

**5ED-O05: การพัฒนาแชทบอทเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลรับสมัคร
นักศึกษาใหม่ ระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**
**The Development of Chatbot to Recruit Undergraduate Students to
Study at Pibulsongkram Rajabhat University**

สหรัฐ ทองยัง^{1*} ปิยมนัส วรวิทย์รัตนกุล¹ และ อนู เจริญวงศ์ระยับ¹
Saharat Tongyung^{1*}, Piyamanas Voravitrattanakul¹ and Anu Jarernvonggrayab¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างและหาคุณภาพแชทบอทเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลรับสมัครนักศึกษาใหม่ระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม 2) เพื่อศึกษาการรับรู้แชทบอทของกลุ่มตัวอย่าง 3) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้แชทบอทโดยจำแนกตามขนาดโรงเรียน 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้แชทบอทโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ประจำปีการศึกษา 2563 จำนวนนักเรียน 378 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพ แบบประเมินการรับรู้แชทบอท และแบบประเมินความพึงพอใจการใช้แชทบอท

ผลการวิจัยพบว่า แชทบอท มี 6 เมนูในการใช้งาน ได้แก่ เมนูแนะนำมหาวิทยาลัย เมนูหลักสูตรที่เปิดสอน เมนูสมัครเรียน เมนูตรวจสอบข้อมูล เมนูกองบริการการศึกษา และเมนูติดต่อสอบถาม ซึ่งผลการประเมินมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = .32) ส่วนการรับรู้แชทบอท ผลการประเมินการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = .92) เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้แชทบอทจำแนกตามขนาดโรงเรียน พบว่าการรับรู้แชทบอทไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลการประเมินความพึงพอใจการใช้แชทบอท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = .77)

คำสำคัญ: แชทบอท สื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้

Abstract

The purposes of this research were to develop Chatbot to recruit undergraduate students to study at Pibulsongkram Rajabhat University, The students' perception of Chatbot, to compare the students' perception in terms of school size, and examine their satisfaction of using the Chatbot. The participants of this research were 378 Grade 12 students in Pibulsongkram Rajabhat University's service area in the academic year 2020, selected by stratified random. The research tools were quality assessment form, Chatbot perception assessment form and Chatbot satisfaction evaluation form. The results showed that Chatbot consisted of 6 menus: the university guide, courses offered, registration, data review, Education Service Division Menu, and contact. Also, the evaluation results revealed that the Chatbot was at the highest quality ($\bar{X}=4.73$, S.D.=.32). The Chatbot perception, the results indicated that it was at a high level ($\bar{X}=3.88$, S.D.=.92). In addition, the comparison of the perception showed that there was no significant difference on the participants' Chatbot perception at the .05 level, and their satisfaction was at a high level ($\bar{X}=4.01$, S.D.=.77).

Keywords: Chatbot, Media, Perception

¹ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

¹ Faculty of Education, Pibulsongkram Rajabhat University

^{*} Corresponding author. E-mail: saharat.t@psru.ac.th