



การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล
เพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร
Development of ECT KMUTT Fonts Set for Use in Graphic Design
Via Digital Media for the Perception of Corporate Identity

ไพฑูรย์ กานต์ธัญลักษณ์^{1*} สรัญญา เชื้อทอง² สุรพล บุญลือ³ และ โชติกาญจน์ ปัญญา⁴
^{1,2,3,4}สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ประเทศไทย
*ผู้รับผิดชอบบทความ

Paitoon Kantunyaluk^{1*}, Saranya Chuathong², Surapon Boonlue³ and Chotikarn Panya⁴
^{1,2,3,4}Department of Educational Communications and Technology, Faculty of Industrial
Education and Technology, Thailand
Corresponding author: Paitoon.kan@kmutt.ac.th

Received: February 6, 2024 / Revised: April 18, 2024 / Accepted: April 23, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสำรวจความต้องการการใช้งานชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร (2) เพื่อออกแบบและประเมินคุณภาพของชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร (3) เพื่อประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ (4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ชุดตัวอักษร ECT KMUTT ประกอบด้วยชุดตัวอักษร ECT KMUTT Smile ชุดตัวอักษร ECT KMUTT Smooth และชุดตัวอักษร ECT KMUTT Smart เพื่อใช้สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล ชุดสื่อประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร แบบประเมินคุณภาพชุดตัวอักษร แบบประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และแบบประเมินความพึงพอใจ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2 ที่ลงทะเบียนในรายวิชา ETM 203 Computer Based Graphics Design ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 1 ห้องเรียน รวม 51 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยการจับฉลาก ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ด้านการออกแบบและด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 9 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่าด้านสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก

คำสำคัญ: ชุดตัวอักษร ECT KMUTT; งานออกแบบกราฟิก; อัตลักษณ์องค์กร

($\bar{X} = 4.53, SD = 0.38$) ด้านการออกแบบ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.49, SD = 0.48$) ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73, SD = 0.57$) และผลการประเมินความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73, SD = 0.50$) สรุปได้ว่าชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นนั้นมีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ได้จริง

Abstract

This research aimed to develop ECT KMUTT fonts set for use in graphic design via digital media for the perception of corporate identity. The objectives were 1) to explore the need for the use of the ECT KMUTT font use in graphic design 2) to design and assess the quality of fonts set 3) to assess the perception of the sample group and 4) to assess the satisfaction level of the sample group toward the fonts set. The study tools consisted of ECT KMUTT fonts, which consisted of ECT KMUTT Smile fonts, ECT KMUTT Smooth fonts and ECT KMUTT Smart fonts for graphic design work on digital media. The sampling group for this study were 51 students from department of Educational Communications and Technology. Faculty of Industrial Education and Technology. King Mongkut's University of Technology Thonburi, who applied in the ETM 203 course; Computer Based Graphics Design, within the second semester of 2022. There were nine experts in attendance from the fields of media, designing, measurement, and evaluation. The data was gathered using questionnaires. The statistical methods used were mean score, standard deviation. The findings showed that the quality assessment by the experts was as follows: the media was at a very good level ($\bar{X} = 4.53, SD = 0.38$) and the designing was at a good level ($\bar{X} = 4.49, SD = 0.48$). The assessment of the perception of the sample was in at the highest level ($\bar{X} = 4.73, SD = 0.57$) and the result of the sample's satisfaction assessment was at the highest level ($\bar{X} = 4.73, SD = 0.50$). It could be concluded that the development of ECT KMUTT fonts set for use in graphic design via digital media for the perception of corporate identity was of high quality and could be used practically.

Keywords: Text Character kit ECT KMUTT; Graphic Design; corporate Identity

1. บทนำ

ปัจจุบันโลกของเรามีการพัฒนาก้าวหน้าไปอย่างมากมายทุกด้าน ทั้งในด้านการดำรงชีวิตประจำวัน และด้านอื่น ๆ ในยุคของข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน (globalization) การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เป็นไปอย่างกว้างขวาง จากแหล่งข้อมูลทุกทิศทาง ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ รวมถึงด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งในแต่ละด้านล้วนมีอิทธิพลต่อคนเราเป็นอย่างยิ่งและนับได้ว่าเป็นการช่วยเอื้ออำนวยต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และได้เข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการต่าง ๆ เอง ที่มักจะปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไป เนื่องจากสื่อโฆษณาคือเครื่องมือทางการตลาดในการนำข้อมูล ข่าวสารที่ผู้โฆษณาต้องการให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้น ๆ และเพื่อให้เกิดความต้องการในการใช้สินค้าและบริการดังกล่าว จึงก่อให้เกิดการแข่งขันกันอย่างสูงมาก เพื่อให้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ดังกล่าวเข้าถึงผู้บริโภค ทำให้มีการผลิตสื่อออกมาอย่างหลากหลายรูปแบบ เพื่อแย่งพื้นที่การตลาด อาทิเช่น ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่เราัมักจะเห็นเป็นประจำตาม



ท้องถิ่นขณะขับรถ ป้ายโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดสด ตลอดจนโฆษณาที่มักจะปรากฏให้เห็นขณะที่เรากำลังเล่นสื่อสังคมออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งโฆษณาบนโลกจักรวาลณมิติ หรือ เมตาเวิร์ส งานกราฟิกบนสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ งานเหล่านั้นจะต้องมีกระบวนการในการผลิต การออกแบบ และการตรวจสอบสื่อก่อนที่จะเผยแพร่ เพื่อให้มีความโดดเด่น สร้างความแตกต่าง มีความน่าสนใจ ประทับใจและเป็นที่ยึดจำ

ดังนั้นการออกแบบชุดตัวอักษรเพื่อเป็นที่ยึดจำ สร้างความโดดเด่น และสร้างความเป็นอัตลักษณ์ให้เป็นคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือองค์กรที่ทำให้สาธารณชนนึกถึงและจดจำ ในลักษณะของคำว่า Brand Identity ซึ่งเป็นการสร้างชุดของความคิดและคุณสมบัติเฉพาะที่องค์กรต้องการให้ผู้คนที่เชื่อมต่อกับภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี อีกทั้งหน่วยงานในองค์กรสามารถนำไปใช้งานได้อย่างอิสระ ลดความเสี่ยงต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ในการนำชุดตัวอักษรอื่น ๆ มาใช้งาน

ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ส่งเสริมในการผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อย่างมีคุณภาพ หลากหลายและให้เข้าถึงผู้บริโภคด้วยการใช้สื่อเทคโนโลยีทุกรูปแบบ อีกรูปแบบของการสร้าง อัตลักษณ์ผ่านงานออกแบบที่สำคัญ

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการออกแบบชุดตัวอักษร จึงได้ศึกษาและจัดทำงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ซึ่งจะมีส่วนชุดตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถนำไปเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมกับงานออกแบบแต่ละประเภท อีกทั้งยังเพิ่มความโดดเด่นและสวยงาม ก่อให้เกิดการพัฒนาารูปแบบของการออกแบบชุดตัวอักษรรูปแบบใหม่ ๆ และสร้างสรรค์ผลงานด้านการออกแบบ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่นำไปใช้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสำรวจความต้องการการใช้งานชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร
- 2) เพื่อออกแบบและประเมินคุณภาพของชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร
- 3) เพื่อประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร
- 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์องค์กร “อัตลักษณ์” จากหลาย ๆ แหล่งข้อมูล ความหมายคำว่า “อัตลักษณ์” คือ คุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่นและศาสนา

3.2 หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล หมายถึง การวางแผน การวิเคราะห์ ข้อมูล การแก้ปัญหา การถ่ายทอดความคิดและมโนทัศน์เพื่อออกแบบสื่อหรือวัสดุต่าง ๆ ซึ่งมีส่วนประกอบของภาพลักษณะต่าง ๆ และตัวอักษรออกมาเป็นโครงสร้างให้สามารถสื่อสารข้อมูลผ่านการจัดองค์ประกอบตามหลักการเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ต่อกลุ่มเป้าหมาย สามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

3.3 **หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างชุดแบบตัวอักษร** ตัวอักษรหรือฟอนต์ เป็นเครื่องมืออีกอย่างหนึ่งที่ช่วยสื่อความหมายสร้างความเข้าใจระหว่างมนุษย์ด้วยกัน ลักษณะของตัวอักษรที่สำคัญคือต้องอ่านง่ายเพราะตัวอักษรมีไว้อ่าน ทั้งนี้ควรคำนึงถึงระยะช่องไฟของตัวอักษร การเว้นบรรทัด ระยะห่างของตัวอักษรและรูปแบบของตัวอักษร อีกทั้งการเลือกใช้ฟอนต์ที่เหมาะสมจะสามารถดึงดูดสายตาของกลุ่มเป้าหมายได้ดีและทำให้เกิดการจดจำได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

3.4 **การรับรู้ (perception)** หมายถึง การที่มนุษย์นำข้อมูลที่ได้จากความรู้สึกสัมผัส (sensation) ซึ่งเป็นข้อมูลดิบ (raw data) จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 อันประกอบด้วย ตา หู จมูก ลิ้น และกาย สัมผัสมาจำแนก แยกแยะ คัดเลือก วิเคราะห์ ด้วยกระบวนการทำงานของสมอง แล้วแปลสิ่งที่ได้ออกเป็นหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมายเพื่อนำไปใช้ในการเรียนรู้

3.5 **หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบประเมินเครื่องมือคือ** แบบประเมินคุณภาพ ชนิดแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาจะนำไปเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ คือ แบบประเมินคุณภาพ ชนิดแบบสอบถาม โดยหาคุณภาพด้านสื่อด้านการออกแบบ การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และแบบประเมินความพึงใจของกลุ่มตัวอย่าง

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล เพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาควิชา ได้แก่ บุคลากร อาจารย์ นักศึกษาทั้งที่กำลังศึกษาอยู่และสำเร็จการศึกษาไปแล้ว ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล เพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

กลุ่มเป้าหมายดำเนินการระยะที่ 1

เพื่อสำรวจความต้องการในการใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาควิชา ได้แก่ บุคลากร อาจารย์ นักศึกษาทั้งที่กำลังศึกษาอยู่และสำเร็จการศึกษาไปแล้ว ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 139 คน

กลุ่มตัวอย่างดำเนินการระยะที่ 2

เพื่อศึกษาผลการรับรู้และศึกษาหาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2 ที่ลงทะเบียนในรายวิชา ETM. 203 Computer Based Graphics Design ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 1 ห้องเรียน รวม 51 คน ได้มาจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยการจับฉลาก

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.2.1 แบบสำรวจความต้องการในการใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT

4.2.2 ชุดตัวอักษร ECT KMUTT

4.2.3 แบบประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดตัวอักษร ECT KMUTT

4.2.4 แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดตัวอักษร ECT KMUTT

4.3 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่อง การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ดังนี้



4.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาความต้องการ

การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

(1) ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสำรวจความต้องการของการพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

(2) รวบรวมผลของแบบประเมินที่ได้จากการประเมินเสร็จสมบูรณ์แล้ว เพื่อนำไปวิเคราะห์โดยใช้สถิติ คือ ร้อยละ

4.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาคุณภาพ การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาคุณภาพ ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

(1) ออกแบบและสร้างชุดอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ให้พร้อมสำหรับการนำไปใช้ เพื่อทำการทดสอบและประเมินผล

(2) เชิญผู้เชี่ยวชาญมาเพื่อทำการประเมินหาคุณภาพของชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

(3) อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ให้กับผู้เชี่ยวชาญได้รับทราบถึงลักษณะของงานวิจัยและขั้นตอนของงานวิจัยเรื่องนี้

(4) ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินการพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

(5) เก็บรวบรวมแบบประเมินที่ได้จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของข้อมูล และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาผลการรับรู้

การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาคะแนนผลการรับรู้ ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

(1) ให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

(2) ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินการรับรู้ หลังจากที่ได้ทดลองใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

(3) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินการรับรู้นำมาหาค่าเฉลี่ยของข้อมูลและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาความพึงพอใจ

การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาความพึงพอใจ ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

(1) ให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

(2) ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินความพึงพอใจหลังจากที่ได้ทดลองใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

(3) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจนำมาหาค่าเฉลี่ยของข้อมูลและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล เพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ความต้องการ

(1) นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจากแบบศึกษาความต้องการ เพื่อวิเคราะห์หาทิศทางในการออกแบบการพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

(2) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้อยู่ในรูปแบบของร้อยละ

4.4.2 การวิเคราะห์คุณภาพของแบบประเมิน วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อและผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ จากนั้นก็หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมของแบบทดสอบ โดยนำค่าที่คำนวณได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ดังนี้

เกณฑ์การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

โดยถ้าค่า $IOC \geq 0.5$ แสดงว่าข้อความนั้น วัตถุประสงค์ข้อนั้นจริง ซึ่งหมายความว่าข้อคำถามนั้นตรงตามเนื้อหา ใช้ได้

แต่ถ้าค่า $IOC \leq 0.5$ แสดงว่าข้อคำถามนั้น ไม่ได้วัดวัตถุประสงค์ข้อนั้นจริง ซึ่งหมายความว่าข้อคำถามนั้นไม่มีความตรงตามเนื้อหา จึงควรตัดทิ้งหรืออาจปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

การวิเคราะห์คุณภาพ

วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าเฉลี่ยแบบแจกแจงความถี่และการหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งคำนวณจากแบบประเมินคุณภาพที่ได้จากการประเมิน โดยช่วงค่าเฉลี่ย คะแนนเฉลี่ยคุณภาพผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งใช้แบบประเมินที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) อ้างถึงใน คือ 5 4 3 2 และ 1 โดยเกณฑ์การยอมรับได้คือ 3.51 ขึ้นไป (ไพฑูริย์ โปธิสาร, 2547, หน้า 17-20)

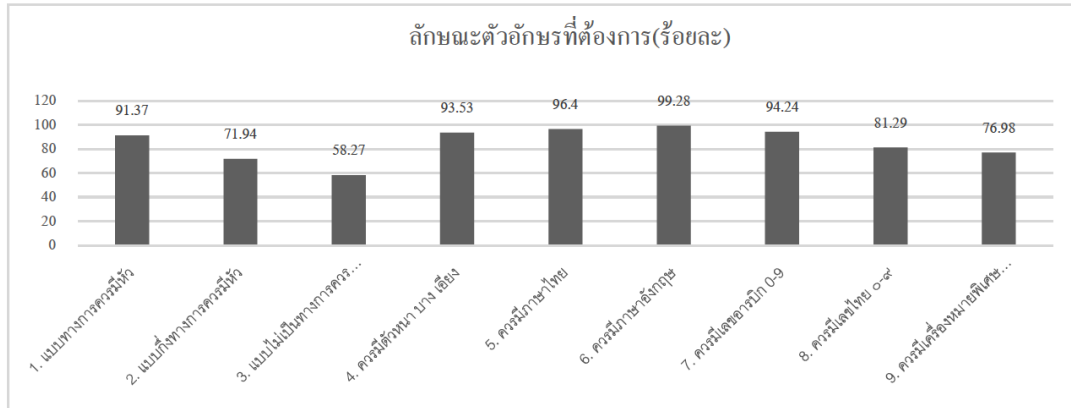
4.4.3 การวิเคราะห์คะแนนประเมินผลการรับรู้ วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การนำผลการประเมินผลการรับรู้ ที่ได้จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่างมาหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยคำนวณจากแบบประเมินผลการรับรู้ที่ได้จากแบบประเมินที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท คือ 5 4 3 2 และ 1 โดยเกณฑ์การยอมรับได้ คือ 3.51 ขึ้นไป

4.4.4 การวิเคราะห์คะแนนความพึงพอใจ

วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การนำผลการประเมินความพึงพอใจ ที่ได้จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่างมาหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยคำนวณจากแบบประเมินความพึงพอใจที่ได้จากแบบประเมินที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท คือ 5 4 3 2 และ 1 โดยเกณฑ์การยอมรับได้คือ 3.51 ขึ้นไป

5. ผลการวิจัย

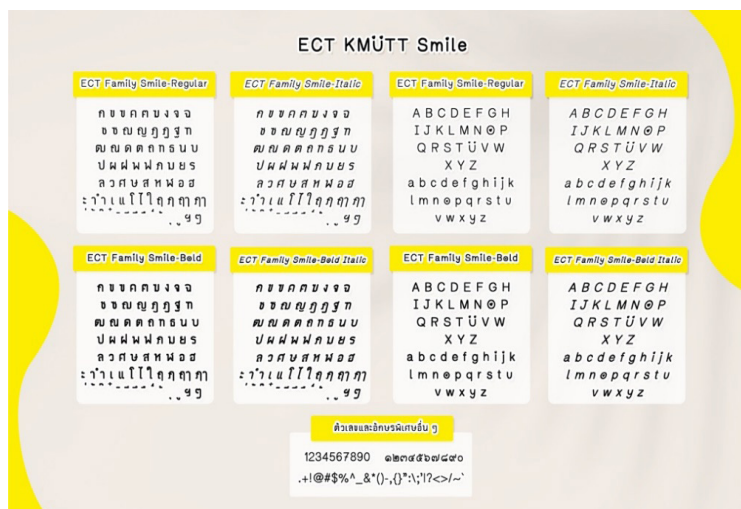
5.1 ผลจากการสำรวจความต้องการในการใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กรที่มีความต้องการชุดตัวอักษร ECT KMUTT ภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 81.65



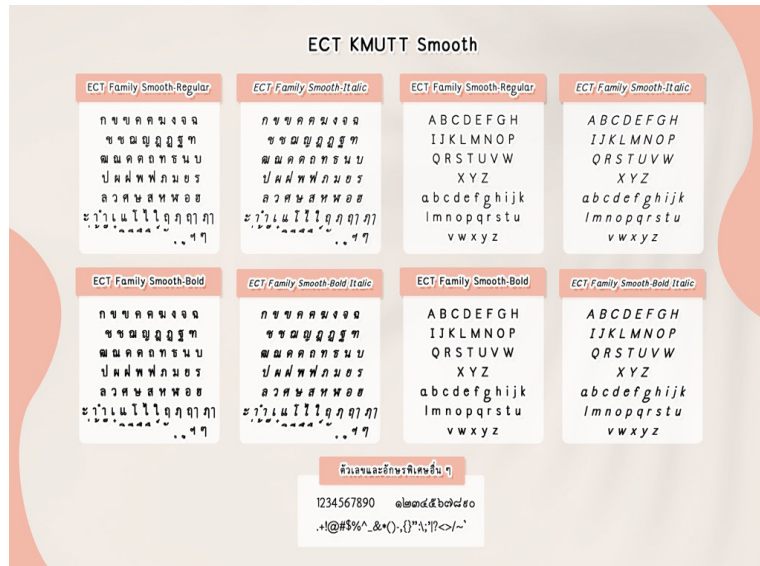
ภาพ 1 แผนภูมิ แสดงผลการสำรวจความต้องการในการใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กรที่มีความต้องการชุดตัวอักษร ECT KMUTT

5.2 ผลการพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร 1. ชุดตัวอักษรแบบที่ 1 คือ ECT KMUTT Smile เป็นตัวอักษรภาษาไทย ซึ่งจะมีพยัญชนะ 44 รูป ตั้งแต่ ก-ฮ สระ 21 รูปวรรณยุกต์ 4 รูป ตัวเลข 0-9 และเครื่องหมายพิเศษต่าง ๆ และภาษาอังกฤษ และเครื่องหมายพิเศษต่าง ๆ ซึ่งจะมี 26 ตัว ตั้งแต่ A-Z ตัวเลข 0-9 มีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ ตัวอักษรมีความชัดเจน ง่ายต่อการอ่าน ดูมีลูกเล่นน่ารัก ๆ เป็นตัวอักษรแบบไม่มีหัว โดยมีด้วยกัน 4 ลักษณะ คือ ตัวอักษรแบบปกติ ตัวอักษรแบบเอียง ตัวอักษรแบบบางหนาและตัวอักษรแบบหนาเอียง

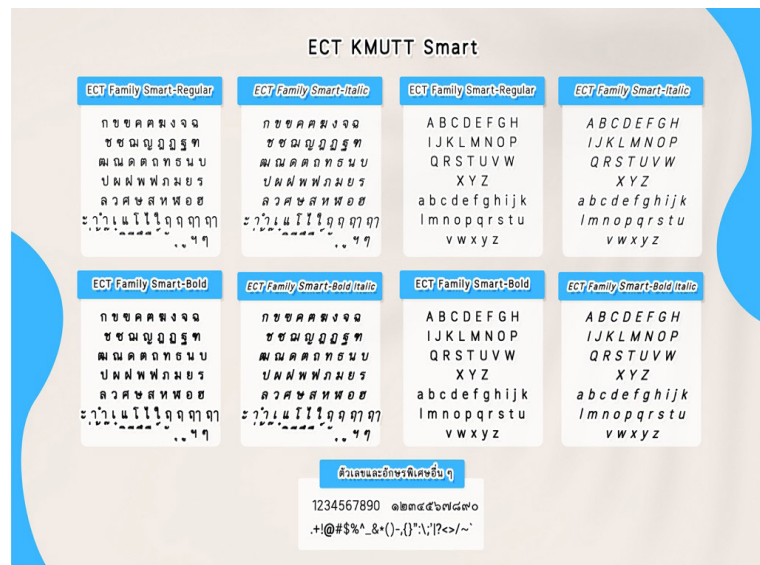
1.ชุดตัวอักษรแบบ ECT KMUTT Smile 2. ชุดตัวอักษรแบบ ECT KMUTT Smooth และ 3. ชุดตัวอักษรแบบ ECT KMUTT Smart



ภาพ 2 แสดงตัวอย่างชุดตัวอักษรแบบ ECT KMUTT Smile



ภาพ 3 แสดงตัวอย่างชุดตัวอักษรแบบ ECT KMUTT Smooth



ภาพ 4 แสดงตัวอย่างชุดตัวอักษรแบบ ECT KMUTT Smart

5.3 ผลการประเมินคุณภาพชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ผลการประเมินคุณภาพชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กรด้านสื่อ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและด้านการออกแบบ ดังนี้



ตาราง 1

แสดงผลการประเมินคุณภาพชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล เพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
ตอนที่ 1 วิดีโอรูปแบบโมชันกราฟิก			
1.1 วิดีโอสามารถสื่อความหมายได้ตามวัตถุประสงค์	5.00	0.00	ดีมาก
1.2 สื่อมีข้อมูลครบถ้วน มีความสวยงามและน่าสนใจ	4.00	0.00	ดี
1.3 การเลือกใช้สีมีความเหมาะสม	4.33	0.58	ดี
1.4 เสียงบรรยาย มีความสัมพันธ์กับภาพและเนื้อหา	4.33	0.58	ดี
1.5 การจัดวางองค์ประกอบของภาพและเนื้อหามีความเหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.53	0.52	ดีมาก
ตอนที่ 2 โปสเตอร์			
2.1 สื่อที่ออกแบบมีความสวยงามและสื่อถึงความหมายของงาน	4.67	0.58	ดีมาก
2.2 การจัดวางองค์ประกอบของภาพและเนื้อหามีความเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
2.3 การเลือกใช้สีมีความเหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
2.4 ภาพกราฟิกมีความสวยงาม เหมาะสม	4.33	0.58	ดี
2.5 สื่อเป็นตัวช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น	4.33	0.58	ดี
เฉลี่ย	4.60	0.51	ดีมาก
ตอนที่ 3 แบนเนอร์			
3.1 ออกแบบสื่อได้สอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ	4.67	0.58	ดีมาก
3.2 สื่อที่ออกแบบมีภาพเป็นส่วนประกอบตกแต่งที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลและเหมาะสมกับโอกาสและหน้าที่ที่ใช้ในการสื่อสารได้	4.00	0.00	ดี
3.3 การจัดวางองค์ประกอบของภาพและเนื้อหามีความเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
3.4 สื่อที่ออกแบบใช้คำสั้น ๆ กระชับและเข้าใจง่าย	4.33	0.58	ดี
3.5 สื่อที่ออกแบบมีความชัดเจน สวยงามและอ่านง่าย	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.47	0.52	ดี
ผลการประเมิน	4.53	0.50	ดีมาก

5.4 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร เพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร โดยกลุ่มตัวอย่างปรากฏภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 ($\bar{X} = 4.73, SD = 0.57$) เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินการรับรู้ในระดับการรับรู้มากที่สุด

ตาราง 2

แสดงผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร เพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	\bar{X}	SD	ระดับการรับรู้
1. ท่านทราบถึงการมีอยู่ของชุดตัวอักษร ECT KMUTT	4.59	0.80	มากที่สุด
2. ท่านทราบถึงที่มาของชุดตัวอักษร ECT KMUTT	4.63	0.75	มากที่สุด
3. ท่านสามารถเข้าถึงลิงค์ดาวน์โหลดชุดตัวอักษรได้สะดวก	4.84	0.37	มากที่สุด
4. ท่านสามารถดาวน์โหลดชุดตัวอักษร ECT KMUTT ในระบบปฏิบัติการของท่าน	4.75	0.48	มากที่สุด
5. ท่านทราบว่าชุดตัวอักษร ECT KMUTT สามารถใช้งานได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	4.80	0.40	มากที่สุด
6. ท่านทราบว่าชุดตัวอักษร ECT KMUTT Smile มีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ	4.78	0.58	มากที่สุด
7. ท่านทราบว่าชุดตัวอักษร ECT KMUTT Smooth มีลักษณะที่ค่อนข้างเรียบง่ายให้ความรู้สึกนุ่มนวลและทันสมัย	4.75	0.48	มากที่สุด
8. ท่านทราบว่าชุดตัวอักษร ECT KMUTT Smart มีลักษณะที่ค่อนข้างทางการ	4.76	0.47	มากที่สุด
9. ท่านทราบว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ชุดตัวอักษร ECT KMUTT	4.67	0.59	มากที่สุด
10. ท่านทราบว่าชุดตัวอักษร ECT KMUTT อนุญาตให้ใช้ฟรี ทั้งในการศึกษา ใช้งานแบบส่วนตัวและใช้งานเชิงพาณิชย์	4.69	0.58	มากที่สุด
ผลการประเมิน	4.73	0.57	มากที่สุด

5.5 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร โดยกลุ่มตัวอย่างปรากฏภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 ($\bar{X} = 4.73, SD = 0.50$) เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด



ตาราง 3

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ตอนที่ 1 ด้านความสวยงาม			
1.1 รูปแบบชุดตัวอักษรมีความสวยงามกลมกลืนกันทั้งชุดตัวอักษร	4.76	0.47	มากที่สุด
1.2 รูปแบบชุดตัวอักษรมีความดึงดูดสายตา	4.71	0.58	มากที่สุด
1.3 ตัวอักษรที่มีรูปลักษณะที่แปลกใหม่	4.57	0.83	มากที่สุด
1.4 ตัวอักษรที่มีความเหมาะสมเรื่องน้ำหนักและเส้น	4.65	0.66	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.67	0.65	มากที่สุด
ตอนที่ 2 ด้านการใช้งาน			
2.1 รูปแบบตัวอักษรช่วยตอบโจทย์ต่อการใช้งานด้านงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล	4.67	0.62	มากที่สุด
2.2 สามารถนำไปใช้กับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลได้ง่าย	4.73	0.60	มากที่สุด
2.3 สามารถนำไปใช้งานกับด้านอื่น ๆ ที่มีเนื้อหาไม่เกี่ยวข้องกับการออกแบบงานกราฟิกบนสื่อดิจิทัล	4.78	0.54	มากที่สุด
2.4 ตัวอักษรสามารถอ่านได้ง่ายและรวดเร็ว	4.82	0.43	มากที่สุด
2.5 เพิ่มทางเลือกใหม่ในการใช้ให้กับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล	4.76	0.47	มากที่สุด
2.6 สามารถดาวน์โหลดนำไปใช้งานได้ง่าย	4.86	0.35	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.77	0.51	มากที่สุด
ตอนที่ 3 ด้านรูปแบบ			
3.1 การสื่อถึงอัตลักษณ์องค์กร	4.67	0.65	มากที่สุด
3.2 มีระยะช่องไฟของตัวอักษรที่เหมาะสม	4.73	0.49	มากที่สุด
3.3 มีระยะบรรทัดของตัวอักษรที่เหมาะสม	4.76	0.43	มากที่สุด
3.4 สัดส่วนของตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.75	0.48	มากที่สุด
3.5 มีความถูกต้องตามอักขระภาษาไทย ภาษาอังกฤษและหลักพิมพ์สากล	4.73	0.49	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.73	0.51	มากที่สุด
ผลการประเมิน	4.73	0.50	มากที่สุด

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร โดยผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลในประเด็นสำคัญต่าง ๆ ดังนี้

6.1 การสำรวจความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ผลจากผู้ตอบแบบสำรวจจำนวน 139 คน ที่มีต่อชุดตัวอักษร สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัล เรื่อง การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร พบว่า มีความต้องการใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT ทั้งตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 81.65 ผู้ที่ต้องการใช้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.6 และประกอบอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 32.37 รองลงมาเป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.74 ประกอบอาชีพและสถานะเป็นศิษย์เก่า คิดเป็นร้อยละ 58.3 ดังนั้นความต้องการในการใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT ส่วนใหญ่เป็นศิษย์เก่าและติดตั้งบนระบบปฏิบัติการวินโดวส์ (Windows)

6.2 คุณภาพชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์

1. ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์ โดยผ่านการประเมินคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.53, SD = 0.38$) อันเนื่องมาจากการออกแบบและพัฒนาสื่อที่กระทำอย่างเป็นระบบ โดยนำขั้นตอนการออกแบบ 5 ขั้นตอน ของ ADDIE Model คือ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การนำไปใช้ และการประเมินผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุริวิภา ศรีวินาน, 2563, หน้า 120-138) ศึกษาเรื่อง *การออกแบบและสร้างชุดตัวอักษรภาษาไทย ชุด Yellow เพื่อใช้สำหรับงานออกแบบโฆษณาในเชิงพาณิชย์ของบริษัท Yell Advertising* ผลวิจัยพบว่า ผลการประเมินด้านสื่อที่ออกแบบพัฒนาตัวพิมพ์ทุกชุดมีรูปแบบคุณลักษณะอยู่ในเกณฑ์ระดับดี มีความเหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์ และรูปแบบสามารถสื่อสารได้

2. ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์ โดยผ่านการประเมินคุณภาพด้านการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าคุณภาพสื่อด้านการออกแบบอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.49, SD = 0.48$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ทินวงษ์ รักอิสสระกุล, 2554, หน้า 88-98) ศึกษาเรื่อง “การออกแบบชุดตัวอักษรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” พบว่า ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบชุดตัวอักษรภาพรวม ผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพรูปแบบชุดตัวอักษรภาพรวมมีความคิดเห็นว่าคุณภาพชุดรูปแบบตัวอักษรมีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ($\bar{X} = 4.44, SD = 0.58$), รูปแบบสามารถสื่อสารแนวทางอัตลักษณ์ ($\bar{X} = 4.60, SD = 0.55$) รูปแบบกลมกลืน เป็นเอกภาพทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และขนาดสัดส่วนสัมพันธ์กับการมองและการย่อขยายอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.40, SD = 0.55$) รูปแบบชัดเจน และจดจำง่าย อยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.74$) ขนาดสัดส่วนสัมพันธ์กับการมองและการย่อขยาย ($\bar{X} = 4.40, SD = 0.55$), และภาพรวมเหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.80, SD = 0.45$) ดังนั้น คุณภาพด้านการออกแบบตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกมีความเหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์และรูปแบบสามารถสื่อสารแนวทางอัตลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

6.3 ผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73, SD = 0.55$) เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทางในการมองเห็น โดยมีการใช้ รูปแบบตัวอักษรที่เหมาะสมกับงาน ขนาดของตัวอักษรที่เน้นคำ และการใช้สีสันทันทีทำให้เกิดความรับรู้และจดจำได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับนักทฤษฎี หอมวิจิตรกุล (2560, หน้า 70-80) พบว่า การรับรู้เป็นหนึ่งในปัจจัยในการแสดงพฤติกรรมหรือการกระทำของผู้บริโภคเมื่อมีการรับรู้จะเกิดกระบวนการคัดเลือกการจัดระเบียบและแปลความหมายของสิ่งเร้าให้กลายเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีความสอดคล้องหรือ เป็นกระบวนการมองโลกรอบตัวของแต่ละบุคคลที่อาจมีการรับรู้ที่ต่างกันแม้จะอยู่ในสถานการณ์ที่มีสิ่งเร้าเดียวกันก็ตามเนื่องจากมีความต้องการค่านิยมหรือประสบการณ์เดิมที่มีความแตกต่างกัน



6.4 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้ชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, $SD = 0.54$) เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการศึกษาสำรวจความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 139 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่จบการศึกษาไปแล้วซึ่งประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกราฟิกจึงสนใจและต้องการรูปแบบตัวอักษรที่แปลกใหม่ มีเอกลักษณ์ สามารถนำตัวอักษรไปใช้ทำงานกราฟิกและเหมาะสมในการนำไปใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับ ฦพงศ หอมแยม (2560, หน้า 124) พบว่า ผลประเมินความพึงพอใจจากจำนวน 100 คนใน 6 ประเด็น ตัวอักษรรูปแบบที่ 1 ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด 3 ประเด็น คือ 1) อักษรมีรูปแบบไปในทิศทางเดียวกับตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย 2) ตัวอักษรมีลักษณะเฉพาะ เป็นเอกลักษณ์ และ 3) ตัวอักษรดูกลมกลืนเป็นชุดเดียวกัน และอักษรรูปแบบที่ 2 ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดเพียง 1 ประเด็น 4) ตัวอักษรดูกลมกลืนเป็นชุดเดียวกัน 5) ขนาดและความหนาของตัวอักษร และ 6) ตัวอักษรดูมีความทันสมัย ดูแก่ ของตัวอักษรทั้ง 2 รูปแบบ ได้รับความพึงพอใจใกล้เคียงกัน

7. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำงานวิจัยไปใช้

1. การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์สามารถนำไปใช้ในงานออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งแบบส่วนตัวและเชิงพาณิชย์ อีกทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่น ๆ ได้

2. การพัฒนาชุดตัวอักษร ECT KMUTT สำหรับงานออกแบบกราฟิกบนสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ของอัตลักษณ์สามารถให้ผู้ใช้งานอื่น ๆ ที่ไม่ได้เรียนอยู่ในภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี นำไปใช้กับขั้นตอนการทำงานได้

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิธีแก้ฟอนต์วรรณยุกต์ลอย เพื่อให้ตัวอักษรมีความสวยงามมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาผลใช้ตัวอักษร ECT KMUTT กับการผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ

8. เอกสารอ้างอิง

- ฦพงศ หอมแยม. (2560). การสร้างสรรค์ชุดตัวอักษร สะท้อนอัตลักษณ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล*, 17(29), 124-139.
- ณัทกิจพัฒน์ หอมวิจิตรกุล และคณะ. (2560). ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์จากการรับรู้ค่าและความคุ้นเคยที่ส่งผ่านความเชื่อมั่นและยึดติดกับผลิตภัณฑ์เดิม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 11(26), 70-80.
- ทินวงษ์ รักอิสสระกุล. (2554). การออกแบบชุดตัวอักษรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร*, 6(2), 88-98.
- ไพฑูริย์ โพธิสาร. (2547). มาตรฐานวัดลิเคิร์ท. *วารสารสารานุกรมศึกษาศาสตร์*, 18(31), 17-20.
- สุริวิภา ศรีวันนา. (2563). การออกแบบและสร้างชุดตัวอักษรภาษาไทย ชุด Yellow เพื่อใช้ สำหรับงานออกแบบโฆษณาในเชิงพาณิชย์ของบริษัท Yell Advertising. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 18(1), 120-138.