

การศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้แผนกลยุทธ์ด้วยสื่อดิจิทัล: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ศุภชัยโชติ กองผ้าขาว^{1,*}, วิริญญา ชูราชิ¹ และ เพลิน วิชัยวงศ์²

¹กองแผนงาน มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี 34190

²กองกลาง มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี 34190

*อีเมลของผู้ประพันธ์บรรณกิจ: supachaichot.k@ubu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีด้วยสื่อดิจิทัลและสร้างความพึงพอใจให้กับบุคลากรในการเข้าถึงแผนฯ กลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 75.71 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ paired samples t-test ผลวิจัย: (1) การพัฒนา “สื่อดิจิทัล” เพื่อสร้างการรับรู้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 57.08 และเห็นด้วย ร้อยละ 41.25 (2) คุณภาพของสื่อดิจิทัล อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.15$) (3) การรับรู้จากสื่อดิจิทัล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) (4) ความพึงพอใจหลังจากได้รับฟังรับชมแผนฯ จากสื่อดิจิทัล โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) และ (5) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังจากได้รับชมรับฟังแผนฯ จากสื่อดิจิทัล สูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่การเผยแพร่แผนฯ (รูปแบบเดิม) มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.05$) และหลังจากเผยแพร่ด้วยสื่อดิจิทัล (รูปแบบใหม่) มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) ซึ่งมีระดับความพึงพอใจสูงขึ้น (ความต่างของค่าเฉลี่ย 1.20) ผลสรุปในภาพรวม: (1) ควรมีการนำสื่อดิจิทัลหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานหรือการสร้างการรับรู้ให้กับบุคลากร (2) การสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้กับบุคลากร ควรเลือกผลิตสื่อที่เป็นสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ Instagram และ Youtube (3) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้ควรได้รับพัฒนาศักยภาพในการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ: การรับรู้, แผนกลยุทธ์, สื่อดิจิทัล

A Study on Enhancing the Perception of Strategic Plans Using Digital Media: A Case Study of Ubon Ratchathani University

Supachaichot Kongphakao^{1,*}, Virinya Churasi¹ and Plern Wichaiwong²

¹Planning Division, Ubon Ratchathani University, Ubon Ratchathani 34190, Thailand

²General Affairs Division, Ubon Ratchathani University, Ubon Ratchathani 34190, Thailand

*Corresponding author's e-mail: supachaichot.k@ubu.ac.th

Abstract

This research aims to enhance the effectiveness of perception regarding Ubon Ratchathani University's strategic plan through digital media and to increase staff satisfaction in accessing the plan. The sample group consisted of Ubon Ratchathani University personnel, with data collected from 75.71% of the total sample. The research instruments included a questionnaire, and the statistical analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and paired samples t-test. The findings indicated that: (1) the development of "digital media" to enhance awareness was strongly agreed upon by the majority of the sample, with 57.08% strongly agreeing and 41.25% agreeing. (2) The quality of the digital media was rated as good (mean = 4.15). (3) The perception from digital media was at a high level (mean = 3.67). (4) Overall satisfaction after viewing the strategic plan via digital media was high (mean = 4.15). (5) The sample group's satisfaction after the strategic plan was disseminated through digital media was statistically significant at the .01 level, compared to the traditional method. The satisfaction level for the traditional method (old format) was moderate (mean = 3.05), while the satisfaction level for the digital media dissemination (new format) was very high (mean = 4.25), showing an increase in satisfaction (mean difference = 1.20). Conclusion: (1) Digital media or new technologies should be incorporated into operations or the creation of awareness among staff. (2) To enhance awareness and understanding among staff, online media such as websites, Facebook, Line, Instagram, and YouTube should be selected for content production. (3) Personnel involved in creating awareness should be developed in their ability to produce digital media to improve work efficiency.

Keywords: Perception, Strategic plan, Digital media

บทนำ

“การสื่อสาร” เป็นกระบวนการเชื่อมโยงความคิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารโดยผ่านสื่อซึ่งเป็นพาหนะในการนำข่าวสารไปยังผู้รับสาร (Vivian, 2013) การสื่อสารนั้นมีความสำคัญต่อทุกองค์กรเนื่องจากการเชื่อมโยงความคิดเห็นของคนทำงานในระดับต่าง ๆ เช่น การสื่อสารของผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา โดยใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารด้วยคำพูด ตัวอักษร หรือผ่านเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นการประสานการทำงานให้ดำเนินร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์ในการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในองค์กรนั้นมีหน้าที่คือ การแจ้งให้ทราบ การให้ความรู้การให้ความพึงพอใจ การชักจูงใจหรือการโน้มน้าวใจ การแก้ไขปัญหา รวมไปถึงการจัดการกับความขัดแย้งในองค์กร (Richmond et al., 2013) เช่น การอธิบายนโยบายกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทแก่พนักงานผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ การพัฒนาความคิดใหม่ ๆ ในองค์กร โดยการระดมความคิดของพนักงานในองค์กร นอกจากนั้นการสื่อสารยังช่วยให้พนักงานมีความสามัคคีในการร่วมมือกันทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ดังที่ Jablin and Sias (2000) กล่าวว่า ความสามารถในการสื่อสารนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานและการบรรลุเป้าหมายขององค์กร นอกจากนั้น “สื่อประชาสัมพันธ์” เป็นเครื่องมือสื่อสารที่เป็นตัวกลางในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับสื่อประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าองค์กรไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์หรือเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว ก็ส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรไม่ประสบผลสำเร็จ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553) ซึ่งสอดคล้องกับ วรชัย คุรุจิต (2555) และอรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555) ได้กล่าวตรงกันว่า การเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการสื่อสารในองค์กร การเลือกสื่อที่มีความเหมาะสมจะทำให้เนื้อหาข่าวสารถูกเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและอายุที่แตกต่างกัน สื่อที่มีประสิทธิภาพจะมีความสำคัญต่อการสื่อสารในองค์กรเป็นอย่างยิ่ง สอดคล้องกับ ใจทิพย์ ณ สงขลา (2561) ที่กล่าวว่า สื่อดิจิทัลมีสมรรถนะการประมวลผลที่รวดเร็วของคอมพิวเตอร์ที่ส่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และแสดงผลได้บนคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารพกพาทำให้การเรียนรู้และสื่อสารไม่จำกัดเวลาในห้องเรียน แต่สามารถผนวกรวมการเรียนรู้เข้ากับการใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างรวดเร็ว นั้นแสดงถึงควมมีประสิทธิภาพของสื่อ และนอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ นันทนา ธรรมบุศย์ (2540) ที่ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพหมายถึงวิธีการทำงานโดยสิ้นเปลืองเวลาและสูญเสียพลังงานในการทำงานน้อยที่สุดแต่เกิดประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดด้วย ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา (ปี 2563 - 2567) การใช้สื่อดิจิทัลมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากปัจจัยหลายประการ เช่น การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ส่งผลให้การใช้งานสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้นในหลายด้าน และเป็นที่ยอมรับ พร้อมกับการนำมาใช้ในหลายด้าน ทั้งในภาคการศึกษาและการดำรงชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะด้านการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น โดยมีการศึกษาในหลายมิติ เช่น ทักษะการรู้ดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการเรียนรู้ การรับรู้สิ่งต่าง ๆ และการใช้สื่อออนไลน์หรือสื่อดิจิทัลในการเรียนการสอน รวมถึงการพัฒนาทักษะดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ ก็เช่นเดียวกัน เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้บุคลากรเหล่านั้นสามารถปฏิบัติงานในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความรู้เกี่ยวกับการจัดการข้อมูล ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลหรือสื่อดิจิทัล คือ ตัวแปรสำคัญในทุก ๆ องค์กร มีบทบาทในการขับเคลื่อนกระบวนการทำงาน ตั้งแต่กระบวนการวางแผนทางองค์กร การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการลูกค้า สามารถช่วยให้องค์กรปรับปรุงกระบวนการทางองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

จากผลการวิจัยของ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (2553) ซึ่งได้ทำการศึกษาการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับทิศทางการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ตามนโยบายของสภามหาวิทยาลัย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความเข้าใจทิศทางการดำเนินงานมากที่สุดคือ ด้านพันธกิจ โดยช่องทางที่เหมาะสมมากที่สุดในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยคือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย ส่วนงานวิจัยของ รตนดา อาจวิชัย และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสารของวัยรุ่นไทยต่อสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์สื่อใหม่แบบ Digital Content ที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารของวัยรุ่นไทยต่อสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันต่อสัปดาห์มากที่สุดถึงร้อยละ 75.58 แอปพลิเคชันในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุดถึงร้อยละ 88.95 โดยมีความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อใหม่แบบ Digital Content ที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารของวัยรุ่นไทยต่อสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอข่าวสารสุขภาพบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Healthy Delivery” อยู่ในระดับมาก นอกจากนั้น กนกวรรณ นามา และคณะ (2564) ได้ทำการพัฒนาสื่อดิจิทัลวิดีโอร่วมกับการเรียนรู้แบบปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียนเพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์อย่างมีความสุข ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลวิดีโอร่วมกับการเรียนรู้แบบปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียนเพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์อย่างมีความสุข อยู่ในระดับดีมาก (2) คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนด้วยสื่อดิจิทัลวิดีโอสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 (3) ผลการศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลวิดีโอทำให้ผู้เรียนเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อวิชาคณิตศาสตร์และเรียนรู้อย่างมีความสุขอยู่ในระดับดีมาก และ (4) ความพึงพอใจต่อการสื่อดิจิทัลวิดีโอร่วมกับการเรียนรู้แบบปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียนเพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์อย่างมีความสุข อยู่ในระดับมากที่สุด

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่การเป็นมหาวิทยาลัยดิจิทัล ซึ่งได้มีความพยายามในการพัฒนาเป็นมหาวิทยาลัยดิจิทัล (Smart University) อย่างเต็มรูปแบบ โดยจะเห็นได้จากการนำไอซีทีที่เข้ามาใช้ในมหาวิทยาลัยมากขึ้น มีการจัดการเรียนการสอนทันสมัย อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาเกี่ยวข้องโดยตรงกับเทคโนโลยี อาจารย์ต้องรู้เท่าทันเทคโนโลยี บุคลากรทำงานด้วยไอซีทีมากยิ่งขึ้น และทุกระบบงานที่ได้ใช้ในการปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย ต่างมีความพยายามในการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงานมากขึ้น ซึ่งอาจจะเต็มรูปแบบทั้งระบบงาน หรือเฉพาะแฝงไว้ในบางกระบวนการสำคัญ “กระบวนการถ่ายทอดแผนพัฒนามหาวิทยาลัยสู่บุคลากร” ก็เป็นอีกหนึ่งกระบวนการที่สำคัญ เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจของบุคลากรที่มีต่อ “แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี” ให้สามารถรับรู้และรับทราบถึงเป้าหมายในการพัฒนาที่เป็นแนวทางเดียวกัน และเพื่อเป็นการสร้างความพร้อมให้กับบุคลากรในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดหรือเร็วกว่าที่กำหนดไว้

ด้วยเหตุผลสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้รับผิดชอบงานด้านแผนและนโยบาย และด้านการสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัย ได้เล็งเห็นความสำคัญของการปรับปรุงกระบวนการดังกล่าว ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมุ่งทำการศึกษาและพัฒนาสื่อดิจิทัล ที่เป็นสื่อกลางที่มีคุณภาพสูง เพื่อช่วยในการสร้างการรับรู้ “แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี” ให้บุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อให้สามารถเข้าใจเหตุผลในการดำเนินการเหล่านั้น และยึดถือปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ไปสู่เป้าหมายสูงสุดตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้

สมมติฐานการวิจัย: ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย ด้วยรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ (สื่อดิจิทัล) มีความแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้ แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของบุคลากรที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จากสื่อดิจิทัล
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการรับฟังรับชมแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จากสื่อดิจิทัล

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ บุคลากรของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ทั้งหมดจำนวน 1,509 คน (ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2566) (กองการเจ้าหน้าที่, 2566)
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากการใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) เท่ากับ 317 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ข้อมูลทั่วไป และความคิดเห็นต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัล โดยข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ตอนที่ 2 คุณภาพของสื่อดิจิทัล เป็นข้อคำถามจะเป็นการประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัล หลังจากที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับชมรับฟังสื่อดิจิทัล “แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี” ในเวลาที่จำกัด (ประมาณ 10 นาที) และให้ความคิดเห็นว่าคุณภาพของสื่อดิจิทัลดังกล่าวเป็นอย่างไร ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินตามเกณฑ์ของ ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2555) คือ คุณภาพดีมาก = ระดับ 5 (5 คะแนน) ดี = ระดับ 4 (4 คะแนน) ปานกลาง = ระดับ 3 (3 คะแนน) น้อย = ระดับ 2 (2 คะแนน) และควรปรับปรุง = ระดับ 1 (1 คะแนน)

ตอนที่ 3 การรับรู้และความเข้าใจต่อแผนมหาวิทยาลัยฯ จากสื่อดิจิทัล เป็นการวัดระดับการรับรู้ต่อแผนมหาวิทยาลัย หลังจากที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับชมรับฟังสื่อดิจิทัล โดยมีประเด็นข้อคำถามจำนวน 11 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินตามเกณฑ์ของ ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2555) คือ รับรู้มากที่สุด = ระดับ 5 (5 คะแนน) มาก = ระดับ 4 (4 คะแนน) ปานกลาง = ระดับ 3 (3 คะแนน) น้อย = ระดับ 2 (2 คะแนน) และน้อยที่สุด = ระดับ 1 (1 คะแนน)

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อการรับฟังรับชมแผนมหาวิทยาลัยฯ จากสื่อดิจิทัล เป็นข้อคำถามจะเป็นการวัดความพึงพอใจ หลังจากที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับชมรับฟังสื่อดิจิทัล โดยมีประเด็นข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินตามเกณฑ์ของ ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2555) คือ พึงพอใจ

มากที่สุด = ระดับ 5 (5 คะแนน) มาก = ระดับ 4 (4 คะแนน) ปานกลาง = ระดับ 3 (3 คะแนน) น้อย = ระดับ 2 (2 คะแนน) และน้อยที่สุด = ระดับ 1 (1 คะแนน)

การตรวจคุณภาพของเครื่องมือ

การหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย โดยการหาความตรงตามเนื้อหา (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา จากค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากคำถาม 51 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้องทุกประเด็นตัวแปร อยู่ระหว่าง .91 - .96 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ .945 ถ้า ค่าดัชนีที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ .50 ถือว่าข้อความนั้นวัดตามเนื้อหาที่ต้องการวัดหรือเป็นตัวแทนลักษณะของกลุ่มพฤติกรรมนั้น สามารถเลือกใช้ข้อคำถามนั้นได้ (สนุพงษ์ จิรชาลวิสุทธิ, 2558) และได้้นำข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิมาทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เช่น การปรับคำเพื่อให้เกิดความเข้าใจง่ายขึ้น, การแบ่งรายข้อย่อยเพื่อไม่ให้เกิดความสับสน, ตัดบางประเด็นที่มีความซ้ำซ้อนกัน เป็นต้น จากนั้นได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำไปทดสอบกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรจำนวน 12 คน (หลักเกณฑ์การทำ try out ควรมีจำนวนทดสอบไม่น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง แต่ด้วยจำกัดหลายอย่างทำให้ไม่สามารถเก็บตัวอย่างทดสอบได้ตามกำหนด) จากนั้นทำการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach, 1970) เท่ากับ .973 ซึ่งมีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ต่ำกว่า .7 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561) ดังนั้น จึงถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเที่ยงตรงและมีความน่าเชื่อถือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. คณะผู้วิจัยได้จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามการวิจัย และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2567

2. คณะผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบนับของการตอบแบบสอบถามที่ส่งกลับ โดยรวมกับจำนวนที่ตอบกลับทางออนไลน์ แล้วพบว่า มีจำนวนน้อยมากกว่าที่กำหนดไว้ (น้อยกว่าร้อยละ 50) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน จึงได้ทำการขยายระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และทำการแจกแบบสอบถามเพิ่มเติมครั้งที่ 2 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 2 ครั้ง พบว่า สามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้เพียง 240 คน คิดเป็นร้อยละ 75.71 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด 317 คน (ข้อจำกัด: เนื่องจากมีอุปสรรคหลายประการ เช่น การตอบแบบสอบถามมีเงื่อนไขก่อนตอบแบบสอบถาม ซึ่งต้องรับชมรับฟังสื่อดิจิทัล “แผนกลยุทธ์” ใช้เวลาประมาณ 10 นาที ก่อนเริ่มทำแบบสอบถาม และต้องใช้เวลาในการพิจารณาตอบแบบสอบถามอย่างรอบครอบด้วย ประกอบกับช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงสัปดาห์แรกของการเปิดภาคเรียนเทอมปลาย และมหาวิทยาลัยมีกิจกรรมที่หลากหลายในช่วงเปิดภาคเรียน และด้วยข้อจำกัดด้านเวลาในการดำเนินงานวิจัยและการจัดส่งผลงาน จึงไม่สามารถขยายเวลาการดำเนินงานได้)

3. ทำการตรวจสอบการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จัดส่งกลับมา ว่ามีการตอบข้อคำถามครบหรือไม่ หรือต้องไม่ควรมีน้อยกว่าร้อยละ 80 ของข้อคำถามทั้งหมด เพื่อไม่ให้เกิดเป็นข้อมูลสูญหายในระหว่างการวิเคราะห์

ข้อมูล ซึ่งพบว่า มีบางฉบับที่ตอบไม่ครบตามจำนวนข้อหรือร้อยละที่กำหนดไว้ คณะผู้วิจัยจึงได้เก็บรวบรวมเพิ่มเติมตามจำนวนแบบสอบถามที่มีข้อความตอบสุญหาย

การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางประกอบการบรรยาย

2. การวิเคราะห์คุณภาพของสื่อดิจิทัล เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วเทียบกับเกณฑ์ของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2540) ซึ่งใช้ความกว้างของอันตรภาคชั้นและแปลความหมายระดับ โดยแบบสอบถามแต่ละตอนใช้เกณฑ์และการแปลความหมายดังนี้ ช่วงคะแนน 4.21 - 5.00, 3.41 - 4.20, 2.61 - 3.40, 1.81 - 2.60 และ 1.00 - 1.80 หมายถึง คุณภาพ ระดับดีมาก ดี ปานกลาง น้อย และปรับปรุง ตามลำดับ

3. การรับรู้ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วเทียบกับเกณฑ์ของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2540) ซึ่งใช้ความกว้างของอันตรภาคชั้นและแปลความหมายระดับ ช่วงคะแนน 4.21 - 5.00, 3.41 - 4.20, 2.61 - 3.40, 1.81 - 2.60 และ 1.00 - 1.80 หมายถึง การรับรู้ ระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

4. ความพึงพอใจ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วเทียบกับเกณฑ์ของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2540) ซึ่งใช้ความกว้างของอันตรภาคชั้นและแปลความหมายระดับ ช่วงคะแนน 4.21 - 5.00, 3.41 - 4.20, 2.61 - 3.40, 1.81 - 2.60 และ 1.00 - 1.80 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

5. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการเผยแพร่แผนมหาวิทยาลัยฯ ด้วยรูปแบบเดิมและสื่อดิจิทัล โดยใช้ค่าสถิติ paired samples t-test ทดสอบข้อมูล 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ทดสอบระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 64.17 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 42.92 มีระดับการศึกษาปริญญาโท/เอก จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 66.25 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสายสนับสนุนวิชาการ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 62.92 และมีอายุงานที่ปฏิบัติงาน มากกว่า 20 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 โดยมีการติดตามข่าวสาร/การให้บริการต่าง ๆ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) โดยผ่านช่องทางเว็บไซต์/เฟสบุ๊ก/ไลน์ มากที่สุด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 รองลงมาคือ Outlook/Email จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33, จอ LED ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล/สื่อออนไลน์ ตามสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ตามลำดับ

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้ แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าเป็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 57.08 รองลงมาคือ เห็นด้วย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 ไม่เห็นด้วย และไม่แน่ใจ มีจำนวนเท่ากันคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ .83 ตามลำดับ

คุณภาพของสื่อดิจิทัล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณภาพของสื่อดิจิทัลแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่ได้รับการพัฒนาจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพสื่อดิจิทัล แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่า โดยภาพรวม มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = .62) และเมื่อจำแนกรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเนื้อหา ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = .65) และด้านเสียงและภาษา ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = .69) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ซึ่งมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือ ด้านรูปภาพประกอบการนำเสนอ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = .69) ด้านการนำเสนอข้อมูล มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = .71) และด้านประสิทธิภาพสื่อดิจิทัล มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = .66) ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคุณภาพสื่อดิจิทัลแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (N = 240)

คุณภาพสื่อดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
ด้านเนื้อหา	4.23	.65	คุณภาพดีมาก	1
ด้านการนำเสนอข้อมูล	4.09	.71	คุณภาพดี	3
ด้านรูปภาพประกอบการนำเสนอ	4.19	.69	คุณภาพดี	2
ด้านเสียงและภาษา	4.23	.69	คุณภาพดีมาก	1
ด้านประสิทธิภาพสื่อดิจิทัล	4.04	.66	คุณภาพดี	4
ภาพรวม	4.15	.62	คุณภาพดี	-

การรับรู้ที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยด้วยสื่อดิจิทัล

จากผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยด้วยสื่อดิจิทัล โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแผนกลยุทธ์ฯ ด้วยสื่อดิจิทัล โดยภาพรวมพบว่าการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = .82) และเมื่อจำแนกรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = .84) รองลงมาคือ เป้าหมายของแผนกลยุทธ์ มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = .90) กลยุทธ์ที่ 4 มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = .90) กลยุทธ์ที่ 3 พบว่า มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = .93) กลยุทธ์ที่ 5 มีการรับรู้

อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = .91) โครงการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายตามแผนกลยุทธ์ มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = .90) กลยุทธ์ที่ 2 มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = .93) ตัวชี้วัดความสำเร็จ มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = .99) การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = .99) กลยุทธ์ที่ 1 มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = .95) การขับเคลื่อนแผนด้วยสมรรถนะหลัก มีการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = .96) ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยด้วยสื่อดิจิทัล (N = 240)

ประเด็นการรับรู้	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย	4.05	.84	รับรู้มาก	1
ตัวชี้วัดความสำเร็จ	3.62	.99	รับรู้มาก	6
เป้าหมายของแผนกลยุทธ์	3.70	.90	รับรู้มาก	2
การขับเคลื่อนแผนด้วยสมรรถนะหลัก	3.51	.96	รับรู้มาก	9
การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	3.61	.99	รับรู้มาก	7
กลยุทธ์ที่ 1 ปฏิรูประบบ	3.55	.95	รับรู้มาก	8
กลยุทธ์ที่ 2 ปรับโครงสร้างศูนย์กลางความเป็นเลิศ	3.63	.93	รับรู้มาก	5
กลยุทธ์ที่ 3 สร้างองค์กรที่ว่องไว	3.69	.93	รับรู้มาก	3
กลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความผูกพันและสมรรถนะของบุคลากร	3.70	.90	รับรู้มาก	2
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาความยั่งยืน	3.66	.91	รับรู้มาก	4
โครงการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายตามแผนกลยุทธ์	3.66	.90	รับรู้มาก	4
ภาพรวม	3.67	.82	รับรู้มาก	-

ความพึงพอใจที่มีต่อการรับฟังรับชมแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยด้วยสื่อดิจิทัล

1. จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยที่มีการเผยแพร่ด้วยรูปแบบเดิม คือ เอกสาร หรือไฟล์เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวมพบว่า มีความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{X} = 3.05$, S.D. = .77) (ตารางที่ 3)

2. จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อการรับฟังรับชมแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยด้วยสื่อดิจิทัล โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อดิจิทัลแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยหลังจากที่มีการรับชมและรับฟัง โดยภาพรวมพบว่า มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = .74) และเมื่อจำแนกรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยด้วยสื่อดิจิทัล (รูปแบบใหม่) มีความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = .74) รองลงมาคือ การนำเสนอแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยผ่านสื่อดิจิทัล มีความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = .72), การเผยแพร่สื่อดิจิทัลแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยโดยมีช่องทางการเผยแพร่หลากหลายมากยิ่งขึ้น มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = .75), การรับรู้แผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อดิจิทัล มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = .72), การรับชมรับฟังแผนกลยุทธ์

มหาวิทยาลัย” โดยผ่านสื่อดิจิทัล ได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการรับชมรับฟัง และการศึกษาเพิ่มเติมด้วยเวลาที่รวดเร็ว มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = .74), การรับรู้และเข้าใจแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย ได้มากยิ่งขึ้น ในระยะเวลาจำกัด ด้วยสื่อดิจิทัล มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = .74), การเข้าถึงแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยผ่านสื่อดิจิทัล มีความทันสมัย แปลกใหม่ น่าสนใจและมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = .76) และความรวดเร็วของเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย สามารถดำเนินการหรือนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติงานได้อย่างทันต่อเหตุการณ์ มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .75) ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย (N = 240)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. การเผยแพร่แผนกลยุทธ์ฯ ในรูปแบบเดิม	3.05	.77	พึงพอใจปานกลาง	-
การเผยแพร่ “แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย” เป็นเอกสาร หรือไฟล์เอกสารอิเล็กทรอนิกส์	3.05	.77	พึงพอใจปานกลาง	-
2. การเผยแพร่แผนกลยุทธ์ฯ ในรูปแบบใหม่ (สื่อดิจิทัล)	4.15	.74	พึงพอใจมาก	-
การเผยแพร่ “แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย” ด้วยสื่อดิจิทัล	4.25	.74	พึงพอใจมากที่สุด	1
การนำเสนอแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยผ่านสื่อดิจิทัล	4.21	.72	พึงพอใจมากที่สุด	2
การรับรู้แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยโดยผ่านสื่อดิจิทัล	4.13	.76	พึงพอใจมาก	4
การเข้าถึงแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยโดยผ่านสื่อดิจิทัลที่มีความทันสมัย แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีความเหมาะสม	4.09	.76	พึงพอใจมาก	5
การรับชมรับฟังแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อดิจิทัลได้ทุกที่ทุกเวลาต้องการรับชมรับฟังและการศึกษาเพิ่มเติมด้วยเวลาที่รวดเร็ว	4.13	.74	พึงพอใจมาก	4
การรับรู้และเข้าใจแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย ได้มากยิ่งขึ้นในระยะเวลาจำกัด ด้วยสื่อดิจิทัล	4.13	.74	พึงพอใจมาก	4
ความรวดเร็วของเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย สามารถดำเนินการ หรือนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติงานได้อย่างทันต่อเหตุการณ์	4.06	.75	พึงพอใจมาก	6
การเผยแพร่สื่อดิจิทัลแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย โดยมีช่องทางการเผยแพร่หลากหลายมากยิ่งขึ้น	4.19	.75	พึงพอใจมาก	3

การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาคือ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเผยแพร่แผนฯ ด้วยรูปแบบเดิมและสื่อดิจิทัล แตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย ด้วยรูปแบบเดิมและสื่อดิจิทัล โดยใช้ค่าสถิติ paired samples t-test ซึ่งเป็นการทดสอบข้อมูล 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน จากทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผลการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยฯ ด้วยรูปแบบเดิมและสื่อดิจิทัล พบว่า ค่าสถิติ t-test = -19.058 และค่า Sig. = .000

ซึ่งน้อยกว่า .01 ดังนั้นสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยฯ ด้วยรูปแบบเดิมและสื่อดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการเผยแพร่แผนกลยุทธ์ฯ ด้วยสื่อดิจิทัล ($\bar{X} = 4.2541$) สูงกว่า รูปแบบเดิม ($\bar{X} = 3.0500$) ซึ่งมีความต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.2041 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยฯ ด้วยรูปแบบเดิมและสื่อดิจิทัล

การเปรียบเทียบ	$\bar{X}$	t	df	Sig.	Mean Difference
การเผยแพร่แผนมหาวิทยาลัยฯ ด้วยรูปแบบเดิม	3.0500	-19.058	239	.000**	-1.2041
การเผยแพร่แผนมหาวิทยาลัยฯ ด้วยสื่อดิจิทัล	4.2541				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้ แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 57.08 และเห็นด้วย ร้อยละ 41.25 ในการพัฒนา “สื่อดิจิทัล” เพื่อสร้างการรับรู้ “แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี” ซึ่งจะเห็นได้ว่า กว่า ร้อยละ 98 เห็นด้วยกับการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการสร้างการรับรู้แผนกลยุทธ์ฯ ประกอบกับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการติดตามข่าวสาร/การให้บริการต่าง ๆ ผ่านช่องทางเว็บไซต์/เฟสบุ๊ก/ไลน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.67 ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (2553) ที่พบว่า ช่องทางที่เหมาะสมมากที่สุดในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยคือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย

ผลการศึกษาด้านคุณภาพสื่อดิจิทัลและการรับรู้แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่นักวิจัยได้ทำการพัฒนาสื่อดิจิทัลดังกล่าวขึ้นเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพสื่อดิจิทัลแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยภาพรวม มีคุณภาพระดับดี ซึ่งด้านเนื้อหาและด้านเสียงและภาษา มีคุณภาพระดับดีมาก โดยมีความสอดคล้องกับประเด็นที่ ใจทิพย์ ณ สงขลา (2561) ได้กล่าวว่า การแสดงผลได้บนคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารพกพาทำให้การเรียนรู้และสื่อสารไม่จำกัดเวลาในสถานที่ใดที่หนึ่ง แต่สามารถผนวกรวมเข้ากับการใช้ชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี และกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้และความเข้าใจที่มีต่อแผนมหาวิทยาลัยฯ จากสื่อดิจิทัลที่พัฒนานั้น พบว่า โดยภาพรวม มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยด้านวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย มีระดับการรับรู้มากที่สุดด้วย

ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยฯ จากสื่อดิจิทัลแล้ว พบว่า โดยภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ “แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยฯ” ด้วยสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ที่เผยแพร่ทางโซเชียลมีเดียเพิ่มอีกหนึ่งช่องทาง ซึ่งเป็นวิธีการที่สร้างความพึงพอใจด้วยสื่อดิจิทัล ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รตนดา อาจวิชัย และคณะ (2562) ซึ่งพบว่า

ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อใหม่แบบ Digital Content ที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารของวัยรุ่นไทยต่อสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอข่าวสารสุขภาพบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Healthy Delivery” อยู่ในระดับมาก และนอกจากนั้นยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ นามา และคณะ (2564) ที่ได้ทำการพัฒนาสื่อดิจิทัลวิดีโอร่วมกับการเรียนรู้แบบปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียนเพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์อย่างมีความสุข อยู่ในระดับดีมาก

จากการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเผยแพร่แผนมหาวิทยาลัยด้วยรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่นั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการเผยแพร่แผนมหาวิทยาลัยด้วยรูปแบบใหม่ที่ผ่านสื่อดิจิทัล สูงขึ้นกว่าการเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยด้วยรูปแบบเดิมที่เคยปฏิบัติ นั้น เห็นได้ว่าการพัฒนาสื่อดิจิทัลและนำมาใช้ในการรับรู้แผนกลยุทธ์ ซึ่งเห็นว่า เป็นการลดเวลาในการสร้างการรับรู้แผนฯ จากเดิมที่ต้องใช้ระยะเวลานานพอสมควรในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจ นั้นแสดงถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในปฏิบัติงานในการรับรู้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีความสอดคล้องกับ นันทนา ธรรมบุศย์ (2540) ที่กล่าวไว้ว่า ประสิทธิภาพหมายถึง วิธีการทำงานโดยสิ้นเปลืองเวลาและสูญเสียพลังงานในการทำงานน้อยที่สุด แต่เกิดประโยชน์ และความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้ ยังสอดคล้องงานวิจัยของ สกุศลศรี ศรีสารคาม และอภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ (2567) ที่ศึกษาการพัฒนาทักษะการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ พบว่า การวางแผนการใช้สื่อต้องการผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมจากกระบวนการสื่อสารนั้น การออกแบบกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้รับสารและใช้เครื่องมือดิจิทัลสร้างประสบการณ์การรับรู้ ส่งผลให้ผลการสื่อสารมีโอกาสบรรลุเป้าหมายและสร้างคุณค่าทางสังคมได้มากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1. คุณภาพของสื่อดิจิทัล กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพสื่อดิจิทัลแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยภาพรวม มีคุณภาพระดับดี และเมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า (1) ด้านเนื้อหา มีคุณภาพดีมาก ประกอบด้วย ประเด็นเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับการสร้างการรับรู้แผนมหาวิทยาลัย และมีเนื้อหาง่ายต่อความเข้าใจ เนื้อหามีความต่อเนื่องและความน่าสนใจ (2) ด้านเสียงและภาษามีคุณภาพดีมาก ประกอบด้วย ความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมของระดับความดังของเสียงที่ใช้ในการนำเสนอ และความสอดคล้องของเสียงกับเนื้อหา ภาษาที่ใช้มีความเข้าใจง่าย และมีความกระชับ (3) ด้านรูปภาพ ประกอบการนำเสนอ มีคุณภาพดี ประกอบด้วย มีความเหมาะสมในการลำดับการนำเสนอ ความสอดคล้องของภาพกับเนื้อหา การสื่อความหมายตามจุดมุ่งหมายของภาพประกอบ มีความคมชัด ชัดเจนและน่าสนใจ (4) ด้านการนำเสนอข้อมูล โดยภาพรวม มีคุณภาพดี ประกอบด้วย ส่วนนำ (Title) มีความน่าสนใจ ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอ การดำเนินเรื่อง และความยาวของสื่อหรือระยะเวลาการนำเสนอมีความเหมาะสม (5) ด้านประสิทธิภาพสื่อดิจิทัล โดยภาพรวม มีคุณภาพดี ประกอบด้วย ความน่าสนใจของการนำเสนอสื่อดิจิทัล สื่อดิจิทัลสามารถทำให้ท่านเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่น่าสนใจ สื่อดิจิทัลสามารถทำให้ท่านสามารถติดต่อยอดการปฏิบัติได้ และสื่อดิจิทัลสามารถสร้างแรงจูงใจต่อท่านได้ และสื่อดิจิทัลสามารถทำให้คล้อยตาม

2. การรับรู้ที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยด้วยสื่อดิจิทัล กลุ่มตัวอย่าง ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยฯ จากสื่อดิจิทัล พบว่า โดยภาพรวม มีการรับรู้ในระดับมาก เมื่อพิจารณา

ประเด็นการนำเสนอข้อมูลของสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย ทั้งหมด 11 ประเด็นหลัก ซึ่งทุกประเด็น มีการรับรู้ในระดับมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย รองลงมา ได้แก่ เป้าหมายของแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย และกลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความผูกพันและสมรรถนะของบุคลากร, กลยุทธ์ที่ 3 สร้างองค์กรที่ว่องไว, กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาความยั่งยืน และโครงการเพื่อขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมาย ตามแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัย (Flagship policies), กลยุทธ์ที่ 2 ปรับโครงสร้างศูนย์กลางความเป็นเลิศ, ตัวชี้วัด ความสำเร็จของแผน, การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์, กลยุทธ์ที่ 1 ปฏิรูประบบ และมหาวิทยาลัยขับเคลื่อน แผนด้วยสมรรถนะหลัก ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจที่มีต่อการรับฟังรับชมแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยด้วยสื่อดิจิทัล กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยฯ สื่อดิจิทัลแล้ว พบว่า โดยภาพรวม มีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีประเด็นความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมากที่สุด มี 2 ประเด็นคือ การเผยแพร่ “แผนกลยุทธ์ มหาวิทยาลัย” ด้วยสื่อดิจิทัล (รูปแบบใหม่) และการนำเสนอแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยโดยผ่านสื่อดิจิทัล ส่วนประเด็น อื่น ๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ การรับรู้แผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย โดยผ่านสื่อดิจิทัล, การรับชมรับฟังแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อดิจิทัลได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการรับชมรับฟัง และการศึกษาเพิ่มเติมด้วยเวลาที่รวดเร็ว, การรับรู้และเข้าใจแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย ได้มากยิ่งขึ้น ในระยะเวลา จำกัดด้วยสื่อดิจิทัล ซึ่ง 3 ประเด็นดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน การเข้าถึงแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยผ่านสื่อดิจิทัลที่มีความ ทันสมัย แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีความเหมาะสม และความรวดเร็วของเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยสามารถ ดำเนินการหรือนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติงานได้อย่างทันต่อเหตุการณ์ ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการเผยแพร่แผนกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยฯ ด้วยรูปแบบเดิมและสื่อดิจิทัล พบว่า ค่าสถิติ t-test = -19.058 และค่า Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ดังนั้นสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการเผยแพร่แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยฯ ด้วยรูปแบบเดิมและสื่อดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจต่อการเผยแพร่แผนกลยุทธ์ฯ ด้วยสื่อดิจิทัล สูงกว่า รูปแบบเดิม ซึ่งมีความต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.2041

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ด้านการผลิตสื่อดิจิทัล จากผลการวิจัยที่พบว่า การนำสื่อดิจิทัลหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการ ปฏิบัติงานหรือการสร้างการรับรู้ให้กับบุคลากร สามารถเพิ่มความพึงพอใจและการรับรู้ได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ควร ดำเนินการพัฒนาหรือการปรับปรุงสื่อดิจิทัลอย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย ทำให้การนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจและสร้าง ผลกระทบได้มากยิ่งขึ้น การกระจายสื่อและการประชาสัมพันธ์ (Distribution & Promotion) ควรพัฒนา/ปรับปรุง ช่องทางการประชาสัมพันธ์สื่อให้มีความหลากหลายช่องทางเพื่อสร้างการรับรู้สื่อ และความง่ายต่อการเข้าถึงสื่อในทุก ช่องทางหรือผู้เข้ารับชมรับฟัง เช่น เว็บไซต์มหาวิทยาลัย, Facebook, Line Instagram, Youtube, TikTok และ โซเชียลมีเดียอื่น ๆ เป็นต้น

2. ด้านการสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้กับบุคลากร จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกการรับรู้ผ่านช่องทางเว็บไซต์มหาวิทยาลัย มากที่สุด ดังนั้น ควรเลือกผลิตสื่อที่เป็นสื่อออนไลน์ เพื่อที่จะสามารถใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ได้แก่ Website/Facebook/Line และควรเพิ่มสื่อออนไลน์ใหม่ ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยม เช่น Instagram และ Youtube และสืบเนื่องมาจากการวิจัยพบว่า มีบุคลากรจำนวนมากเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การติดตามข่าวสาร/การให้บริการต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด ทั้งนี้ ควรมีการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ให้ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้บริการที่เป็นคนรุ่นใหม่ มีรูปแบบที่ดูทันสมัย ค้นหาข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว จากข้อเสนอแนะของบุคลากร นอกจากนั้น ควรมีการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารที่เป็นเอกสาร/วารสาร/แผ่นพับ ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัย เปลี่ยนเป็นสื่อออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น จากผลการวิจัยพบว่า มีบุคลากรสนใจเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อดังกล่าวมาน้อยที่สุด ซึ่งการได้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือข้อมูลการให้บริการมีมายาวนาน และเป็นสื่อหลัก ต่อมาสื่อประเภทดังกล่าวได้รับความนิยมนลดลง และใช้งบประมาณค่อนข้างสูงในการผลิต ปัจจุบันควรลดจำนวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ลง เนื่องจากส่วนใหญ่เริ่มนิยมการดาวน์โหลด (Download) หรือสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) โดยผ่านระบบออนไลน์ การรับข้อมูลผ่านระบบออนไลน์จะทำให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น จึงเป็นการดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานในด้านที่เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน

3. ด้านการพัฒนาทักษะบุคลากรในการพัฒนาสื่อดิจิทัล จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า สื่อดิจิทัลมีความสำคัญในการช่วยปฏิบัติงาน สามารถช่วยลดระยะเวลาในการสร้างการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลให้กับบุคลากรได้อย่างรวดเร็ว และในปัจจุบันความต้องการในสื่อดิจิทัลมีสูงมาก ซึ่งการบริหารจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจต้องให้ความสำคัญต่อสื่อดิจิทัลเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ความรู้เพื่อให้สื่อดิจิทัลสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย บุคลากรที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพด้านการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการให้ความสำคัญต่อการบริการที่ทันสมัยในสังคมปัจจุบัน โดยทักษะในการผลิตสื่อในรูปแบบดิจิทัลเป็นทักษะที่บุคลากรต้องศึกษา และเรียนรู้อย่างเร่งด่วน เพื่อให้ปรับรูปแบบการทำงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมปัจจุบันที่เป็นสังคมดิจิทัล

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่ให้การสนับสนุนการวิจัยสถาบันในครั้งนี้ ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยสถาบันจากมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 และขอขอบคุณ ดร.ฐิติเดช ลือตระกูล รองอธิการบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพองค์กร ที่ให้การสนับสนุนและผลักดันการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัยสถาบัน เพื่อการปรับปรุงคุณภาพงานประจำและพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านในการตรวจสอบแบบสอบถามวิจัยเพื่อให้มีคุณภาพ และสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อผลงานวิจัยสถาบันนี้ ขอขอบคุณบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ซึ่งได้ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ นามะ, สุทธิเทพ ศิริพิพัฒน์กุล, และ ไพฑูรย์ ศรีฟ้า. (2564). การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อเรียนรู้แบบปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียนเพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์อย่างมีความสุข. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 12(2), 17–28.
- กองการเจ้าหน้าที่. (2566). “สถิติอัตรากำลังบุคลากร,”แผนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. https://www.ubu.ac.th/web/files_up/00016f2023032821513745.pdf
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 12). ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ใจทิพย์ ณ สงขลา. (2561). การออกแบบการเรียนรู้แนวดิจิทัล. ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม ตำราและเอกสารทางวิชาการ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นันทนา ธรรมบุศย์. (2540). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. *วารสารแนว*, 31(166), 25–30.
- รัตนดา อาจวิชัย, วิมล เขตตะ, และ เกียรติศักดิ์ อ่อนตามา. (2562). ผลการใช้สื่อใหม่แบบ Digital Content ที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารของวัยรุ่นไทยต่อสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*, 6(1), 213–222.
- วัชรชัย คุรุจิต. (2555). *ทฤษฎีองค์การ Organizational Theory*. ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สกุลศรี ศรีสารคาม, และ อภิสิตี ศุภกิจเจริญ. (2567). การพัฒนาทักษะการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 9(1), 97–116.
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2553). รายงานวิจัยการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับทิศทางการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ตามนโยบายของสภามหาวิทยาลัย ปีงบประมาณ 2553. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สนุพงษ์ จิรชาลวิสุทธิ. (2558). ปัญหาและอุปสรรคการปฏิบัติงานของนายทหารประทวนค่ายภาณุรังสี จังหวัดราชบุรี (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด).
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์การ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์ Public relations media. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Cornbrash, L. J. (1970). *Essentials of psychological test* (5th ed.). Harper Collins.
- Jablin, F. M., & Sias, P. M. (2000). *Handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods*. Sage.
- Richmond, V. P., McCroskey, J. C., & Powell, L. (2013). *Organizational communication for survival*. Pearson Education.
- Vivian, J. (2013). *The media of mass communication*. Pearson Education.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row Publication.