประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่าง ๆ อีกทั้งแต่ละแพลตฟอร์มยังสามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างสะดวก ด้วยเหตุนี้สื่อสังคมออนไลน์จึงมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วในทุกปี สำหรับปี 2566 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มียอดผู้ใช้งานมากที่สุดในโลก ได้แก่ เฟซบุ๊กมียอดผู้ใช้ถึง 3,030 ล้านบัญชีต่อเดือน ยูทูบมียอดผู้ใช้ 2,491 ล้านบัญชีต่อเดือน WhatsApp ส่วน WeChat ต่างมียอดผู้ใช้ 2,000 ล้านบัญชีต่อเดือน และติ๊กต็อกมียอดผู้ใช้ 1,218 ล้านบัญชีต่อเดือน ข้อมูลเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมและการแพร่หลายของแพลตฟอร์มออนไลน์ประเภทสื่อสังคมในทุกมิติของชีวิตประจำวันในยุคปัจจุบัน [7] ในที่นี้คณะผู้วิจัยเลือก มีเฟซบุ๊กแฟนเพจ “KMUTT Health Care Unit” เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ประเภทสื่อสังคมมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เรื่อง โรคอ้วน ในครั้งนี้ เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มียอดผู้ใช้งานมากที่สุดในตนเอง

ทั้งนี้ ทางกลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มจธ. ได้มีเฟซบุ๊กแฟนเพจ “KMUTT Health Care Unit” ที่สามารถประชาสัมพันธ์ข่าวสารสุขภาพต่าง ๆ ผ่านสังคมออนไลน์ได้ และเพื่อเป็นการสนองต่อนโยบายส่งเสริมการลดน้ำหนักของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัย จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า ควรมีการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงผ่านการออกแบบและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกและแอนิเมชัน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้ เกี่ยวกับโรคอ้วน และสามารถนำชุดดิจิทัลคอนเทนต์เหล่านี้ไปเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ในเครือข่ายของมหาวิทยาลัยเพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้อีกด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงดำเนินการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อการสื่อสารด้านสุขภาพแก่ผู้รับสารต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2. เพื่อประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
3. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีดังนี้

- 1.1 ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- 1.2 แบบประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์
- 1.3 แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์
- 1.4 แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่กดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ “KMUTT Health Care Unit” จำนวน 3,700 คน ข้อมูล ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2567 [8]

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่กดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ “KMUTT Health Care Unit” ดำเนินการโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จากผู้ติดตามที่เคยรับชมชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ฉบับแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน

3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ADDIE Model [9] มาใช้เป็นขั้นตอนในการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ฉบับแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.1 ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ผู้ศึกษาได้ศึกษาความต้องการของหน่วยงานการบริการสุขภาพและอนามัย รวมทั้งศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาปรึกษากับสมาชิกและอาจารย์ที่ปรึกษา

3.2 ขั้นการออกแบบ (Design) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์ และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและให้คำแนะนำ

3.3 ขั้นตอนการพัฒนา (Development) นำรูปแบบของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแก้ไขความถูกต้อง และความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข

3.4 ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) นำชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่ได้ทำการแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ไปเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ “KMUTT Health Care Unit” ให้สมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก ได้ดูสื่อและมีความยินดีตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการเลือกแบบสุ่มอย่างง่าย จำนวน 50 คน เพื่อหาข้อบกพร่องและประเมินผล

3.5 ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) เมื่อทำการเผยแพร่ชุดเนื้อหาทั้งหมดแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการประเมินผลการรับรู้ และประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง ที่ดำเนินการโดยวิธีเลือกแบบสุ่มแบบบังเอิญ เพื่อทำการประเมินด้านการรับรู้ และประเมินความพึงพอใจ จากนั้นจึงนำผลการประเมินที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณทางสถิติและสรุปผลต่อไป

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ดีมาก หรือ มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ดี หรือ มาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า น้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01 – 1.50 หมายความว่า น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการออกแบบและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์

ผลการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพ และอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 4 ชุด ดังนี้ สื่ออินโฟกราฟิก หัวข้อ “โรคอ้วนคืออะไร?” สื่ออินโฟกราฟิก หัวข้อ “How to ป้องกันโรคอ้วน” สื่ออินโฟกราฟิก หัวข้อ “IF ช่วยลดความอ้วนจริงไหม”



สื่อแอนิเมชัน หัวข้อ “Mission หุ่นเป๊ะ ด้วยท่าง่าย ๆ”

รูปที่ 1-4 แสดงตัวอย่างชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน
กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 4 ชุด



รูปที่ 5 แสดงคิวอาร์โค้ดของชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

2. ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 สรุปผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านเนื้อหา	4.42	0.51	ดี
1.1 เนื้อหามีความถูกต้อง	4.33	0.58	ดี
1.2 เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย	4.33	0.58	ดี
1.3 เวลาในการนำเสนอเนื้อหาเหมาะสม	4.33	0.58	ดี
1.4 ความถูกต้องของศัพท์เฉพาะที่ใช้ในชุดดิจิทัลคอนเทนต์	4.67	0.58	ดีมาก
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา	4.67	0.49	ดีมาก
2.1 ภาษาที่ใช้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
2.2 ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
2.3 ภาพประกอบกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกัน	4.67	0.58	ดีมาก
2.4 ภาพประกอบมีความเหมาะสมและถูกต้อง	4.67	0.58	ดีมาก
3. ด้านการประชาสัมพันธ์	4.58	0.51	ดีมาก
3.1 เนื้อหาน่าสนใจ	4.67	0.58	ดีมาก
3.2 เนื้อหา มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	ดีมาก
3.3 เนื้อหาเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเห็นภัยของโรคอ้วน	4.67	0.58	ดีมาก
3.4 เนื้อหาเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายลดน้ำหนักด้วยหลายวิธี เช่น IF และออกกำลังกาย	4.33	0.58	ดี
ผลรวมค่าเฉลี่ย	4.56	0.50	ดีมาก

จากตารางที่ 1 จากผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา เรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.49) รองลงมา ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.51) และด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สรุปผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านตัวอักษรและการใช้สี	4.11	0.60	ดี
1.1 ขนาดของตัวอักษร อ่านง่าย และชัดเจน	4.33	0.58	ดี
1.2 สีและรูปแบบของตัวอักษร สวยงาม	4.00	1.00	ดี
1.3 ตัวอักษรมีการจัดวางอย่างสวยงาม	4.00	0.00	ดี

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
2. ด้านภาพ	4.00	0.50	ดี
2.1 ภาพที่ใช้มีความเหมาะสม น่าสนใจ	3.67	0.58	ดี
2.2 ภาพที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.00	0.00	ดี
2.3 ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.33	0.58	ดี
3. ด้านเสียง	4.22	0.44	ดี
3.1 น้ำเสียงมีจังหวะการอ่านที่น่าสนใจ	4.33	0.58	ดี
3.2 เสียงที่ใช้ชัดเจน ไม่สับสน	4.33	0.58	ดี
3.3 เสียงดนตรีประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.00	0.00	ดี
4. ด้านการนำเสนอ	4.22	0.44	ดี
4.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.33	0.58	ดี
4.2 การนำเสนอชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน มีความเหมาะสมและน่าสนใจ	4.33	0.58	ดี
4.3 สื่อนำเสนอในระยะเวลาที่เหมาะสม	4.00	0.00	ดี
ผลรวมค่าเฉลี่ย	4.14	0.49	ดี

จากตารางที่ 2 จากผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ เรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกมีสองด้าน ได้แก่ ด้านเสียง และด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.44) ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ด้านตัวอักษรและการใช้สี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.60) และด้านภาพ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ผลการประเมินระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อที่พัฒนาขึ้น

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านรับรู้โรคอ้วนสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่	4.74	0.60	มากที่สุด
2. ท่านรับรู้โรคอ้วนจะส่งผลกระทบต่อร่างกาย เช่น หายใจลำบาก นอนหลับยาก เป็นต้น	4.70	0.74	มากที่สุด
3. ท่านรับรู้ว่าการทำ IF (Intermittent Fasting) คือ วิธีการอดอาหารเป็นช่วงเวลา	4.62	0.73	มากที่สุด
4. ท่านรับรู้ว่าการทำ IF (Intermittent Fasting) ไม่ใช่เพียงแค่การอดอาหาร แต่ยังต้องทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและออกกำลังกายอย่างเหมาะสมด้วย	4.56	0.70	มากที่สุด

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5. ท่านรับรู้ว่าการออกกำลังกาย เป็นสิ่งสำคัญในการป้องกันโรคอ้วน	4.74	0.72	มากที่สุด
6. ท่านรับรู้สาเหตุของโรคอ้วนส่วนใหญ่มาจากการรับประทานอาหารที่มีน้ำตาลและไขมันสูง	4.76	0.59	มากที่สุด
7. ท่านรับรู้ทำออกกำลังกายต่างๆ ในการเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง	4.64	0.78	มากที่สุด
8. ท่านรับรู้สาเหตุของโรคอ้วนเกิดได้จากหลายสาเหตุ เช่น พันธุกรรม พฤติกรรมการกิน ไม่ออกกำลังกาย เป็นต้น	4.64	0.69	มากที่สุด
9. ท่านรับรู้ว่าอาหารที่ครบ 5 หมู่ คือ อาหารที่ดีต่อสุขภาพ	4.72	0.67	มากที่สุด
10. ท่านรับรู้ว่าเนื้อสัตว์และสัตว์เนื้อแดง เป็นอาหารที่มีไขมันอิ่มตัว	4.58	0.73	มากที่สุด
ผลรวมค่าเฉลี่ย	4.67	0.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 จากผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อ ประชาสัมพันธ์บน แพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อนำมา เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า มีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็น ระดับการรับรู้ในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ท่านรับรู้สาเหตุของโรคอ้วนส่วนใหญ่มาจากการ รับประทานอาหารที่มีน้ำตาลและไขมันสูง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.59) ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ท่านรับรู้ว่ ะโรคอ้วนสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.60) และท่านรับรู้ว่าการออกกำลังกาย เป็นสิ่งสำคัญในการป้องกันโรคอ้วน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

4. ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อที่พัฒนาขึ้น

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านเนื้อหา	4.74	0.50	มากที่สุด
1.1 มีการลำดับเนื้อหาของชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่ดี	4.70	0.51	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความชัดเจน	4.72	0.54	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความน่าสนใจ	4.72	0.50	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.78	0.46	มากที่สุด
1.5 เนื้อหาของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เข้าใจง่าย	4.78	0.51	มากที่สุด
2. ด้านภาพและเสียง	4.72	0.53	มากที่สุด
2.1 ภาพที่ใช้ในชุดดิจิทัลคอนเทนต์มีสีสันสวยงาม	4.72	0.50	มากที่สุด
2.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.78	0.46	มากที่สุด
2.3 ภาพและเสียงมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.62	0.64	มากที่สุด
2.4 ภาพและเสียงชัดเจน ไม่สะดุด	4.74	0.49	มากที่สุด
2.5 ภาพและเสียงสอดคล้องกับเนื้อหา	4.72	0.54	มากที่สุด

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3. ด้านการนำเสนอ	4.75	0.49	มากที่สุด
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับและเข้าใจง่าย	4.78	0.51	มากที่สุด
3.2 การนำเสนอชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วนมีความน่าสนใจ	4.74	0.49	มากที่สุด
3.3 ชุดดิจิทัลคอนเทนต์สามารถประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ของหน่วยงานได้ดี	4.74	0.49	มากที่สุด
ผลรวมค่าเฉลี่ย	4.73	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 จากผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.49) ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.50) และด้านภาพและเสียง อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ประกอบด้วย 1) ชุดดิจิทัลคอนเทนต์ซึ่งแบ่งเป็นสื่ออินโฟกราฟิก 3 ชุด และสื่อแอนิเมชัน 1 ชุด รวมทั้งสิ้น 4 ชุด โดยแบ่งเป็น ดังนี้ 1) สื่ออินโฟกราฟิก หัวข้อ “โรคอ้วนคืออะไร?” 2) สื่ออินโฟกราฟิก หัวข้อ “How to ป้องกันโรคอ้วน” 3) สื่ออินโฟกราฟิก หัวข้อ “IF ช่วยลดความอ้วนจริงไหม” 4) สื่อแอนิเมชัน หัวข้อ “Mission หุ่นเป๊าะ ด้วยท่าง่ายๆ” โดยคณะผู้จัดทำได้มีขั้นตอนการวางแผนและออกแบบเนื้อหา รวมถึงการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องเหมาะสม ชัดเจน และเข้าใจง่าย ซึ่งการออกแบบชุดดิจิทัลคอนเทนต์นี้ อิงตามแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ ADDIE Model [9] มาประยุกต์ใช้ดังนี้ 1) ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ผู้ศึกษาได้ศึกษาความต้องการของหน่วยงานการบริการสุขภาพและอนามัย รวมทั้งศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาปรึกษากับสมาชิกและอาจารย์ที่ปรึกษา 2) ขั้นการออกแบบ (Design) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์ และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและให้คำแนะนำ 3) ขั้นตอนการพัฒนา (Development) นำรูปแบบของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแก้ไขความถูกต้อง และความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข 4) ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) นำชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่ได้ทำการแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้วไปเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ “KMUTT Health Care Unit” ให้สมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก ได้ดูสื่อและมีความยินดีตอบแบบสอบถาม เพื่อหาข้อบกพร่องและประเมินผล 5) ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) ผู้ศึกษาได้นำผลการประเมินที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณทางสถิติและสรุปผล เช่นเดียวกับงานวิจัยของกาญจนา นามะโสและคณะ [10] และงานวิจัยของกุลธิดา ธรรมวิรักษ์และพรปภัสสร ปริญาญกุล [11] ที่ได้ดำเนินการออกแบบและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียโดยใช้แนวคิด ADDIE Model

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.50) เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของอินโฟกราฟิกและแอนิเมชัน ทำให้สื่อมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย มีภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหา และมีผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.49) เนื่องจากมีการออกแบบชุดดิจิทัลคอนเทนต์ให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและมีสีสันที่น่าสนใจ เสียงบรรยายมีความชัดเจนไม่สะดุด ตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เขมทัต บุญพ่วง และคณะ [12] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเซตุน ผลการศึกษา พบว่า มีผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.58) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.38) เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ ยังพบว่างานวิจัยดังกล่าวแนะนำแนวคิดเรื่อง ADDIE Model มาใช้เช่นเดียวกัน ดังนั้น ในการผลิตสื่อเพื่อให้ได้คุณภาพระดับดี นักวิชาการจึงควรนำแนวคิดเรื่อง ADDIE Model เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพและเหมาะสมต่อการนำไปใช้งานได้จริง ในส่วนของเนื้อหาเกี่ยวกับโรคอ้วน ได้มีงานวิจัยของ อัจฉรา นามเมือง และพรณี บัญชรหัตถกิจ [13] ได้ทำการศึกษาเรื่องผลของโปรแกรมส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ ในการป้องกันโรคอ้วนของบุคลากรที่มีภาวะน้ำหนักเกินของศูนย์อนามัยที่ 7 ขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า การใช้โปรแกรมส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ ในการป้องกันโรคอ้วนสำหรับบุคลากรที่มีภาวะน้ำหนักเกินของศูนย์อนามัยที่ 7 ขอนแก่น พบว่ามีคุณภาพในการส่งเสริมความรู้และความเข้าใจด้านสุขภาพ การเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ การจัดการตนเอง การสื่อสารข้อมูลด้านสุขภาพ ตลอดจนการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้นในการป้องกันโรคอ้วน ดังนั้น ควรมีการนำโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น ๆ อย่างเหมาะสมเพื่อขยายผลในการป้องกันโรคอ้วนต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก กลุ่มปิดเป็นช่องทางในการดำเนินกิจกรรม กระตุ้น และให้ความรู้ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสุขภาพ

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่า มีผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.69) และมีผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.51) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรจิรา ไววิงรบ และคณะ [14] ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ด้วยเทคนิคนำเสนอหลายรูปแบบบนสื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมการรับรู้ศิลปวัฒนธรรมไทย สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่พบว่า ผลประเมินการรับรู้หลังชมดิจิทัลคอนเทนต์ด้วยเทคนิคนำเสนอหลายรูปแบบบนสื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมการรับรู้ศิลปวัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.87$, S.D. = 0.15) และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อและกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นยังอยู่ในระดับมากที่สุดด้วย ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.45) ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และคณะ [15] ที่ได้ศึกษาโดยการส่งเคราะห์งานวิจัยด้านการออกแบบและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เผยแพร่ในช่วงโควิด-19 พบว่า ผลประเมินการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์องค์การในรูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก สื่อโมชันกราฟิก คลิปวิดีโอ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีผลประเมินการรับรู้ และความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.45) และ ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.50) ทั้งนี้ พบข้อมูลว่านักศึกษาซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่มีความพึงพอใจในการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์องค์การในรูปแบบมัลติมีเดียบนแพลตฟอร์มออนไลน์ประเภทสื่อสังคม เนื่องจากสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อในชีวิตประจำวัน

ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์รุ่นใหม่จึงควรมีทักษะการออกแบบและผลิตสื่อในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ตลอดจนการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สามารถนำไปเผยแพร่และขยายกลุ่มเป้าหมายให้เป็นที่รู้จักบนสื่อออนไลน์ เช่น อินสตาแกรม ยูทูบ และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีต่อไปได้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสนองตอบนโยบายส่งเสริมการลดน้ำหนักของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2. การเผยแพร่ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องโรคอ้วน กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ทำให้กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย สามารถนำไปเป็นสื่อต้นแบบเผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่สังกัดอยู่ได้ ทั้งนี้ เพื่อจะได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยหน่วยงานควรประชาสัมพันธ์สื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่นิยมอยู่ในขณะนี้ เช่น ดิกด็อก หรือรีลบนเฟซบุ๊ก จะยิ่งช่วยให้ประชาสัมพันธ์ได้ดีขึ้น
3. ควรออกแบบและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ กลุ่มงานบริการสุขภาพและอนามัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อการประชาสัมพันธ์ในเรื่องอื่น ๆ ที่มีข้อมูลด้านสุขภาพของบุคลากรในมหาวิทยาลัย เช่น โรคเบาหวาน โรคซึมเศร้า เป็นต้น
4. ควรวิเคราะห์องค์ประกอบของการผลิตสื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัย เพื่อให้หน่วยงานสามารถออกแบบและพัฒนาสื่อและกิจกรรมให้มีสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] ThaiHealth Promotion Foundation, “Thai people facing rising obesity rates; calls for prevention and intervention on World Obesity Day,” Mar. 2022. [Online]. Available: <https://www.thaihealth.or.th/?p=219910>. [Accessed: Mar. 3, 2024]. (in Thai)
- [2] Anantasook.Com, “The using of digital content in learning management. What is digital content, and what are its types?,” Apr. 2016. [Online]. Available: <http://www.anantasook.com/digital-content-in-education>. [Accessed: Mar. 3, 2024]. (in Thai)
- [3] R. Jaruthavee, C. Leesattrupai, and C. Rattanapisit, “The factors related to constructive communication in social media of undergraduate students in Bangkok,” *J. Faculty Appl. Arts*, vol. 15, no. 1, pp. 1–14, Jan.–Jun. 2022. (in Thai)
- [4] S. Tangsrisee, “The benefits of using Facebook for expanding new statistical perspectives,” May 2024. [Online]. Available: <https://www.scimath.org/article-technology/item/12802-facebook>. [Accessed: Dec. 18, 2024]. (in Thai)
- [5] P. Nukulompratan, “Types of digital content that should be included,” Nov. 2019. [Online]. Available: <https://newfolder.co.th/ประเภทของ-digital-content-ที่ควรมี/>. [Accessed: May 29, 2024]. (in Thai)

-
- [6] Ministry of Labour, "Meaning and principles of public relations," Jan. 2003. [Online]. Available: <http://library.mol.go.th/opac/ebook/00534.1.pdf>. [Accessed: Mar. 11, 2025]. (in Thai)
- [7] Public Relations Department, "The top 5 most-used social media platforms in the world for 2023," Feb. 2024. [Online]. Available: <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/31/iid/256521>. [Accessed: May 21, 2024]. (in Thai)
- [8] KMUTT Health Care Unit, "Followers," May 2024. [Online]. Available: https://www.facebook.com/HCU.KMUTT?locale=th_TH. [Accessed: May 24, 2024]. (in Thai)
- [9] P. Thongpanit and A. Jandaeng, "ADDIE model," Jan. 2018. [Online]. Available: <http://adi2learn.blogspot.com/2018/01/addiemodel.html>. [Accessed: May 21, 2024]. (in Thai)
- [10] K. Namaso, K. Thamwipat, and P. Princhankol, "The design and development of interactive multimedia and activities for new normal public relations to promote the public image of the Continuing Education Center," Aug. 2022. [Online]. Available: <http://gcbss.org/CIMSSR2022MALAYSIA/CIMSSR-00272.html>. [Accessed: Mar. 11, 2025].
- [11] K. Thamwipat and P. Princhankol, "The design and development of interactive multimedia based on ADDIE model to publicize the Department of Educational Communications and Technology," Aug. 2022. [Online]. Available: <http://gcbss.org/CIMSSR2022MALAYSIA/CIMSSR-00267.html>. [Accessed: Mar. 11, 2025].
- [12] K. Boonphoung, P. Princhankol, and K. Thamwipat, "The development of interactive public relations media kits to promote brand image Department of Computer Graphics Chetupon Commercial College," *J. Learn. Innov. Technol.*, vol. 2, no. 1, pp. 38–49, Jan. 2022. (in Thai)
- [13] A. Namuang and P. Banchonhattakit, "Effects of health literacy program with social media for obesity prevention among overweight in personnel health promoting center 7th Khon Kaen," *KKU J. Public Health Res.*, vol. 13, no. 3, pp. 78–88, Jul. 2020. (in Thai)
- [14] P. Waiwingrob, K. Thamwipat, and P. Princhankol, "Active learning extracurricular activities using digital content to promote the awareness of Thai arts and culture for undergraduate students," *Humanities, Arts Soc. Sci. Stud.*, vol. 23, no. 3, pp. 642–655, Sep. 2023. doi: 10.14456/hasss.2023.54
- [15] K. Thamwipat and P. Princhankol, "A synthesis of research studies on public relations multimedia utilization within an educational institute during the COVID-19 pandemic: A comparative analysis of textual and data visualization approaches," *Kasetsart J. Soc. Sci.*, vol. 45, no. 2, pp. 433–442, Apr. 2022. doi: 10.34044/j.kjss.2022.45.2.11