



ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัย

นายวิภูษิต เพียรการค้า

คุชฎินิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปรัชญาคุชฎินิพนธ์

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปีการศึกษา 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัย



ดุขฉุฉนัฟนัฟนัฟเป็นส่วนหนึ่ของการศึษาหลักศูตร
ปรัศญาดุขฉุฉบัณทิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



ใบรับรองคุณวุฒิบัตร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัย

โดย นายวิภูษิต เพียรการคำ

ได้รับอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย / หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์ จันทร์วิพัฒน์)

คณะกรรมการสอบคุณวุฒิบัตร

ประธานกรรมการ

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.พรรณี ลีกิจวัฒน์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ)

กรรมการ

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.พัลลภ พิริยะสุรวงศ์)

กรรมการ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.พินันทา ฉัตรวัฒนา)

กรรมการ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์)

ชื่อ : นายวิภูษิต เพียรการค้า
ชื่อคุณาญินพนธ์ : ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์ม
อัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย
สาขาวิชา : เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
อาจารย์ที่ปรึกษาคุณาญินพนธ์หลัก : ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข
อาจารย์ที่ปรึกษาคุณาญินพนธ์ร่วม : ศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ
ปีการศึกษา : 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย 2) เพื่อการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย 3) เพื่อสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ 4) เพื่อวิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย 5) เพื่อวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มี 5 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ 1) องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล 2) องค์ประกอบของปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ 3) องค์ประกอบของตัวละครดิจิทัล 4) องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ และ 5) องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีของมหาวิทยาลัย ผลการประเมินองค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (mean = 4.88, S.D. = 0.29) 2) กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แบ่งการทำงานออกเป็น 4 ส่วนหลักดังนี้ 1) ข้อมูลการนำเข้า 2) กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย 3) ผลที่ได้คือคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย 4) การป้อนกลับข้อมูล ผลการประเมินคุณภาพการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (mean = 4.62, S.D. = 0.50) 3) การศึกษาได้สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ทั้งหมดจำนวน 2 คน สร้างภาพของผู้ทรงอิทธิพลโดยใช้ application Adobe firefly โดยวิธีการ generate text to image

สร้างข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัยโดยใช้ application อาทิเช่น CHAT gpt, Gemini เป็นต้น นำข้อมูลสำหรับการสื่อสารมาสร้างคลิปเสียงโดยใช้ application BOTNOI โดยวิธีการ generate text to speech นำไฟล์ภาพสกุล jpg file และไฟล์เสียงสกุล mp4 มาสร้างการเคลื่อนไหวโดยใช้ application D-ID 4) ผลการวิเคราะห์การใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย พบว่ามีผู้เข้าร่วมการศึกษาทั้งหมดจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 87 คน (ร้อยละ 58) มีอายุในช่วง 15-25 ปี จำนวน 106 คน (ร้อยละ 70.67) เป็นนักศึกษา จำนวน 99 คน (ร้อยละ 66) บุคลากรมหาวิทยาลัย จำนวน 23 คน (ร้อยละ 15.33) และบุคคลทั่วไป จำนวน 28 คน (ร้อยละ 18.67) ส่วนใหญ่ประเมินคุณภาพของผู้ทรงอิทธิพล แพลตฟอร์มอัจฉริยะ และการทำหน้าที่ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยมีคุณภาพมาก 5) ผลวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ พบว่าด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ด้านการสื่อสารของมหาวิทยาลัย และด้านการเข้าถึงข้อมูล มีคะแนนเฉลี่ยสูงมากกว่าเมื่อเทียบกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการสื่อสารภายนอกมหาวิทยาลัย (ชุมชน องค์กรภายนอก)

(มีจำนวนทั้งสิ้น 229 หน้า)

คำสำคัญ : ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ แพลตฟอร์มอัจฉริยะ ทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัย

อาจารย์ที่ปรึกษาคุณูปการหลัก



Name : Mr. Vipusit Piankarnka
Dissertation Title : Generative Artificial intelligence digital influencers through an intelligent platform to be a university goodwill ambassador
Major Field : Information and Communication Technology
King Mongkut's University of Technology North Bangkok
Dissertation Advisor : Professor Prachyanun Nilsook, Ph.D.
Co-Advisor : Professor Panita Wanpiroon, Ph.D.
Academic Year : 2024

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to synthesize a component of digital influencers with artificial intelligence created through a smart platform to become a university ambassador, 2) to design the process of using artificial intelligence technology to create digital influencers through a smart platform to become a university ambassador, 3) to create a digital influencer with artificial intelligence to become a university ambassador through a smart platform, 4) to analyze the results of using digital influencers with artificial intelligence created through a smart platform to become a university ambassador, and 5) to analyze the results of comparing the use of digital influencers with artificial intelligence created through a smart platform to become a university ambassador with the use of normal university organizational communication methods. The results showed that: 1) Elements of Digital Influencers Artificial Intelligence Created to Become University Goodwill Ambassadors There are 5 main elements: 1) Digital Influencer Element, 2)

Artificial Intelligence Element, 3) Digital Character Element, 4) Intelligent Platform Element, and 5) University Goodwill Ambassador Element. The results of the evaluation of artificial intelligence elements were the most appropriate (mean = 4.88, S.D. = 0.29). 2) Elements of Digital Influencers Artificial Intelligence Created to Become University Goodwill Ambassadors There are 5 main elements: 1) Digital Influencer Element, 2) Artificial Intelligence Element, 3) Digital Character Element, 4) Intelligent Platform Element, and 5) University Goodwill Ambassador Element. The results of the evaluation of artificial intelligence elements were the most appropriate (mean = 4.88, S.D. = 0.29).

3) The study has created digital influencers with artificial intelligence to become university ambassadors through a smart platform. A total of 2 people create images of influencers using the Adobe Firefly application by generating text to image and create information used to publicize university information using applications such as ChatGPT, Gemini, etc. Use the information for communication to create audio clips using the BOTNOI application by generating text to speech by using the jpg file and mp4 audio file to create movement using the D-ID application. 4) The study has created digital influencers with artificial intelligence to become university ambassadors through a smart platform. A total of 2 people create images of influencers using the Adobe Firefly application by generating text to image and create information used to publicize university information using applications such as ChatGPT, Gemini, etc. Use the information for communication to create audio clips using the BOTNOI application by generating text to speech by using the jpg file and mp4 audio file to create movement using the D-ID application. 5) Analysis of the results of the comparison of the use of digital influencers with artificial intelligence created through intelligent platforms to become university ambassadors and the use of normal university organizational communication methods. It was found that in terms of public relations of university information. The university's communication and access to information have a high average score. Compared to using the usual method of communication of university organizations, it is statistically significant, except for communication outside the university (community, external organizations, etc.).

(Total 229 Pages)

Keywords: Digital influencers, Generative artificial intelligence, Intelligent platform, University goodwill ambassador

Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้เนื่องด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ ศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนวคิด ข้อชี้แนะ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่งานวิจัย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตา และขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ด้วยความเคารพอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำที่มีคุณค่าต่อการปรับปรุงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบคุณศาสตราจารย์ ดร. พัลลภ พิริยะสุวรรณค์ ที่สละเวลาให้คำแนะนำข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ด้วยความปรารถนาดีเสมอมา ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญตั้งรายนามในภาคผนวก ก ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการประเมินเครื่องมืองานวิจัย ให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ซึ่งทำให้งานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ให้การสนับสนุนอุปกรณ์ และอำนวยความสะดวกให้กับข้าพเจ้าในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ทำนนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ ญาติ พี่ น้อง เพื่อน ๆ และผู้ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ และคอยส่งกำลังใจ ความห่วงใย จนเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในครั้งนี้

วิภูษิต เพียรการค้า

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง (ถ้ามี).....	ญ
สารบัญรูปภาพ (ถ้ามี).....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล	8
2.2 ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์.....	15
2.3 แพลตฟอร์มอัจฉริยะ.....	20
2.4 ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	24
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	35
3.1 ระยะเวลาที่ 1 การวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย.....	35
3.2 ระยะเวลาที่ 2 การออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรง อิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	39
3.3 ระยะเวลาที่ 3 การสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์	44
3.4 ระยะเวลาที่ 4 วิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูต สันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์.....	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	57
4.1 ผลการสังเคราะห์แบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	57
4.2 ผลการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	73
4.3 ผลการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ	76
4.4 ผลการวิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	91
4.5 ผลวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ	95
บทที่ 5 ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ	99
5.1 บทนำ.....	99
5.2 องค์ประกอบการออกแบบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	102
5.3 กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	103
5.4 การสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย.....	106
5.5 การนำผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปใช้.....	107
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	99
6.1 สรุปผลการวิจัย.....	99
6.2 อภิปรายผล.....	115
6.3 ข้อเสนอแนะ.....	118
บรรณานุกรม	119
ภาคผนวก ก.....	125
ภาคผนวก ข.....	151

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ค.....	192
ภาคผนวก ง.....	210
ภาคผนวก จ.....	212
ประวัติผู้เขียน.....	213



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4-1 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)	58
ตารางที่ 4-2 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative AI)	59
ตารางที่ 4-3 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบดิจิทัลคาแรคเตอร์ (Digital characters).....	59
ตารางที่ 4-4 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms).....	60
ตารางที่ 4-5 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	61
ตารางที่ 4-6 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital influencer).....	62
ตารางที่ 4-7 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ ผ่าน แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	63
ตารางที่ 4-8 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล โดยผู้เชี่ยวชาญ.....	66
ตารางที่ 4-9 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์.....	68
ตารางที่ 4-10 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบดิจิทัลคาแรคเตอร์ โดยผู้เชี่ยวชาญ.....	69
ตารางที่ 4-11 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยผู้เชี่ยวชาญ.....	70
ตารางที่ 4-12 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	71
ตารางที่ 4-13 ผลการประเมินคุณภาพการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยผู้เชี่ยวชาญ.....	75
ตารางที่ 4-14 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (n=30).....	78
ตารางที่ 4-15 ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญา ประดิษฐ์สร้างสรรค์ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของนักศึกษาและบุคคล ทั่วไป (n=30).....	79
ตารางที่ 4-16 ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญา ประดิษฐ์สร้างสรรค์ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของอาจารย์ (n=7).....	82
ตารางที่ 4-17 ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของผู้เชี่ยวชาญด้าน ปัญญาประดิษฐ์ (n=5).....	84
ตารางที่ 4-18 ผลการสำรวจความพึงพอใจผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์เพื่อเป็น ทูต สันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ที่ผู้วิจัย สร้างขึ้น จำนวน 5 ตัวเลือก (n=30)	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4-19 ผลการสำรวจแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมการศึกษา (n=150).....	92
ตารางที่ 4-20 แสดงผลประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	94
ตารางที่ 4-21 ผลประเมินความเหมาะสมการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยเทียบกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ.....	96



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1-1	กรอบแนวคิดการวิจัย ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ ผ่านแพลตฟอร์ม อัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	6
ภาพที่ 2-1	ประเภทของผู้ทรงอิทธิพล	10
ภาพที่ 2-2	กระบวนการสร้างผู้ทรงอิทธิพล	14
ภาพที่ 2-3	ประเภทของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์.....	16
ภาพที่ 2-4	กระบวนการสร้างปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์.....	19
ภาพที่ 2-5	องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ	22
ภาพที่ 2-6	องค์ประกอบทูตสันถวไมตรี.....	28
ภาพที่ 2-7	กระบวนการสร้างทูตสันถวไมตรี.....	29
ภาพที่ 3-1	แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพล	36
ภาพที่ 3-2	แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบสัมภาษณ์เชิงลึกของแบบจำลองเชิงโครงสร้าง.....	38
ภาพที่ 3-3	แสดงขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	41
ภาพที่ 3-4	แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบสัมภาษณ์เชิงลึกของการออกแบบกระบวนการ	43
ภาพที่ 3-5	แสดงขั้นตอนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล ผ่าน แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย.....	48
ภาพที่ 3-6	แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้.....	51
ภาพที่ 3-7	แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล.....	55
ภาพที่ 4-1	แบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่าน แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูต สันถวไมตรีมหาวิทยาลัย.....	65
ภาพที่ 4-2	ผลการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่าน แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย.....	74
ภาพที่ 4-3	อลิสา (Alisa).....	87
ภาพที่ 4-4	แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)	89
ภาพที่ 4-5	แสดงภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อ เป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย.....	89

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 4-6	แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)	90
ภาพที่ 4-7	แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)	90
ภาพที่ 4-8	แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)	91
ภาพที่ 4-9	แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)	91
ภาพที่ 5-1	องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ.....	103
ภาพที่ 5-2	กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	104
ภาพที่ 5-3	แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)	107

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) มีจุดเริ่มต้นจากการวิจัยเกี่ยวกับความสามารถในการทำงานทางปัญญาของเครื่องจักรและคอมพิวเตอร์ ซึ่งเริ่มต้นในศตวรรษที่ 20 ความรู้และแนวคิดเหล่านี้ถูกพัฒนาต่อมาเป็นโปรแกรมและระบบคอมพิวเตอร์ที่สามารถเลียนแบบความสามารถในการคิดของมนุษย์ การวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ได้รับการสนับสนุนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการนำการเรียนรู้ของเครื่องจักรและการประมวลผลข้อมูลมาใช้มากขึ้น ซึ่งช่วยพัฒนาความสามารถของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ไปอย่างก้าวกระโดด การสร้างโมเดลและอัลกอริทึมที่มีประสิทธิภาพทำให้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ก้าวหน้าไปหลายด้าน เช่น การรู้จำภาพ (Visual-Intelligence) การปรับตัวตามสถานการณ์ และการแก้ปัญหาทางปัญญาประดิษฐ์ ที่สำคัญที่สุดคือการพัฒนาเทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่องจักร (Machine Learning) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ในปัจจุบัน (Gurung, 2023) การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสนทนาแบบอัตโนมัติช่วยลดภาระงานของมนุษย์ในการตอบคำถามและให้บริการลูกค้า ทำให้งานที่ซ้ำซากและงานที่ต้องการความเร็วสามารถดำเนินได้โดยรวดเร็วขึ้น และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างมนุษย์และเทคโนโลยีในมุมมองทางธุรกิจและบริการ (Ayers et al., 2023)

ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative Artificial Intelligence) เป็นปัญญาประดิษฐ์ที่มุ่งเน้นการสร้างเนื้อหาใหม่เช่น ภาพ ข้อความ เพลงหรือวิดีโอ โดยใช้รูปแบบและอัลกอริทึมที่ซับซ้อน และแตกต่างจากปัญญาประดิษฐ์ในรูปแบบอื่น ๆ ปัญญาประดิษฐ์ที่สร้างขึ้นเรียนรู้รูปแบบจากข้อมูลที่มีอยู่และใช้ความรู้นี้เพื่อสร้างเนื้อหาที่สอดคล้องและเป็นจริง หนึ่งในวิธีการที่นิยมคือ Generative Adversarial Networks (GANs) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ที่สร้างขึ้นอย่างรับผิดชอบถือเป็นสิ่งสำคัญ โดยรวมปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์เป็นสาขาที่น่าสนใจที่ขยายความเป็นไปได้ของปัญญาประดิษฐ์ นอกเหนือจากงานการรับรู้และการจัดประเภทช่วยให้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และสร้างสรรค์ได้ (Chen, 2022) (Jovanovic & Campbell, 2022)

ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่ 1) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างข้อความ (Text Generation) 2) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างรหัส (Code Generation) 3) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างรูปภาพ (Image Generation) 4) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างเสียง (Speech Generation) 5) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทการสร้างวิดีโอ (Video Generation) 6) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างงาน 3 มิติ (3D

Generation) และ 7) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทอื่น ๆ (other) (Anantrasirichai) and Bull, 2019)

ผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) คือบุคคลที่มีผู้ติดตามและส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญในแพลตฟอร์มดิจิทัลเช่น YouTube และ podcasts ผู้ทรงอิทธิพลมีความเชี่ยวชาญ สร้างความน่าเชื่อถือและการปรากฏตัวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้ชม ผู้ทรงอิทธิพลมุ่งเน้นไปในสิ่งที่น่าสนใจเช่น แฟชั่น ความงาม การออกกำลังกาย การเดินทาง เทคโนโลยีหรือ สไตล์ ผู้ทรงอิทธิพลสร้างเนื้อหาที่สามารถกำหนดตัวเองให้กับผู้ชมเป้าหมายของผู้ทรงอิทธิพล แสดงถึงประสบการณ์ความรู้และการให้คำแนะนำของผู้ทรงอิทธิพล ในลักษณะที่น่าสนใจและเชื่อถือได้ (Teresa Borges-Tiago et al., 2023a) ผู้ทรงอิทธิพลใช้ทักษะการเล่าเรื่องเพื่อสร้างความเชื่อถือและมีส่วนร่วมในการติดตามและแบ่งปันมุมมองความเชี่ยวชาญและความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการแนวโน้มหรือประสบการณ์ ผลกระทบของผู้มีอิทธิพลมาจากการสร้างความรู้สึกและความไว้วางใจกับผู้ชมโดยการแบ่งปันประสบการณ์และความคิดเห็นส่วนบุคคล (*Branding Strategy of Online Pet Influencer on Facebook Page*, n.d.) ผู้ติดตามของผู้ทรงอิทธิพลเห็นว่าผู้ทรงอิทธิพลเป็นบุคคลที่เชื่อถือได้ซึ่งให้คำแนะนำและมุมมองที่แท้จริง การปรากฏตัวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพล มักจะมีผู้ติดตามหรือผู้สมัครจำนวนมากช่วยให้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญและสร้างแนวโน้มการตลาด ผู้ทรงอิทธิพลเกี่ยวข้องกับการมีพันธมิตรกับผู้ส่งผลกระทบต่อโปรโมตผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยใช้ความสามารถและความน่าเชื่อถือของผู้ทรงอิทธิพล เพื่อเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับผู้ชมเป้าหมาย (Govindan & Alotaibi, 2021) ผู้ทรงอิทธิพลไม่ได้จำกัดเฉพาะผู้ที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลสาธารณะเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบุคคลที่สามารถสร้างผลกระทบโดยใช้ความสามารถส่วนบุคคลในการสร้างเนื้อหาที่มีความต่อเนื่อง มีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอกับผู้ชม และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกลุ่มเป้าหมายหรือสถานการณ์ที่ตนมีอิทธิพล ซึ่งทำให้พวกเขาสามารถสร้างความแตกต่างในสายตาของผู้ชมได้ แม้จะไม่ใช่บุคคลในสื่อกระแสหลักก็ตาม (Wibawa et al., 2022)

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของมหาวิทยาลัยโดยการให้คำตอบที่รวดเร็วและแม่นยำต่อคำถามที่ถามบ่อย ข้อมูลหลักสูตรและโปรแกรม บริการในมหาวิทยาลัย ข้อมูลเหตุการณ์และปฏิทิน (Zhang et al., 2021) การช่วยนักศึกษาและพนักงานในการค้นหาและเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับหลักสูตร การลงทะเบียน การบริการต่าง ๆ และทรัพยากรทางวิชาการอื่น ๆ การนำทางยังรวมถึงการแนะนำวิธีการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองภายในสภาพแวดล้อมทางการศึกษา (Gerlich, 2023a; Vogel, 2010) นอกจากนี้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะยังช่วยในการสอบถามเกี่ยวกับบริการในมหาวิทยาลัยรวมถึงทรัพยากรห้องสมุดสนับสนุนด้านไอทีบริการสุขภาพให้คำแนะนำอาชีพและข้อมูลที่อยู่อาศัย ข้อมูลเหตุการณ์และปฏิทิน โดยผู้ทรงอิทธิพลช่วยให้ผู้ใช้

สามารถตรวจสอบตารางเหตุการณ์ลงทะเบียนกิจกรรมและรับคำเตือนเกี่ยวกับวันหยุดหรือเหตุการณ์ที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย การนำทางในมหาวิทยาลัยโดยการให้คำแนะนำไปยังอาคารที่เฉพาะเจาะจงห้องเรียนหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในมหาวิทยาลัย การสำรวจภายในองค์กรมหาวิทยาลัยซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณภาพของข้อเสนอและช่วยให้การปรับปรุงตามข้อมูล ประกาศที่สำคัญ กำหนดเวลาการเปลี่ยนแปลงนโยบายและเตือนภัยในมหาวิทยาลัยสามารถสื่อสารกับผู้ใช้ผ่านการแจ้งเตือน การแจ้งเตือนเหล่านี้แจ้งให้ผู้ใช้ทราบถึงระยะเวลาการลงทะเบียนกำหนดเวลาในการชำระเงิน กำหนดเวลาการเรียนการสอนและสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยการปรับแต่งการตอบสนองให้กับผู้ใช้แต่ละรายตามความต้องการหรือการโต้ตอบก่อนหน้านี้ก็เป็นไปได้ที่จะให้การสนับสนุนที่สามารถกำหนดได้เอง (Lovallo & Riemer, 2023; Phuthong, 2021a)

การใช้ผู้ทรงอิทธิพลผ่านการประมวลผลภาษาธรรมชาติสามารถเข้าใจคำถามของผู้ใช้ให้คำตอบที่แม่นยำและปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องตามเวลา ช่องการสื่อสารที่สะดวกและสามารถเข้าถึงได้ซึ่งสามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการเข้าถึงและความพึงพอใจของผู้ใช้ภายในองค์กรมหาวิทยาลัยได้ (Vogel, 2010)

การพัฒนาสังคมในยุคปัญญาประดิษฐ์ จะประสบความสำเร็จได้ต้องพัฒนาลงลึกถึงฐานรากของคนในสังคมทั้งในระดับวัฒนธรรมและจิตสำนึก โดยคนในสังคมจะต้องมีส่วนร่วมการพัฒนาหลักการที่สำคัญที่สุดของการสร้างการมีส่วนร่วมคือ การกระจายอำนาจการตัดสินใจให้แก่สังคมสังคมหนึ่ง ๆ นั้นจะกลายเป็นแกนหลักทางความคิดการตัดสินใจ การบริหารจัดการ การทำงานร่วมกัน ยังประโยชน์ให้คนในสังคมนั้น ๆ เกิดการเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ขยายวงกว้างมากขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคมได้อย่างยั่งยืน (For et al., n.d.)

การสื่อสารในมหาวิทยาลัยสามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ได้แก่ การสื่อสารทางวิชาการระหว่างคณาจารย์และนักศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาและผลการเรียน การสื่อสารการบริหารระหว่างเจ้าหน้าที่และนักศึกษาเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เช่น การลงทะเบียนและทุนการศึกษา การสื่อสารระหว่างนักศึกษาในการทำงานกลุ่มและกิจกรรม การสื่อสารภายในองค์กรระหว่างคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ในการประสานงาน รวมถึงการสื่อสารภายนอกกับผู้ปกครอง ศิษย์เก่า และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง ทุกด้านมีความสำคัญในการดำเนินการของมหาวิทยาลัยและการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ดี การสื่อสารในมหาวิทยาลัยมักเผชิญปัญหาการขาดความชัดเจนระหว่างคณาจารย์และนักศึกษา ปัญหาความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่อาจทำให้การเข้าใจภาษาและบริบทยากขึ้น รวมถึงปัญหาการใช้เทคโนโลยีและการบริหารจัดการข้อมูลที่อาจทำให้เกิดความสับสน นอกจากนี้ ความรู้สึกที่ว่าเสียงของนักศึกษาไม่ได้รับการใส่ใจอาจทำให้การมีส่วนร่วมลดลง การปรับปรุงการสื่อสารสามารถ

ทำได้โดยการจัดอบรมเกี่ยวกับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการใช้แพลตฟอร์มที่ชัดเจนและเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในหมู่นักศึกษาและคณาจารย์

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการรังสรรค์หรือสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อการผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยสังเคราะห์รูปแบบการเรียนรู้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนาผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อทำหน้าที่เป็นทูตสันถวไมตรีของมหาวิทยาลัย โดยมุ่งหวังที่จะเสริมสร้างความสามารถในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อสังเคราะห์แบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

1.2.2 เพื่อการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

1.2.3 เพื่อสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

1.2.5 เพื่อวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1.3.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีผลการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด

1.3.2 ผลการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

1.3.3 ผลการวิเคราะห์การสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

1.3.4 ผลการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

1.3.5 ผลการเปรียบเทียบวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์และการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ มีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากร

ประชากร

นักศึกษาปริญญาตรี บุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และบุคคลทั่วไป

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาปริญญาตรี นักศึกษาปริญญาตรี บุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และบุคคลทั่วไป โดยผ่านเกณฑ์ดังต่อไปนี้

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

- 1) นักศึกษาปริญญาตรี บุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และบุคคลทั่วไป ที่อายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป
- 2) ยินยอมเข้าร่วมงานวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

- 1) ตอบแบบสอบถามของงานวิจัยไม่ครบถ้วน

1.4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ตัวแปรตาม คือ คุณลักษณะและหน้าที่ของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

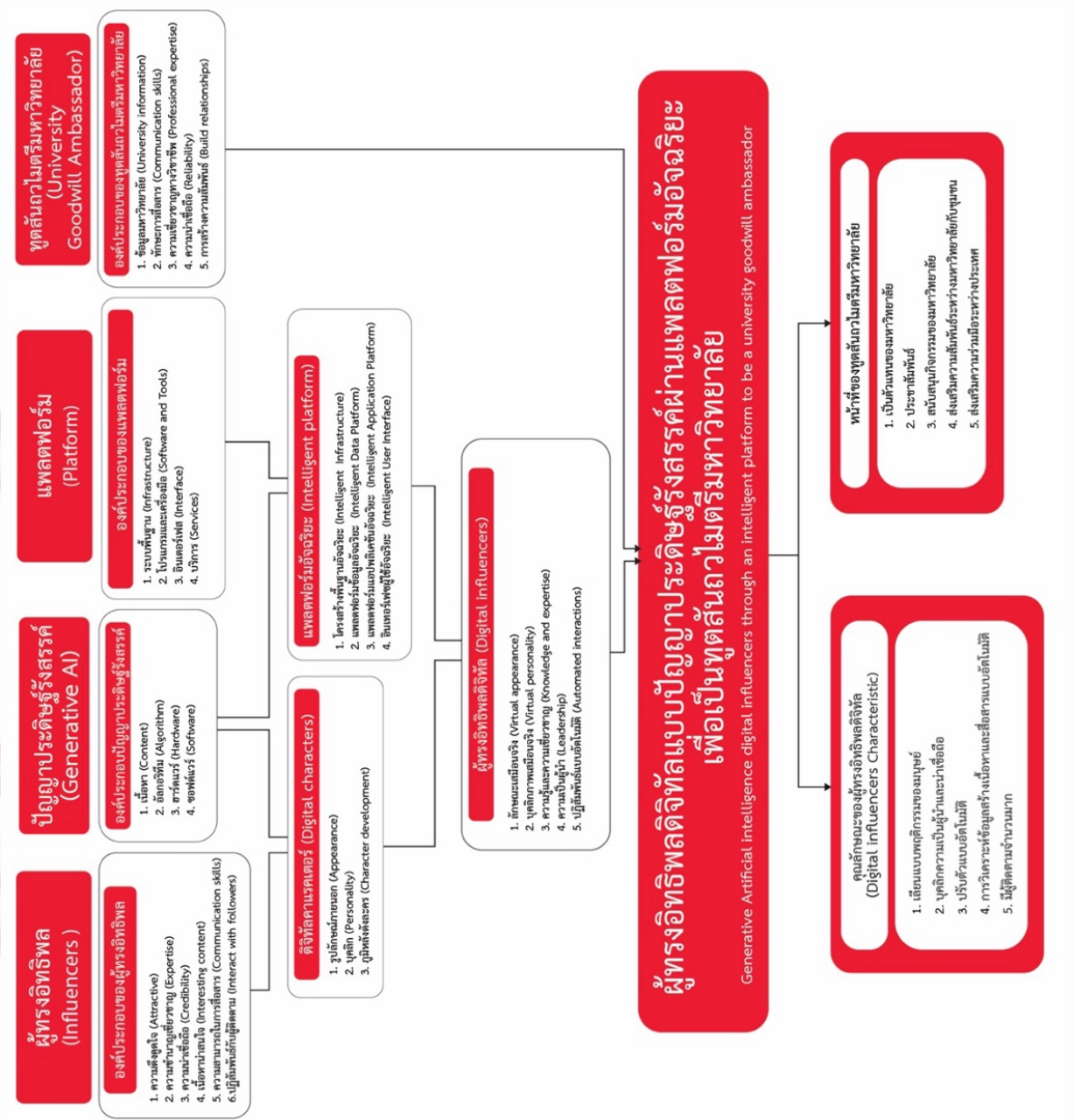
1.4.3 ขอบเขตที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษา ณ จุดเวลาหรือช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งโดยและเก็บข้อมูลในระยะเวลา 8 สัปดาห์ โดยให้ผู้เข้าร่วมการศึกษาได้ใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย เก็บข้อมูลผลการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยเปรียบเทียบกับการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

1.4.4 ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง

ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยใช้ระยะเวลาทดลอง 8 สัปดาห์

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 สามารถนำผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปใช้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ได้

1.6.2 เป็นแนวทางในการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปพัฒนารูปแบบการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1) ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital influencers) หมายถึงบุคคลที่มีส่วนร่วมติดตามบนสื่อสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ เช่น Instagram, YouTube, TikTok และ Twitter อิทธิพลของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลเกิดจากความสามารถในการดึงดูดผู้ชมด้วยเนื้อหา ความคิดเห็น และทางเลือกในการดำเนินชีวิต ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลมีชื่อเสียงจากการสร้างเนื้อหาออนไลน์ ความเชี่ยวชาญในพื้นที่เฉพาะความสัมพันธ์และความถูกต้อง ซึ่งแตกต่างจากคนดังทั่วไป มีผู้ติดตามอย่างน้อย 1,000 คน

2) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ (Generative Artificial Intelligence) หมายถึงปัญญาประดิษฐ์ที่มุ่งเน้นการสร้างอัลกอริทึมและแบบจำลองที่สามารถสร้างวัสดุใหม่เช่น รูปภาพเขียนเพลงหรือแม้แต่ชุดข้อมูลที่สมบูรณ์ซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับหรือไม่สามารถแยกจากเนื้อหาที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์ได้ ตัวอย่างของเนื้อหาประเภทนี้รวมถึงภาพ ข้อความ และเพลง

3) แพลตฟอร์มอัจฉริยะ (intelligent platforms) หมายถึง พื้นฐานระบบหรือโครงสร้างที่ถูกออกแบบและสร้างขึ้นมาเพื่อให้สามารถทำงานอย่างอัตโนมัติ ปรับปรุงตนเอง และประสานงานได้อย่างเหมาะสม โดยทั้งหมดนี้เกิดขึ้นด้วยการใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อให้งานและกระบวนการต่าง ๆ สามารถทำงานได้สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แพลตฟอร์มอัจฉริยะมีเป้าหมายที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ ความสะดวกสบาย และคุณค่าในการดำเนินชีวิตของผู้คนและธุรกิจ ผ่านการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ทุกอย่างเกิดขึ้นอย่างไร้ปัญหาและราบรื่นมากที่สุด

4) ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัยในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน องค์กรต่าง ๆ หรือสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ทูตสันถวไมตรีมักมีบทบาทในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร กิจกรรม และโอกาสต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยมี รวมถึงการสร้างความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษาและการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้กับมหาวิทยาลัยและชุมชนที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital influencers)
- 2.2 ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative Artificial Intelligence)
- 2.3 แพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platform)
- 2.4 ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University goodwill ambassador)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล

2.1.1 ความหมายของผู้ทรงอิทธิพล

ผู้ทรงอิทธิพล (influencers) หมายถึง ผู้ที่มีความสามารถในการส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้อื่นตามหรือต่อต้านในช่องของการใช้งานในปัจจุบัน เกี่ยวข้องกับสื่อโซเชียลที่มีผู้สร้างเนื้อหาที่มีผู้ติดตามจำนวนมากและสามารถมีอิทธิพลในกลุ่มของผู้คนในชุมชนนั้น ๆ (Singh, 2018)

Management et al., 2020 กล่าวว่า ผู้ทรงอิทธิพล (influencers) หมายถึง ความสามารถหรืออำนาจของบุคคลหรือองค์กรที่จะส่งผลต่อความคิด พฤติกรรม หรือการกระทำของผู้อื่น เป็นความสามารถในการโน้มน้าวใจ จูงใจ หรือชี้แนะบุคคลหรือกลุ่มให้ยอมรับแนวทางปฏิบัติ ความเชื่อ หรือเจตคติบางอย่าง อิทธิพลสามารถเป็นได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีบทบาทสำคัญในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การสื่อสาร การตลาด ความเป็นผู้นำ และแง่มุมอื่น ๆ ของการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์

Khamis et al., 2017 กล่าวว่า ผู้ทรงอิทธิพล (influencers) หมายถึง ผู้คนมักจะติดตามคนที่มีอิทธิพลในโซเชียลมีเดียเพราะมีความสนใจคล้ายคลึงกันในสาขาการศึกษาของบุคคลนั้นซึ่งชมสิ่งต่าง ๆ ที่คล้ายกันหรือต้องการสร้างแรงบันดาลใจจากพฤติกรรมและความสำเร็จ ข้อมูลที่แพร่กระจายโดยผู้ทรงอิทธิพลทางปัญญาผ่านเนื้อหาที่นำเสนอในบทความในรูปแบบต่างๆบนโซเชียลมีเดียซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ติดตามของกลุ่มในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

Kittinorarat et al., (2023) กล่าวว่า ผู้ทรงอิทธิพล (influencers) หมายถึง ผู้ที่สามารถโน้มน้าวผู้อื่นต้องการให้ทำเรียกว่าผู้ทรงอิทธิพล และสามารถมาจากทุกวิถีทางของชีวิตหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของจักรวาล มีความสามารถในการทำให้คนอื่นทำในสิ่งที่ต้องการ ดังนั้นคำว่า " influencers " ในภาษาอังกฤษ

2.1.2 ความหมายของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล

ความหมายของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital influencers) หมายถึง ผู้ทรงอิทธิพลทางดิจิทัลคือบุคคลที่มีการปรากฏตัวทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญและสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญ ใช้ความนิยมความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเฉพาะเพื่อส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความคิดเห็นและการตัดสินใจ (Khamis et al., 2017)

โพธิกุลธร และ กังสदारพร, 2562 กล่าวว่า ผู้ทรงอิทธิพลสร้างและกระจายเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงรูปภาพวิดีโอบล็อก รายการเผยแพร่เสียง สตรีมสดและโต้ตอบกับผู้ติดตามเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์และเพาะปลูกชุมชนที่ทุ่มเท และมักจะครอบคลุมหัวข้อเช่นเครื่องสำอางแฟชั่น การออกกำลังกาย การเดินทาง เทคโนโลยีเกมวิดีโอและอาหาร

Maden, 2019 กล่าวว่า บ่อยครั้งที่แบรนด์และธุรกิจทำงานร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางดิจิทัลเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อเพิ่มความตระหนักถึงแบรนด์เพิ่มการขายและเพิ่มการปรากฏตัวออนไลน์

Songmuang, 2022 กล่าวว่า อย่างไรก็ตามผู้ทรงอิทธิพลและแบรนด์ทั้งสองต้องรักษาความโปร่งใสและเป็นจริงเพื่อรักษาความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือของผู้ติดตาม

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital influencers) หมายถึงผู้ที่มีอิเล็กทรอนิกส์ในโซเชียลมีเดียหรือผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่นสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น แฟชั่นความงามการออกกำลังกาย รวมถึงการเดินทาง เทคโนโลยีการเล่นเกม หรือสไตล์สร้างความไว้วางใจและการสร้างความประหลาดใจ ผู้ทรงอิทธิพลร่วมมือกับองค์การสนับสนุนเนื้อหาส่งเสริมการขาย และการอนุมัติให้ช่องทางการตลาดที่แท้จริง การพัฒนาของผู้ทรงอิทธิพลทางดิจิทัลได้เปลี่ยนภูมิทัศน์การตลาดช่วยให้องค์กรสามารถเชื่อมต่อกับผู้ชมเป้าหมายผ่านยอดของผู้ติดตามในโซเชียลมีเดียที่เชื่อถือได้

2.1.3 ประเภทของผู้ทรงอิทธิพล

ประเภทของผู้ทรงอิทธิพลสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท โดยแบ่งตามจำนวนผู้ติดตามได้ ดังนี้

- 1) ผู้มีอิทธิพลนาโน (Nano influencers) คือผู้ทรงอิทธิพลที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 1 พันคน ถึง 1 หมื่นคน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลที่มีผู้ติดตามน้อยที่สุดของผู้มีอิทธิพลกลุ่มแต่มีปฏิสัมพันธ์ (Engagement) บนโซเชียลมีเดียสูง ซึ่งผู้ติดตามให้ความสนใจในไลฟ์สไตล์ คอนเทนต์ และคำแนะนำ ผู้ทรงอิทธิพลที่เข้าถึงได้ง่าย จริงใจ และพูดอย่างตรงไปตรงมา ทำให้ผู้มีอิทธิพลระดับนาโนได้รับความนิยมสูง (Wibawa et al., 2021)

2) ผู้ทรงอิทธิพลไมโคร (Micro Influencers) คือผู้ทรงอิทธิพลที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 1 หมื่นคน ถึง 5 หมื่นคน สามารถสร้างคอนเทนต์ที่ดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่มีความชอบ หรือไลฟ์สไตล์ที่มีความเฉพาะด้าน (Niche Market) ซึ่งองค์กรสามารถทำการตลาดกับผู้ทรงอิทธิพลไมโครได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อเลือกพันธมิตรที่ตอบโจทย์ (Gerlich, 2023)



ภาพที่ 2-1 ประเภทของผู้ทรงอิทธิพล

3) ผู้ทรงอิทธิพลระดับกลาง (Mid-tier Influencer) คือผู้ทรงอิทธิพลระดับกลางที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 5 หมื่นคน ถึง 5 แสนคน ผู้ทรงอิทธิพลมาโครคือบุคคลที่มีผู้ติดตามบนโซเชียลมีเดียในระดับปานกลาง เป็นกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลระดับมืออาชีพ มีเอกลักษณ์ในการทำคอนเทนต์เฉพาะตัว โดยส่วนมากผู้ทรงอิทธิพลประเภทนี้จะมีทีมงานคอยช่วยเหลือในการสร้างคอนเทนต์กันเป็นทีม เหมาะสำหรับแบรนด์ที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์แบบมืออาชีพมากกว่า 2 ประเภทก่อนหน้านี้ (Govindan & Alotaibi, 2021)

4) ผู้ทรงอิทธิพลมาโคร (Macro-Influencers) คือผู้ทรงอิทธิพลที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 5 แสนคน ถึง 1 ล้านคน ผู้ทรงอิทธิพลมาโครคือบุคคลที่มีผู้ติดตามบนโซเชียลมีเดียในระดับปานกลาง โดยทั่วไปจะมีผู้ติดตามตั้งแต่ไม่กี่พันคนไปจนถึงประมาณ 100,000 คน ต่างจากกลุ่มอื่น ๆ ที่ใหญ่กว่าตรงที่ผู้ทรงอิทธิพลมาโครจะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มหรือความสนใจเฉพาะเจาะจง โดยสร้างตนเองให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่ตนเลือก เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความหลงใหล ไลฟ์สไตล์ หรือความเชี่ยวชาญ ทำให้สามารถเชื่อมต่อกับผู้ติดตามได้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น (Govindan & Alotaibi, 2021)

5) ผู้ทรงอิทธิพลมหาศาล (Mega-Influencers) คือผู้ทรงอิทธิพลที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 1 ล้านคนขึ้นไป ผู้ทรงอิทธิพลขนาดใหญ่มีบทบาทสำคัญในการตลาดสมัยใหม่ โดยใช้ประโยชน์จากการเข้าถึงที่กว้างขวางและสถานะผู้มีชื่อเสียงเพื่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การรับรององค์ที่มีน้ำหนักและความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก กระตุ้นการรับรู้ถึงองค์ และส่งเสริมความภักดีต่อองค์ ในขณะที่องค์ต่าง ๆ พยายามที่จะเพิ่มผลกระทบทางการตลาดและเชื่อมต่อกับผู้ชมที่หลากหลายทั่วโลก การร่วมมือกับผู้มีอิทธิพลรายใหญ่และเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นและมีประสิทธิภาพ (Teresa Borges-Tiago et al., 2023)

2.1.4 คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพล (Influence's attributes) คุณลักษณะของทรงอิทธิพลทั้งหมด 9 ด้าน ดังนี้

2.1.4.1 ความเชี่ยวชาญ (Expertise) หมายถึง คุณลักษณะของทรงอิทธิพลในด้านความเชี่ยวชาญ คือ การมีทักษะความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านในระดับสูง ประกอบกับความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ของตนไปสู่ผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้นั้นได้รับการยอมรับและเชื่อถือในฐานะผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ ทักษะความรู้และความชำนาญเฉพาะด้าน การมีความรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในสาขานั้น ๆ รวมถึงความสามารถในการประยุกต์ความรู้เหล่านั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง ผู้ทรงอิทธิพลในด้านความเชี่ยวชาญจึงมักเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในสาขานั้น ๆ มาอย่างยาวนาน มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ และได้รับการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาเดียวกัน ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารและอธิบายความรู้และประสบการณ์ของตนได้อย่างเข้าใจง่าย กระชับ และตรงประเด็น ผู้ทรงอิทธิพลในด้านความเชี่ยวชาญจึงมักเป็นผู้ที่มีทักษะการสื่อสารที่ดี มีความสามารถในการใช้ภาษาและสื่อต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Isaacson, 2011) (Khan & Yousafzai, 2013)

2.1.4.2 การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลที่มีทักษะความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านในระดับสูง ประกอบกับความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ของตนไปสู่ผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมในด้านต่าง ๆ โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม การมีส่วนร่วมของทรงอิทธิพลในด้านความเชี่ยวชาญสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ ดังนี้

2.1.4.2.1 การมีส่วนร่วมทางวิชาการ หมายถึง การนำความรู้และประสบการณ์ของตนมาใช้ในการศึกษาวิจัยและพัฒนาความรู้ใหม่ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจในสาขานั้น ๆ ตัวอย่างเช่น ศาสตราจารย์ทอมัส อัลวา เอดิสัน นักประดิษฐ์ชาวอเมริกัน ผู้คิดค้นอุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องใช้ต่าง ๆ มากมาย เช่น หลอดไฟ โทรศัพท์ กล้องภาพยนตร์ เป็นต้น ได้มีส่วนร่วมทางวิชาการโดยการคิดค้นนวัตกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

2.1.4.2.2 การมีส่วนร่วมเชิงสังคม หมายถึง การนำความรู้และประสบการณ์ของตนมาใช้ในการแก้ปัญหาและขับเคลื่อนสังคมในด้านต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น สตีฟ จ๊อบส์ ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัทแอปเปิ้ล ผู้ปฏิวัติวงการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้มีส่วนร่วมเชิงสังคมโดยการส่งเสริมการศึกษาและการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต Isaacson, W. (2011) Khan, M., & Yousafzai, M. (2013)

2.1.4.3 มีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับผู้ติดตาม หมายถึง ความกระตือรือร้นในการให้ข้อมูลและคำแนะนำ ผู้ทรงอิทธิพลที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับผู้ติดตามจะมีความกระตือรือร้นในการให้ข้อมูลและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตามของตน โดยอาจตอบคำถาม ไขข้อข้องใจ หรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเชี่ยวชาญของตน ความใส่ใจและเข้าใจผู้ติดตาม ผู้ทรงอิทธิพลที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับผู้ติดตามจะใส่ใจและเข้าใจผู้ติดตามของตน โดยอาจตอบกลับความคิดเห็นและคำถามของผู้ติดตามอย่างสุภาพและรวดเร็ว รวมทั้งพยายามเข้าใจความสนใจและความต้องการของผู้ติดตาม ความสม่ำเสมอในการติดต่อสื่อสาร ผู้ทรงอิทธิพลที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับผู้ติดตามจะมีความสม่ำเสมอในการติดต่อสื่อสารกับผู้ติดตามของตน โดยอาจโพสต์เนื้อหาหรือแชร์เรื่องราวต่าง ๆ อยู่เป็นประจำ เพื่อให้ผู้ติดตามรู้สึกว่ามีส่วนร่วมและใกล้ชิดกับตน การมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับผู้ติดตามเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ทรงอิทธิพล เนื่องจากช่วยให้ผู้ติดตามรู้สึกใกล้ชิดและไว้วางใจผู้ทรงอิทธิพลมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ทรงอิทธิพลสามารถโน้มน้าวให้ผู้ติดตามคล้อยตามความคิดเห็นหรือพฤติกรรมของตนได้มากขึ้น Pang, A., & Lee, J. (2019) Gupta, S., & Jain, A. (2020)

2.1.4.4 คุณภาพเนื้อหา หมายถึง ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผู้ทรงอิทธิพลที่มีเนื้อหาที่มีคุณภาพจะมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ โดยอาจตรวจสอบและอ้างอิงข้อมูลให้ถูกต้อง รวมทั้งหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือบิดเบือน ความน่าสนใจและมีส่วนร่วม ผู้ทรงอิทธิพลที่มีเนื้อหาที่มีคุณภาพจะมีความน่าสนใจและมีส่วนร่วม โดยอาจใช้ภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย และน่าติดตาม รวมทั้งใช้รูปภาพ วิดีโอ หรือสื่ออื่น ๆ ที่ช่วยสร้างความสนใจของผู้ชม ความสร้างสรรค์และแปลกใหม่ ผู้ทรงอิทธิพลที่มีเนื้อหาที่มีคุณภาพจะมีความสร้างสรรค์และแปลกใหม่ โดยอาจนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ไม่ซ้ำใครหรือซ้ำซาก คุณภาพเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ทรงอิทธิพล เนื่องจากช่วยให้ผู้ติดตามรู้สึกพึงพอใจและเชื่อถือผู้ทรงอิทธิพลมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ทรงอิทธิพลสามารถโน้มน้าวให้ผู้ติดตามคล้อยตามความคิดเห็นหรือพฤติกรรมของตนได้มากขึ้น Arora, A., & Pathak, P. (2019) Kwon, H. S., Sung, Y., & Lee, K. (2017)

2.1.4.5 ทักษะการเล่าเรื่อง (Storytelling skills) หมายถึง คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลที่มีทักษะการเล่าเรื่องได้ดีเน้นไปที่ความสามารถในการสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจและน่าฟังหรือผู้อ่านเข้าสู่โลกในเรื่งราวนั้น ๆ ด้วยความคล่องตัวและน่าสนใจ ลักษณะเหล่านี้สามารถแสดงออกผ่าน

ทักษะ การสร้างบทบาทและตัวละคร ผู้ทรงอิทธิพลที่มีทักษะการเล่าเรื่องจะมีความสามารถในการสร้างบทบาทและตัวละครที่น่าสนใจและหลงใหลในการติดตามเรื่องราว การสร้างอารมณ์และบรรยากาศ ความสามารถในการเล่าเรื่องอย่างมีอารมณ์ ทำให้ผู้ฟังหรือผู้อ่านสามารถรับรู้และหลงใหลในบรรยากาศของเรื่อง การใช้ภาษาและรูปแบบ ผู้ทรงอิทธิพลที่เก่งในการเล่าเรื่องมีความคล่องตัวในการใช้ภาษาและรูปแบบที่หลากหลายเพื่อสร้างความน่าสนใจและสื่อถึงความหลากหลายในเรื่องราว การสร้างความตื่นเต้นและความสนใจ ความสามารถในการใช้การเปิดเผยข้อมูลที่สั้นๆ เพื่อก่อให้เกิดความตื่นเต้นและความสนใจในเรื่องราว เช่น การสร้างคำถามที่ท้าทายหรือการเปิดเผยข้อมูลที่น่าสนใจ Jobs, S. (2005) Zuckerberg, M. (2016)

2.1.4.6 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลในด้านความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ ผู้ทรงอิทธิพลมีความรู้และความเชี่ยวชาญในสาขาที่ตนเองนำเสนอ มีความรู้เฉพาะด้านที่ทันสมัยและสามารถถ่ายทอดได้อย่างถูกต้อง ความเป็นกลาง ผู้ทรงอิทธิพลนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นกลาง ไม่อคติ หรือมีผลประโยชน์ทับซ้อน ความน่าเชื่อถือ ผู้ทรงอิทธิพลมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับจากสังคม ความสม่ำเสมอ ผู้ทรงอิทธิพลนำเสนอข้อมูลที่สม่ำเสมอ เชื่อถือได้ และสามารถตรวจสอบได้ ความรับผิดชอบ ผู้ทรงอิทธิพลรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่ตนเองนำเสนอ ยอมรับข้อผิดพลาด และพร้อมที่จะแก้ไข Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019) Wang, Y., & Sun, H. (2019)

2.1.4.7 บุคลิกภาพและตัวตนที่ชัดเจน (Aesthetic) หมายถึง ความเป็นตัวของตัวเอง ผู้ทรงอิทธิพลมีบุคลิกภาพและตัวตนที่ชัดเจน เป็นตัวของตัวเอง ไม่พยายามเลียนแบบผู้อื่น ความน่าดึงดูดใจ ผู้ทรงอิทธิพลมีบุคลิกภาพและตัวตนที่ดึงดูดใจ เป็นที่ชื่นชอบของผู้ติดตาม ความน่าเชื่อถือ ผู้ทรงอิทธิพลมีบุคลิกภาพและตัวตนที่น่าเชื่อถือ เป็นที่ไว้วางใจของผู้อื่น ความมีเอกลักษณ์ ผู้ทรงอิทธิพลมีบุคลิกภาพและตัวตนที่โดดเด่น ไม่เหมือนใคร Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019) Wang, Y., & Sun, H. (2019)

2.1.4.8 นวัตกรรม (Innovator) หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ ผู้ทรงอิทธิพลมีความคิดสร้างสรรค์ สามารถคิดสิ่งใหม่ ๆ ที่แตกต่างและแปลกใหม่ ความกล้าหาญ ผู้ทรงอิทธิพลกล้าที่จะลองสิ่งใหม่ ๆ ไม่กลัวที่จะล้มเหลว ความมุ่งมั่น ผู้ทรงอิทธิพลมุ่งมั่นที่จะเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค ความอดทน ผู้ทรงอิทธิพลอดทนรอคอยความสำเร็จ ไม่คาดหวังผลลัพธ์ในทันที Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019) Wang, Y., & Sun, H. (2019)

2.1.4.9 ดึงดูดและสร้างความหลงใหล (Passion) หมายถึง บุคลิกภาพและตัวตนที่ชัดเจน ผู้ทรงอิทธิพลมีบุคลิกภาพและตัวตนที่ชัดเจน เป็นตัวของตัวเอง ไม่พยายามเลียนแบบผู้อื่น ความน่าดึงดูดใจ ผู้ทรงอิทธิพลมีบุคลิกภาพและตัวตนที่ดึงดูดใจ เป็นที่ชื่นชอบของผู้ติดตาม ความน่าเชื่อถือ ผู้ทรงอิทธิพลมีบุคลิกภาพและตัวตนที่น่าเชื่อถือ เป็นที่ไว้วางใจของผู้อื่น ความมี

เอกลักษณ์ ผู้ทรงอิทธิพลมีบุคลิกภาพและตัวตนที่โดดเด่น ไม่เหมือนใคร Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019) Wang, Y., & Sun, H. (2019)

2.1.5 กระบวนการสร้างผู้ทรงอิทธิพล (Influencers process)

กระบวนการสร้างผู้ทรงอิทธิพลประกอบด้วย 7 กระบวนการ ดังนี้ (Robert & Brown, 2004) (Robert & Brown, 2004) (Robert & Brown, 2004)



ภาพที่ 2-2 กระบวนการสร้างผู้ทรงอิทธิพล

1) กระบวนการกำหนดช่องทาง (Channel determination process) การเลือกช่องทางที่ต้องการสร้างผู้ทรงอิทธิพล เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย

2) กระบวนการกำหนดตัวตน (Identity process) กระบวนการกำหนดตัวตนให้เป็นที่รู้จักและเน้นเสนอข้อมูลที่น่าสนใจและมีคุณค่าสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

3) กระบวนการสร้างเนื้อหา (Content Creation Process) กระบวนการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ มีคุณภาพ และเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย อาจเป็นภาพถ่าย วิดีโอ บทความ หรือสื่ออื่น ๆ

4) กระบวนการสร้างฐานผู้ติดตาม (Process of creating) กระบวนการกระบวนการสร้างฐานผู้ติดตาม สร้างฐานแฟนเพจ และผู้ติดตามที่มีความต้องการและความสนใจในเนื้อหา

5) กระบวนการสร้างความสัมพันธ์และแลกเปลี่ยน (Process of Build relationships and exchanges) กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตาม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล และสนับสนุนกันเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือ

6) กระบวนการร่วมมือองค์กร (Organizational Collaboration Process) กระบวนการสร้างความร่วมมือกับองค์กร เพื่อสร้างเนื้อหาสนับสนุนและส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร

7) กระบวนการติดตามผลและปรับปรุง (Process Tracking and Improvement) กระบวนการติดตามผลการเสนอข้อความและเนื้อหา และปรับปรุงเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์

2.2.1 ความหมายของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative Artificial Intelligence) หมายถึง ประเภทปัญญาประดิษฐ์ที่มุ่งเน้นความสามารถในการสร้างข้อมูลใหม่และปรับปรุงข้อมูลเดิม เช่น ภาพเพลงข้อความหรือเนื้อหาอื่น ๆ โดยอัตโนมัติซึ่งแตกต่างกับระบบปัญญาประดิษฐ์แบบดั้งเดิม ที่ขึ้นอยู่กับกฎและรูปแบบที่มาจากข้อมูลที่มีอยู่ ปัญญาประดิษฐ์แบบสร้างสามารถสร้างข้อมูลใหม่ที่ไม่ได้มีอยู่ในชุดข้อมูลการฝึกอบรม และมีศักยภาพที่แสดงความคิดสร้างสรรค์เช่นมนุษย์และได้พบการประยุกต์ใช้ในสาขาต่าง ๆ รวมถึงศิลปะการออกแบบการดูแลสุขภาพและการใช้เทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่อง ที่ช่วยให้คอมพิวเตอร์สามารถตีความจัดการและทำความเข้าใจภาษามนุษย์ได้ องค์กรในปัจจุบันมีข้อมูลเสียงและข้อความจำนวนมากจากช่องทางสื่อสารต่าง ๆ เช่น อีเมล ข้อความ ฟีดข่าวโซเชียลมีเดีย วิดีโอ เสียง และอื่น ๆ (Anantrasirichai & Bull, 2022)

Jovanovic & Campbell, 2022 กล่าวว่า ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative Artificial Intelligence) คือการสร้างแบบจำลองขั้นสูงในการเรียนรู้ลึก หรือ วิธีการเรียนรู้แบบอัตโนมัติด้วยการ เลียนแบบการทำงานของโครงข่ายประสาทของมนุษย์ (Deep Learning) เพื่อผลิตเนื้อหาที่หลากหลายในขนาดโดยใช้สื่อ เช่นข้อความกราฟิกเสียงและวิดีโอ ในขณะที่ส่วนใหญ่ใช้ในการตั้งคำถามวิจัยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ จะเข้าสู่โดเมนต่าง ๆ และสถานการณ์ประจำวัน บทความนี้อธิบายถึงโอกาสและความท้าทายที่เป็นเอกลักษณ์ของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์

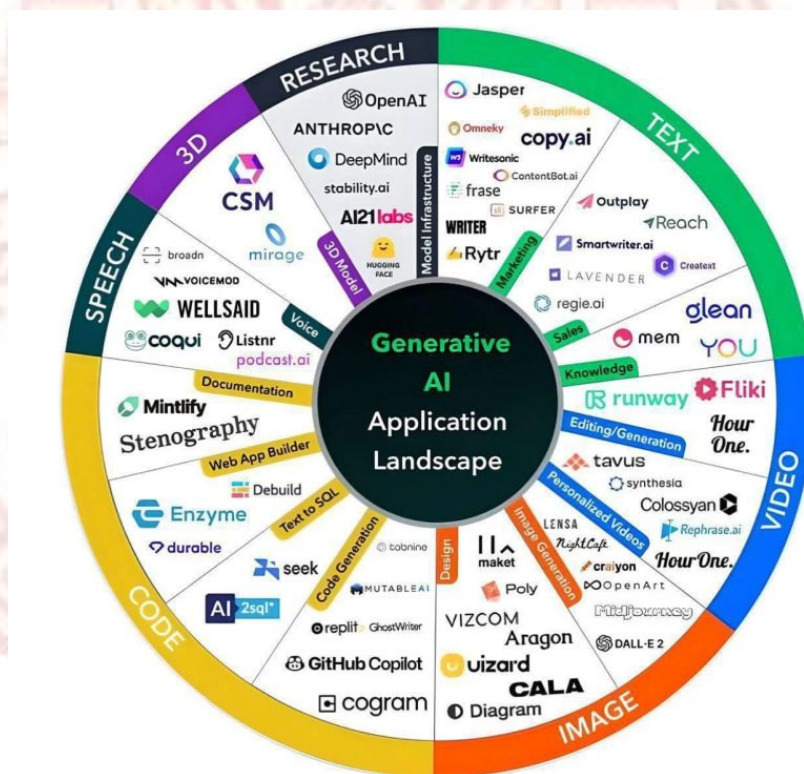
Das & Varshney, 2022 กล่าวว่า ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative Artificial Intelligence) มีบทบาทสำคัญในกระบวนการสร้างสรรค์ซึ่งต้องการคำอธิบายสำหรับความไว้วางใจ

การกระทำการประเมินและเหตุผลภายใน แรงจูงใจอัลกอริทึมและวิธีการในการทำความเข้าใจ
อัตโนมัติอัจฉริยะปัญญาประดิษฐ์ที่สร้างสรรค์

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative Artificial Intelligence) หมายถึง การสร้างแบบจำลองเชิงกำเนิดและความก้าวหน้าในการเรียนรู้เชิงลึก (DL) เพื่อสร้างเนื้อหาที่หลากหลายตามขนาดโดยใช้สื่อที่มีอยู่ เช่น ข้อความ รูปภาพ กราฟิก เสียง และวิดีโอ ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์กำลังเข้าสู่รูปแบบต่าง ๆ และสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน กล่าวได้ว่าปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ ถือเป็นความท้าทายที่ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์นำมาใช้ได้จริง อย่างไรก็ตาม การใช้ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ ควรพัฒนาควบคู่ไปกับการพิจารณาด้านจริยธรรมเพื่อช่วยให้มั่นใจได้ว่าปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ จะยังคงมีส่วนร่วมในเชิงบวกต่อสังคม

2.2.2 ประเภทของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์

ประเภทของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์แบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้ดังนี้



ภาพที่ 2-3 ประเภทของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์

1) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างข้อความ (Text Generation) การสร้างข้อความรวมความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีช่วยให้การสร้างเนื้อหาใหม่การสื่อสารและการทำงานร่วมกันของภาษาประสาทของปัญญาประดิษฐ์แบบสร้างสรรค์เช่น Generative Pre-trained Transformer (GPT) (Das & Varshney, 2022; HACHMAN, 2022; Haque et al., 2022; Y. Wang & Lim, n.d.)

2) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ประเภทสร้างรหัส (Code Generation) การสร้างรหัสหมายถึง การประยุกต์ใช้แบบจำลองปัญญาประดิษฐ์เพื่อสร้างส่วนย่อยของซอร์สโค้ดหรือโปรแกรมทั้งหมดโดยอัตโนมัติ เทคโนโลยีนี้ใช้ประโยชน์จากการเรียนรู้ของเครื่องและเทคนิคการเรียนรู้เชิงลึกเพื่อสร้างโค้ด ที่เป็นไปตามกฎไวยากรณ์ ตรรกะ และกระบวนทัศน์การเขียนโปรแกรม มีศักยภาพในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการพัฒนาซอฟต์แวร์ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักพัฒนา และทำให้งานเขียน โค้ดซ้ำ ๆ เป็นไปโดยอัตโนมัติ (Das & Varshney, 2022; HACHMAN, 2022; Haque et al., 2022; Y. Wang & Lim, n.d.)

3) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ประเภทสร้างรูปภาพ (Image Generation) ปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์สำหรับการสร้างภาพเป็นสาขาที่มุ่งเน้นการพัฒนาโมเดลปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถสร้างภาพ ใหม่ที่คล้ายกับเนื้อหาภาพจริง โมเดลเหล่านี้เรียนรู้จากชุดข้อมูลขนาดใหญ่ของรูปภาพที่มีอยู่ จากนั้น จึงสร้างรูปภาพใหม่ที่แสดงรูปแบบ สไตล์ และลักษณะเฉพาะที่คล้ายคลึงกัน เทคโนโลยีนี้นำไปสู่ ความก้าวหน้าที่สำคัญในการใช้งานต่าง ๆ เช่น การสร้างสรรค์งานศิลปะ การสร้างเนื้อหา และการ เพิ่มข้อมูล (Anantrasirichai & Bull, 2022; Y. Wang & Lim, n.d.)

4) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ประเภทสร้างเสียง (Speech Generation) ปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์สำหรับการสร้างคำพูดเป็นสาขาที่มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถ สร้างคำพูดที่เหมือนมนุษย์จากการป้อนข้อความ โมเดลเหล่านี้มักอิงตามสถาปัตยกรรมการเรียนรู้เชิง ลึก เรียนรู้รูปแบบและความแตกต่างของคำพูดของมนุษย์จากชุดข้อมูลขนาดใหญ่ และสร้างคำพูดที่ ไกล่เคียงกับคำพูดของมนุษย์ตามธรรมชาติ เทคโนโลยีนี้มีแอปพลิเคชันในตัวช่วยเสียง การสร้าง เนื้อหาเสียง เครื่องมือช่วยการเข้าถึง และอื่น ๆ (P. Hsu et al., 2019; W. N. Hsu et al., 2017; Ling et al., 2015)

5) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ประเภทการสร้างวิดีโอ (Video Generation) ปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์สำหรับการสร้างวิดีโอเกี่ยวข้องกับการใช้โมเดลปัญญาประดิษฐ์เพื่อสร้างเนื้อหาวิดีโอใหม่ตาม รูปแบบที่เรียนรู้จากวิดีโอที่มีอยู่ โมเดลเหล่านี้จะเรียนรู้ความสัมพันธ์ทางโลกและเชิงพื้นที่ภายในวิดีโอ จากนั้นจึงสร้างลำดับวิดีโอใหม่ที่คล้ายกับการเคลื่อนไหวแบบ พลวัต (Dynamic) ของภาพในโลกแห่ง ความเป็นจริง การสร้างวิดีโอมีแอปพลิเคชันในด้านความบันเทิง การสร้างเนื้อหา ความจริงเสมือน และอื่น ๆ (X. Wang & Gupta, 2018) (X. Wang & Gupta, 2018)

6) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ประเภทสร้างงาน 3 มิติ (3D Generation) ปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์สำหรับการสร้าง 3 มิติ เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสร้างวัตถุ ฉาก หรือสภาพแวดล้อมสามมิติ (3D) โมเดลเหล่านี้เรียนรู้ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ที่ซับซ้อนและ รายละเอียดโครงสร้างจากข้อมูล 3 มิติที่มีอยู่ จากนั้นจึงสร้างเนื้อหา 3 มิติขึ้นใหม่โดยยึดตามรูปแบบ

ที่เรียนรู้ เทคโนโลยีนี้มีความหมายในด้านต่าง ๆ รวมถึงเกม ความจริงเสมือน สถาปัตยกรรม และการผลิต (Piankarnka et al., n.d.; Pollák & Török, 2022) (Choy et al., 2016)

7) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทอื่น ๆ (other) นอกจากประเภทที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว นั้นยังมีการใช้ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ในกลุ่มอื่น ๆ อีก เช่น การทำนายและคาดคะเน เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ในการพยากรณ์อากาศหรือพยากรณ์หุ้น ใช้ในการตัดสินใจโดยการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การวิเคราะห์แนวโน้มการซื้อขายสินค้า ใช้ในการสร้างเกมโดยอัตโนมัติ ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยอัตโนมัติ เพื่อออกแบบโมเดลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใช้ในการจัดจํารูปแบบที่มีความไม่แน่นอน เช่น ลายมือ ตัวอักษร รูปภาพ เป็นต้น

2.2.2 องค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์

ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative AI) เป็นประเภทของปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถสร้างเนื้อหาใหม่ได้ เช่น ข้อความ รูปภาพ เสียง หรือวิดีโอ ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ ใช้เทคนิคการเรียนรู้ของเครื่องเพื่อเรียนรู้จากข้อมูลที่มีอยู่และสร้างเนื้อหาใหม่ที่มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์มีศักยภาพที่จะปฏิวัติหลายอุตสาหกรรม เช่น สื่อบันเทิง การแพทย์ และการศึกษา องค์ประกอบหลักของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ 3 องค์ประกอบ ดังนี้

2.2.2.1 การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine learning) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ใช้เทคนิคการเรียนรู้ของเครื่องเพื่อเรียนรู้จากข้อมูลที่มีอยู่และสร้างเนื้อหาใหม่ที่มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน เทคนิคการเรียนรู้ของเครื่องที่มักใช้กับปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ ได้แก่ การเรียนรู้แบบกำกับ การเรียนรู้แบบไม่มีกำกับ และการเรียนรู้แบบเสริม การเรียนรู้ของเครื่องเป็นสาขาของปัญญาประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบจำลองที่สามารถเรียนรู้จากข้อมูลและคาดการณ์ผลลัพธ์ การเรียนรู้ของเครื่องมักใช้เพื่อแก้ปัญหาคับซบซ้อนที่ยากต่อการแก้ไขด้วยวิธีดั้งเดิม เช่น การจำแนกประเภท การทำนาย และการเรียนรู้ของเครื่องเสริม (Perifanis & Kitsios, 2023; Shankar & Tewari, 2021)

2.2.2.2 เครือข่ายประสาทเทียม (Neural networks) เครือข่ายประสาทเทียมเป็นกรอบพื้นฐานในด้านปัญญาประดิษฐ์ โดยได้รับแรงบันดาลใจจากการเชื่อมต่อที่ซับซ้อนของเซลล์ประสาทในสมองมนุษย์ บทความนี้จะสำรวจสถาปัตยกรรมของโครงข่ายประสาทเทียม วิวัฒนาการทางประวัติศาสตร์ และการใช้งานที่หลากหลายในเทคโนโลยีสมัยใหม่ เครือข่ายประสาทเทียมเป็นประเภทของอัลกอริทึมการเรียนรู้ของเครื่องที่จำลองการทำงานของสมองของมนุษย์ เครือข่ายประสาทเทียมมักใช้กับปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์เพื่อสร้างเนื้อหาใหม่ เช่น ข้อความ รูปภาพ เสียง หรือวิดีโอ (Fedushko et al., 2022; Perifanis & Kitsios, 2023)

2.2.2.3 อัลกอริทึมการสร้าง (Generative algorithms) อัลกอริทึมการสร้างเป็นอัลกอริทึมที่ใช้ในการสร้างเนื้อหาใหม่ อัลกอริทึมการสร้างมักใช้กับปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ เพื่อสร้างเนื้อหาใหม่ เช่น ข้อความ รูปภาพ เสียง หรือวิดีโอ อัลกอริทึมกำเนิดคือแบบจำลองการคำนวณที่

ออกแบบมาเพื่อผลิตเนื้อหาใหม่ตามรูปแบบที่เรียนรู้จากข้อมูลที่มีอยู่ อัลกอริทึมเหล่านี้ใช้ประโยชน์จากเทคนิคการเรียนรู้ของเครื่อง เช่น เครือข่ายประสาทเชิงลึกและอัลกอริทึมทางพันธุกรรม เพื่อเรียนรู้โครงสร้างและความสัมพันธ์พื้นฐานภายในชุดข้อมูล ด้วยการจับรูปแบบเหล่านี้ อัลกอริทึมเชิงสร้างสรรค์สามารถสร้างเนื้อหาใหม่ที่สอดคล้องกับสไตล์ ความสวยงาม หรือคุณลักษณะของข้อมูลอินพุต (Pollák & Török, 2022) (Fedushko et al., 2022)

2.2.3 กระบวนการทำงานของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ กระบวนการทำงานของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ กระบวนการสร้าง ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ มีขั้นตอนหลักที่นำมาพัฒนาและสร้างระบบที่สามารถคิดและปฏิบัติงานเชิงอัตโนมัติได้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และประเภทของระบบปัญญาประดิษฐ์ที่ต้องการสร้าง กระบวนการทำงานของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ 7 กระบวนการ ดังนี้



ภาพที่ 2-4 กระบวนการสร้างปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์

2.2.3.1 การกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขต (Define objective) เริ่มต้นด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ของระบบปัญญาประดิษฐ์ที่ต้องการสร้าง ระบุความสามารถที่คาดหวังและขอบเขตของระบบ เช่น การจำแนกประเภทภาพถ่าย การแปลภาษาอัตโนมัติ เป็นต้น

2.2.3.2 การรวบรวมและประมวลผลข้อมูลล่วงหน้า (Gather & Pre-process data) ขั้นตอนต่อไปคือรวบรวมข้อมูลที่เป็นสำหรัปัญญาประดิษฐ์ เรียนรู้ ข้อมูลนี้อาจอยู่ในรูปของข้อความ รูปภาพ เสียง หรือวิดีโอ

2.2.3.3 การเลือกและสร้างโมเดลปัญญาประดิษฐ์ (Choose Appropriate model) การเลือกอัลกอริทึมการเรียนรู้ของเครื่องที่เหมาะสมกับปัญหาของคุณ อัลกอริทึมการเรียนรู้ของเครื่องมีหลายประเภท และอัลกอริทึมที่ดีที่สุดสำหรับปัญหาหนึ่งอาจไม่ใช่อัลกอริทึมที่ดีที่สุดสำหรับปัญหาอื่น

2.2.3.4 การเตรียมข้อมูลและการฝึกโมเดล (Train the model) การพัฒนาและปรับปรุงโมเดลปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือโมเดลเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) ซึ่งใช้เพื่อให้คอมพิวเตอร์เรียนรู้และทำงานอย่างรู้ความเข้าใจในแบบที่คล้ายคลึงกับมนุษย์ได้มากขึ้น ดังนั้นจึงมีขั้นตอนหลายขั้นตอนในกระบวนการเตรียมข้อมูลและการฝึกโมเดล

2.2.3.5 การปรับใช้ (Model deployment) การนำปัญญาประดิษฐ์ ไปใช้ในสภาพแวดล้อมจริงที่มีผลกระทบอย่างมากต่อหลายอุตสาหกรรมปัญญาประดิษฐ์มีศักยภาพเพื่อนำไปปรับปรุงเพื่อประโยชน์ใน หลาย ๆ ด้านและการนำปัญญาประดิษฐ์ไปใช้ในชีวิตประจำวัน

2.2.3.6 การประเมินและปรับแต่ง (Evaluate & Refine) ประเมินปัญญาประดิษฐ์การประเมินประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์โดยให้ปัญญาประดิษฐ์ทดสอบกับชุดข้อมูลทดสอบ

2.2.3.7 การปรับใช้และทำซ้ำ (Deploy & Iterate) กระบวนการปรับใช้และการทำซ้ำปัญญาประดิษฐ์เป็นกระบวนการต่อเนื่อง สิ่งสำคัญคือต้องติดตามประสิทธิภาพของระบบปัญญาประดิษฐ์ และทำการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้แน่ใจว่าระบบปัญญาประดิษฐ์ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.3 แพลตฟอร์มอัจฉริยะ

2.3.1 ความหมายของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platform) แพลตฟอร์มอัจฉริยะหมายถึง หมายถึงระบบหรือโครงสร้างที่ใช้เป็นพื้นฐานในการรวบรวมและให้บริการความสามารถต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้หรือแอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นบนนั้น รวมถึงการใช้งานร่วมกันของคอมพิวเตอร์หลายเครื่องเพื่อทำงานร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ ที่นำเอาเทคโนโลยีและข้อมูลที่อัตโนมัติมาใช้ในการประมวลผลการตัดสินใจ และการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่าง ๆ ทั้งในระบบองค์กร การบริหารจัดการ การบริการลูกค้า และประเด็นที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในยุคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างไม่เคยมีมาก่อน แนวคิดของ "แพลตฟอร์มอัจฉริยะ" ได้กลายเป็นสัญญาณแห่งการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมต่าง ๆ กรอบการทำงานที่เป็นนวัตกรรมใหม่นี้แสดงถึงการบรรจบกันของเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูล ระบบอัตโนมัติ และการเชื่อมต่อแพลตฟอร์มอัจฉริยะกำลังพลิกโฉมวิธีการทำงานของธุรกิจ องค์กร และสังคม ทำให้สามารถควบคุมพลังของข้อมูลเชิงลึกที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ระบบอัตโนมัติ และการสื่อสารที่ราบรื่น

Gartner (2565) กล่าวว่า แพลตฟอร์มอัจฉริยะในรูปแบบบริการ (iPaaS): iPaaS เป็นแพลตฟอร์มบนคลาวด์ที่ผสานรวมและเชื่อมต่อแอปพลิเคชัน ระบบ และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั่วทั้ง

องค์กร ช่วยให้เกิดการไหลของข้อมูลที่ราบรื่น เวิร์คอัตโนมัติ และอำนวยความสะดวกในการพัฒนา แอปพลิเคชันอัจฉริยะ

Forrester (2021) แพลตฟอร์มระบบอัตโนมัติอัจฉริยะ แพลตฟอร์มระบบอัตโนมัติอัจฉริยะ ผสมผสานกระบวนการอัตโนมัติของหุ่นยนต์ (RPA) เข้ากับความสามารถของ AI เพื่อทำให้งานและกระบวนการตามปกติเป็นไปโดยอัตโนมัติ โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีต่างๆ เช่น การประมวลผลภาษาธรรมชาติ (NLP) และการมองเห็นคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน

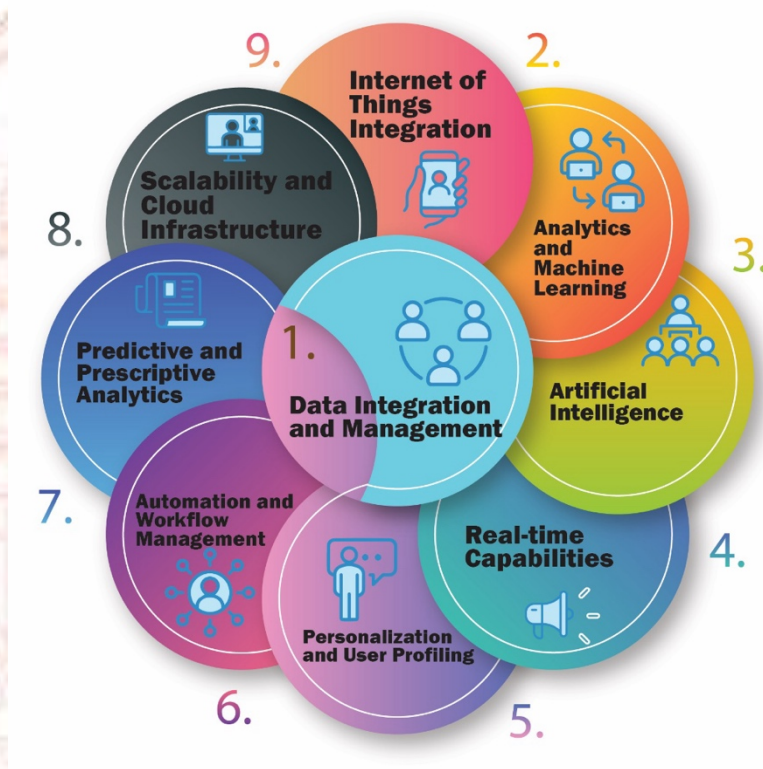
Deloitte (2563) กล่าวว่า แพลตฟอร์มการจัดการข้อมูลอัจฉริยะ แพลตฟอร์มประเภทนี้ใช้ อัลกอริทึม AI และ ML เพื่อจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณมากอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้ องค์กรต่าง ๆ ในการบูรณาการข้อมูล การล้างข้อมูล การกำกับดูแลข้อมูล และความปลอดภัยของ ข้อมูล ซึ่งช่วยให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกอันมีค่าและขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและข้อความระหว่างส่วนต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยในระบบงานและทำหน้าที่สร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกขององค์กร ซึ่งสื่อสารที่มีความเข้าใจและความร่วมมือจะส่งผลให้เกิดความรู้ในการดำเนินงานและการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

Salesforce (2023) กล่าวว่า แพลตฟอร์มประสบการณ์ลูกค้าอัจฉริยะ: แพลตฟอร์ม ประสบการณ์ลูกค้าอัจฉริยะใช้ประโยชน์จากเทคนิค AI และ ML เพื่อปรับปรุงการโต้ตอบกับลูกค้า และมอบประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยจะวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า คาดการณ์ พฤติกรรมของลูกค้า และให้คำแนะนำแบบเรียลไทม์ ซึ่งจะช่วยปรับปรุงความพึงพอใจและความภักดี ของลูกค้าในท้ายที่สุด

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า แพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platform) หมายถึง ซอฟต์แวร์ หรือโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีที่รวมเอาเทคโนโลยีขั้นสูงต่าง ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การเรียนรู้ ของเครื่อง การวิเคราะห์ข้อมูล และระบบอัตโนมัติ เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดยิ่งขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้ โดยทำหน้าที่เป็นรากฐานสำหรับการ พัฒนาและปรับใช้แอปพลิเคชันและบริการอัจฉริยะ โดยทั่วไปแล้วแพลตฟอร์มอัจฉริยะจะใช้ ประโยชน์จากข้อมูลจำนวนมาก ทั้งที่มีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง เพื่อดึงข้อมูลเชิงลึกอันมีค่าและ อำนวยความสะดวกในการวิเคราะห์แบบเรียลไทม์หรือเชิงคาดการณ์ สามารถทำงานร่วมกับระบบ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ช่วยให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลและการทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างราบรื่น แพลตฟอร์มเหล่านี้มักนำเสนอฟีเจอร์ต่าง ๆ เช่น การประมวลผลภาษาธรรมชาติ คอมพิวเตอร์วิทัศน์ เครื่องมือแนะนำ และความสามารถอัตโนมัติ ทำให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับระบบด้วยวิธีที่ใช้งานง่าย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น แพลตฟอร์มอัจฉริยะค้นหาแอปพลิเคชันในอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึง

การเงิน การดูแลสุขภาพ การขายปลีก การผลิต และการขนส่ง สามารถใช้สำหรับงานต่าง ๆ เช่น ประสบการณ์ของลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล การตรวจจัดการฉ้อโกง การบำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ การเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน และกระบวนการอัตโนมัติ

2.3.2 องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ตามองค์ประกอบทั้ง 9 ดังนี้ (Miller et al., n.d.)



ภาพที่ 2-5 องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

2.3.2.1 การรวมและการจัดการข้อมูล (Data Integration and Management) หมายถึง การรวบรวม ประมวลผล และจัดเก็บข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้มั่นใจในคุณภาพของข้อมูล การเข้าถึงได้ และความเกี่ยวข้องสำหรับการวิเคราะห์และการตัดสินใจเพิ่มเติม Kimball, R., Ross, M., Thornthwaite, W., Mundy, J., & Becker, B. (2013) Wixom, B. H., & Ariyachandra, T. (2017)

2.3.2.2 การวิเคราะห์และการเรียนรู้ของเครื่อง (Analytics and Machine Learning) หมายถึง การประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ขั้นสูงและอัลกอริทึมการเรียนรู้ของเครื่องเพื่อประมวลผลและแปลงข้อมูลดิบเป็นข้อมูลที่สมเหตุสมผลรูปแบบและการคาดการณ์ Provost, F., & Fawcett, T. (2013) James, G., Witten, D., Hastie, T., & Tibshirani, R. (2013)

2.3.2.3 ความสามารถของอัจฉริยะประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หมายถึง การรวมเทคโนโลยี AI เช่น การประมวลผลภาษาธรรมชาติ คอมพิวเตอร์วิทัศน์ และโครงข่ายประสาทเทียม เพื่อให้แพลตฟอร์มสามารถเข้าใจ ดีความ และตอบสนองต่อการโต้ตอบและข้อมูลของผู้ใช้ Russell, S., & Norvig, P. (2016) Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2020)

2.3.2.4 การประมวลผลแบบเรียลไทม์ (Real-time Capabilities) หมายถึง องค์ประกอบที่ช่วยให้แพลตฟอร์มสามารถประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ อำนวยความสะดวกในการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและให้ข้อมูลเชิงลึกในทันที Böhm, C., & Klemm, F. (2014) Babcock, B., Babu, S., Datar, M., Motwani, R., & Widom, J. (2002)

2.3.2.5 การปรับแต่งและสร้างโปรไฟล์ผู้ใช้ (Personalization and User Profiling) หมายถึง การใช้ข้อมูลผู้ใช้เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ปรับแต่ง คำแนะนำเนื้อหา และบริการ เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของผู้ใช้ Burke, R. (2002) Adomavicius, G., & Tuzhilin, A. (2005)

2.3.2.6 ระบบอัตโนมัติและการจัดการเวิร์ค (Automation and Workflow Management) หมายถึง ส่วนประกอบนี้ช่วยอัตโนมัติกระบวนการ งาน และกระแสทำงาน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน ช่วยลดความพยายามด้วยมือ และให้มั่นใจ Hammer, M., & Champy, J. (2003) van der Aalst, W. M. P. (2016)

2.3.2.7 การวิเคราะห์เชิงคาดการณ์และเชิงกำหนด (Predictive and Prescriptive Analytics) หมายถึง องค์ประกอบที่เป็นมากกว่าการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตและกำหนดคำแนะนำที่สามารถนำไปปฏิบัติได้เพื่อการตัดสินใจที่เหมาะสมที่สุด Davenport, T. H., Harris, J. G., & Morison, R. (2010) Marlin, B. M. (2012)

2.3.2.8 ความยืดหยุ่นและโครงสร้างพื้นฐานของคลาวด์ (Scalability and Cloud Infrastructure) หมายถึง ความสามารถของแพลตฟอร์มในการจัดการปริมาณข้อมูลที่เพิ่มขึ้นและความต้องการของผู้ใช้โดยใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานคลาวด์ที่ปรับขนาดได้ Armbrust, M., Fox, A., Griffith, R., et al. (2010) Buyya, R., Broberg, J., & Goscinski, A. M. (2011)

2.3.2.9 การบูรณาการกับอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things Integration) หมายถึง ส่วนประกอบนี้ผสมผสานกับอุปกรณ์ Internet of Things (IoT) และเซ็นเซอร์เพื่อเก็บข้อมูลแบบเรียลไทม์จากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เพิ่มพูนข้อมูลเชิงลึกและเพิ่มความสามารถ Atzori, L., Iera, A., & Morabito, G. (2010) Lee, I., & Lee, K. (2015)

2.3.3 กระบวนการทำงานของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ กระบวนการของของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลและข่าวสารในองค์กรมหาวิทยาลัย

โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย กระบวนการนี้สามารถแบ่งเป็นขั้นตอนได้ 7 ขั้นตอน ดังนี้ (Miller et al., n.d.)

2.3.3.1 การกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร (Communication goal setting) การเริ่มกระบวนการสื่อสารควรมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ว่าต้องการสื่อสารเรื่องใด และส่งผ่านกลุ่มเป้าหมายใด เช่น การสื่อสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงนโยบายการเรียนการสอนให้คณาจารย์ และนักศึกษาเข้าใจ

2.3.3.2 การวางแผนสื่อสาร (Communication planning) การวางแผนเพื่อกำหนดวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ช่องทางต่าง ๆ เช่นการประชุม การส่งอีเมล หรือการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นต้น

2.3.3.3 การสร้างเนื้อหา (Content creation) การสร้างข้อมูลและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายการสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลที่มีคุณภาพและถูกต้อง

2.3.3.4 การส่งข้อมูลจากผู้สื่อสารไปยังผู้รับข้อมูล (Transmission of information from the communicator to the recipient) ซึ่งสามารถทำได้ผ่านหลายช่องทาง เช่น การประชุม การเขียนเอกสาร หรือการใช้สื่อออนไลน์ เป็นต้น

2.3.3.5 การรับข้อมูลและตอบรับ (Receiving and accepting information) การผู้รับข้อมูลรับทราบและตอบรับข้อมูลที่ได้รับ อาจเป็นการให้ความคิดเห็น หรือการส่งข้อมูลกลับเพื่อปรับปรุงกระบวนการสื่อสารในอนาคต

2.3.3.6 การวิเคราะห์และประเมิน (Analysis and assessment) การวิเคราะห์ผลของการสื่อสารว่าได้ผลสำเร็จตามเป้าหมายหรือไม่ และประเมินกระบวนการสื่อสารเพื่อปรับปรุงในครั้งถัดไป

2.3.3.7 การปรับปรุงแก้ไข (Revision) การใช้ผลการวิเคราะห์และประเมินเพื่อปรับปรุงกระบวนการสื่อสารในอนาคต เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

2.4 ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

2.4.1 ความหมายของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University goodwill ambassador) หมายถึง ตันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador) หมายถึง บุคคลที่ได้รับการแต่งตั้งหรือเลือกให้เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและนำเสนอความสำเร็จของมหาวิทยาลัยในด้านต่าง ๆ เช่น การศึกษา วิจัย และกิจกรรมทางสังคม โดยทูตสันถวไมตรีมีบทบาทสำคัญในการสร้างและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยมีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ซึ่งรวมถึงการเข้าร่วมงานกิจกรรมที่สำคัญ เช่น งานสัมมนา การประชุมในระดับชาติและนานาชาติ งานจัดแสดงผลงานของนักศึกษาและคณาจารย์ รวมถึงการ

ทำงานร่วมกับองค์กรภายนอกและชุมชน เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยาลัยและสังคม ทูตสันถวไมตรียังมีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้เรียนและบุคลากรในมหาวิทยาลัย ด้วยการใช้ประสบการณ์ของตัวเองและความสำเร็จในสาขาต่าง ๆ เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดี และช่วยส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในมหาวิทยาลัยให้มีความก้าวหน้า การเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยนั้นไม่เพียงแต่ต้องมีการศึกษาทางวิชาการที่ดี แต่ยังต้องมีทักษะในการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ การมีทักษะการเจรจาและการสร้างความสัมพันธ์เหล่านี้จะทำให้ทูตสันถวไมตรีสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทบาทของทูตสันถวไมตรียังรวมถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและนำเสนอโครงการทางการศึกษาใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนและสังคม นอกจากนี้ ทูตสันถวไมตรียังสามารถเป็นสะพานในการสร้างความร่วมมือทางวิจัยกับองค์กรต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางวิชาการและนวัตกรรม การฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะที่เหมาะสมสำหรับทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยมหาวิทยาลัยควรจัดโครงการอบรมที่มุ่งพัฒนาทักษะการสื่อสาร การนำเสนอ และการทำงานเป็นทีม เพื่อให้ทูตสันถวไมตรีสามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสรุปการมีทูตสันถวไมตรีที่มีคุณภาพจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทุกภาคส่วน ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ ซึ่งจะนำมาสู่โอกาสในการพัฒนาและขยายเครือข่ายของมหาวิทยาลัยอีกด้วย ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย พร้อมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและองค์กรภายนอกที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมทางการศึกษา วิจัย และนวัตกรรมในอนาคต

United Nations. (2021) กล่าวว่า ทูตสันถวไมตรีคือบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งมักเป็นคนดัง ผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียง หรือบุคคลที่ได้รับความเคารพในสาขาของตน ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากองค์กรระหว่างประเทศ รัฐบาล หรือหน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐ เพื่อสนับสนุนสาเหตุเฉพาะ ความพยายามด้านมนุษยธรรม และความเข้าใจทางวัฒนธรรม หน้าที่เป็นผู้สร้างสะพาน โดยใช้ประโยชน์จากอิทธิพลและความนิยมเพื่อดึงดูดผู้ชมที่หลากหลายและขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก แนวคิดเรื่องทูตสันถวไมตรีมีต้นกำเนิดมาในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 เมื่อบุคคลที่มีชื่อเสียงอย่างออเดรย์ เฮปเบิร์น และแดนนี่ เคย์ ได้รับการแต่งตั้งจากยูนิเซฟ เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเด็ก

Sotomayor, A. E. (2018) กล่าวว่า ทูตสันถวไมตรีมีบทบาทหลายแง่มุมในการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทำหน้าที่เป็นตัวแทนอย่างไม่เป็นทางการจากสาเหตุต่าง ๆ ซึ่งมีส่วนสนับสนุนการทูตแบบ soft power ของประเทศหรือองค์กรของตน ด้วยการให้ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ทูตเหล่านี้อำนวยความสะดวกในการมีส่วนร่วมของสาธารณชน สร้างความสนใจของสื่อ และดึงดูดทรัพยากรสำหรับโครงการที่มุ่งจัดการกับความท้าทาย บทบาทในการสร้างการเจรจา

ระหว่างประเทศ วัฒนธรรม และสังคมมีส่วนสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและส่งเสริมความร่วมมือ ทั้งในระดับการทูตและระดับรากหญ้า

Borgerson, S. (2016) กล่าวว่า แม้จะมีผลกระทบเชิงบวก แต่ทูตสันถวไมตรีต้องเผชิญกับความท้าทายและการวิพากษ์วิจารณ์บางประการ นักวิจารณ์บางคนแย้งว่าการพึ่งพาคนดังสามารถทำให้ปัญหาที่ซับซ้อนซับซ้อนเกินไปได้ ซึ่งนำไปสู่ความเข้าใจอย่างผิวเผินและท่าทางที่เป็นสัญลักษณ์ นอกจากนี้ ความกังวลเกี่ยวกับความโปร่งใสของความสัมพันธ์ระหว่างเอกอัครราชทูตและองค์กรที่ให้การสนับสนุนได้เกิดขึ้น ทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้น

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University goodwill ambassador) หมายถึง บุคคลที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและนำเสนอความสำเร็จของมหาวิทยาลัยในด้านการศึกษา วิจัย และกิจกรรมทางสังคม ทูตสันถวไมตรีมีหน้าที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้เรียนและบุคลากร ควบคู่ไปกับการพัฒนาและนำเสนอโครงการทางการศึกษาใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์ต่อสังคม นอกจากนี้ ทูตสันถวไมตรียังมีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชนและองค์กรภายนอก รวมถึงการส่งเสริมโอกาสในการทำงานร่วมกันทางวิจัย เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาทางวิชาการและนวัตกรรม

2.4.2 ประเภทของทูตสันถวไมตรี

ทูตสันถวไมตรีประกอบด้วยบุคคลที่หลากหลาย รวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง ดารา กีฬา ศิลปิน นักเคลื่อนไหวเยาวชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์ ผู้ให้การสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม นักปกป้องสิทธิมนุษยชน ผู้นำธุรกิจ นักเคลื่อนไหวทางสังคม และผู้สนับสนุนวัฒนธรรม ทูตเหล่านี้ใช้ประโยชน์จากชื่อเสียง อิทธิพล และความเชี่ยวชาญของตนเพื่อสนับสนุนประเด็นต่าง ๆ เช่น ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรม การศึกษา ความเท่าเทียมทางเพศ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และอื่น ๆ ผ่านบทบาทและการเชื่อมช่องว่างทางวัฒนธรรม สร้างความตระหนักรู้ ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก และมีส่วนร่วมในชุมชนที่เชื่อมโยงถึงกันและมีความเห็นอกเห็นใจมากขึ้น ประเภทของทูตสันถวไมตรีแบ่งออกได้เป็น 9 ประเภท ดังนี้ (UNHCR, n.d.; UNICEF, n.d.; UN Women, n.d.)

2.4.2.1 ผู้มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง (Entertainment Icons) บุคคลสำคัญด้านความบันเทิงเหล่านี้ใช้การยกย่องจากทั่วโลกในการให้ความกระจ่างเกี่ยวกับประเด็นสำคัญ สร้างความตระหนักรู้ และระดมทรัพยากรเพื่อจุดประสงค์ด้านมนุษยธรรมต่างๆ อิทธิพลขยายไปไกลกว่าความสำเร็จทางศิลปะ เป็นผู้สนับสนุนและทูตที่มีประสิทธิภาพสำหรับการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

2.4.2.2 ผู้มีชื่อเสียงในวงการกีฬา (Sports Stars) ดารา กีฬาที่ใช้แพลตฟอร์มและค่านิยมของตนเพื่อดึงความสนใจไปยังประเด็นสำคัญ สนับสนุนด้านมนุษยธรรม และมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

2.4.2.3 ศิลปินและนักเขียน (Artists and Authors) ศิลปินและนักเขียนเหล่านี้ใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ การเล่าเรื่อง และอิทธิพลของตนเพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก ความเข้าใจข้ามวัฒนธรรม และการศึกษา

2.4.2.4 บุคคลรุ่นเยาว์ (Youth Activists) นักเคลื่อนไหวรุ่นเยาว์เหล่านี้ได้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่โดดเด่นในการสร้างความตระหนักรู้และสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในประเด็นต่าง ๆ ตั้งแต่การศึกษาและการเสริมอำนาจ ไปจนถึงสิทธิมนุษยชนและการแก้ไขข้อขัดแย้ง

2.4.2.5 ผู้สนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Advocates) ผู้สนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ใช้อิทธิพลของตนเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเร่งด่วนทางนิเวศวิทยา ส่งเสริมแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน และสร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินการสู่ออนาคตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

2.4.2.6 นักปกป้องสิทธิมนุษยชน (Human Rights Defenders) นักปกป้องสิทธิมนุษยชนเหล่านี้ใช้เวทีของตนเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับประเด็นความยุติธรรมทางสังคม ให้การสนับสนุนชุมชนชายขอบ และมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

2.4.2.7 ผู้นำธุรกิจและอุตสาหกรรม (Business and Industry Leaders) ผู้นำทางธุรกิจและอุตสาหกรรมเหล่านี้ใช้ประโยชน์จากความสำเร็จและอิทธิพลของตนเพื่อสนับสนุนการพัฒนา ส่งเสริมกิจกรรมด้านมนุษยธรรม และจัดการกับความท้าทายเร่งด่วน

2.4.2.8 นักเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Activists) นักเคลื่อนไหวทางสังคมเหล่านี้ใช้แพลตฟอร์มของตนเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับประเด็นทางสังคมที่สำคัญ สนับสนุนชุมชนชายขอบ และมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

2.4.2.9 ผู้ส่งเสริมวัฒนธรรมและมรดก (Cultural and Heritage Promoters) ผู้ส่งเสริมวัฒนธรรมและมรดกเหล่านี้ใช้เวทีของตนเพื่อเน้นย้ำถึงความสำคัญของความหลากหลายทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์มรดก และการเจรจาห้วงวัฒนธรรม ในการสร้างสังคมโลกที่มีความสามัคคีและเข้าใจมากขึ้น

2.4.3 คุณลักษณะของทูตสันถวไมตรี

ทูตสันถวไมตรี (Goodwill Ambassador) คือบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ได้รับเลือกจากองค์กรระหว่างประเทศให้เป็นตัวแทนและสนับสนุนประเด็นต่างๆ บุคคลที่เป็นเสมือนตัวแทนเหล่านี้มีภูมิหลังที่หลากหลาย ตั้งแต่บุคคลสำคัญในวงการบันเทิง ดารากีฬา ไปจนถึงศิลปิน นักกิจกรรม และผู้นำทางธุรกิจ บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากอิทธิพล ชื่อเสียง และความเชี่ยวชาญเพื่อสร้างความตระหนักรู้ ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก และแก้ไขปัญหาที่สำคัญโดยร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศและองค์กรพัฒนาเอกชนประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 5 คุณลักษณะ ดังนี้
United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR)

- 2.4.3.1 ตัวแทนองค์กร (Corporate representative)
- 2.4.3.2 สร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (Build international relations)
- 2.4.3.3 การประชาสัมพันธ์นำเสนอนโยบาย (Public relations presents policies)
- 2.4.3.4 การปรากฏตัวต่อสื่อ (Media appearances)
- 2.4.3.5 ทักษะทางการทูตและการเจรจา (Diplomacy and negotiation skills)



ภาพที่ 2-6 องค์ประกอบทูตสันถวไมตรี

2.4.3 กระบวนการของทูตสันถวไมตรี

กระบวนการในการเป็นทูตสันถวไมตรี คือ กระบวนการในการเป็นทูตสันถวไมตรีเกี่ยวข้องกับหลายขั้นตอน รวมถึงการคัดเลือก การแต่งตั้ง บทบาทและความรับผิดชอบ การสนับสนุนและผลกระทบ ต่อไปนี้เป็นภาพรวมของกระบวนการทั่วไป รายละเอียดของกระบวนการที่ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 2-7 กระบวนการสร้างทูตสันถวไมตรี

2.4.3.1 การระบุและการคัดเลือก (Identification and Selection) หมายถึงองค์กร เช่น สหประชาชาติ หน่วยงานของ UN และองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ระบุบุคคลที่ได้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าต่อสาเหตุเฉพาะ และมีอิทธิพลและการยอมรับที่จำเป็นในการสนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพใน กระบวนการคัดเลือกจะพิจารณาถึงความสำเร็จ ชื่อเสียง ความสอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร และศักยภาพในการมีส่วนร่วมอย่างมีนัยสำคัญการสร้างหลักสูตร คือ คณะผู้เชี่ยวชาญจะสร้างหลักสูตรการเรียนรู้ที่เข้ากับเป้าหมายและความต้องการ รวมถึงการเลือกวิธีการสอนและเนื้อหาการเรียนรู้

2.4.3.2 การแต่งตั้งและการแนะนำตัว (Appointment and Recognition) หมายถึง เมื่อระบุตัวตนได้แล้ว บุคคลที่เลือกจะได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการให้เป็นทูตสันถวไมตรีผ่านประกาศอย่างเป็นทางการจากองค์กร การประกาศนี้มักประกอบด้วยข่าวประชาสัมพันธ์หรือคำแถลงต่อสาธารณะเพื่อแนะนำเอกอัครราชทูตคนใหม่ และเน้นย้ำถึงความสำเร็จและความมุ่งมั่น

2.4.3.3 การปฐมนิเทศและการฝึกอบรม (Orientation and Training) หมายถึง ทูตสันถวไมตรีมักจะได้รับการปฐมนิเทศและกระบวนการฝึกอบรมเพื่อทำความเข้าใจกับเป้าหมาย

ค่านิยม และความคิดริเริ่มที่กำลังดำเนินอยู่ขององค์กร ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุเฉพาะที่จะสนับสนุน รวมถึงความท้าทายและโอกาสที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง

2.4.3.4 หน้าที่และความรับผิดชอบ (Roles and Responsibilities) หมายถึง ทูตสันถวไมตรีได้รับมอบหมายบทบาทและความรับผิดชอบที่หลากหลายซึ่งสอดคล้องกับจุดประสงค์ที่เป็นตัวแทน ความรับผิดชอบเหล่านี้อาจรวมถึงการเข้าร่วมในการรณรงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ การกล่าวสุนทรพจน์ในงานต่าง ๆ การเข้าร่วมการประชุม การให้สัมภาษณ์สื่อ การเยี่ยมชมโครงการ และการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสร้างความตระหนักรู้ การสนับสนุนผู้เรียน คือ การสนับสนุนและการแก้ไขปัญหาเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาตนเอง

2.4.3.5 การสนับสนุนและการมีส่วนร่วม (Advocacy and Engagement) หมายถึง ทูตสันถวไมตรีใช้เวทีสาธารณะและอิทธิพลของตนเพื่อสนับสนุนสาเหตุทั้งในประเทศและต่างประเทศ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม การประชุม และแคมเปญสื่อเพื่อขยายข้อความขององค์กรและดึงดูดความสนใจไปยังประเด็นสำคัญ การมีส่วนร่วมการช่วยสร้างผลประโยชน์สาธารณะ การสนับสนุน และการดำเนินการการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ มหาวิทยาลัยบริษัทสร้างโอกาสให้ผู้เรียนแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ทั้งในรูปแบบของเวทีการนำเสนอ การสัมมนา และกิจกรรมเกี่ยวกับการแบ่งปัน

2.4.3.6 สร้างความร่วมมือ (Collaborative Efforts) หมายถึง ทูตสันถวไมตรีร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับองค์กรและพันธมิตรเพื่อวางแผนและดำเนินการริเริ่มต่างๆ สนับสนุนความเชี่ยวชาญทรัพยากร และการเชื่อมต่อเพื่อเพิ่มผลกระทบของโครงการ ความพยายามในการทำงานร่วมกันอาจเกี่ยวข้องกับการระดมทุน การระดมทรัพยากร และการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายเพื่อรวบรวมการสนับสนุน

2.4.3.7 การติดตามและประเมินผล (Monitoring and Evaluation) หมายถึง ตลอดระยะเวลาดำรงตำแหน่ง ผลกระทบและประสิทธิผลของทูตสันถวไมตรีจะได้รับการติดตามและประเมินผล การประเมินนี้อาจเกี่ยวข้องกับการติดตามการรายงานข่าวของสื่อ การวัดการมีส่วนร่วมของสาธารณะ และการวัดขอบเขตที่การมีส่วนร่วมของทูตสันถวไมตรีมีส่วนช่วยให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัญญา จันเพียร 2017 ได้ทำการวิจัย เรื่อง ประเภทผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดออนไลน์ (Online Influencer) ในโฆษณายุคดิจิทัล ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดออนไลน์ (Online Influencer) มีอิทธิพล

ต่อผู้บริโภคอย่างมาก ซึ่งผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดบนสื่อออนไลน์แต่ละประเภทก็สร้างอิทธิพลที่แตกต่างกันออกไป อีกทั้งยังมีความเหมาะสมต่อโฆษณาแต่ละรูปแบบแตกต่างกัน โดยไม่มีทฤษฎีใดมาบอกว่าผู้ทรงอิทธิพลความคิดออนไลน์ (Online Influencer) ประเภทไหนเหมาะสมกับโฆษณาแบบใด นักโฆษณาควรมีเกณฑ์ในการเลือกใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดออนไลน์ (Online Influencer) เพื่อให้งานโฆษณานั้น ๆ มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดย Brian Solis ได้เสนอไว้ 7 ประการ ได้แก่ Relevance, Authority, Affinity, Proximity, Trust, Popularity และ Goodwill หรือนักโฆษณาอาจจะพิจารณาจากข้อดีข้อเสียของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดออนไลน์ (Online Influencer) แต่ละประเภท

เหมือนฝัน คงสมแสง 2565 ได้ทำการวิจัย เรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติเชิงบวกต่องานศิลปะก่อนและหลังที่รู้ว่าสร้างสรรค์โดยปัญญาประดิษฐ์ ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่องานศิลปะของกลุ่มตัวอย่างก่อนรับรู้ว่าจะสร้างสรรค์โดยปัญญาประดิษฐ์ มีทัศนคติเชิงบวกต่องานศิลปะในระดับมากกว่าหลังรับรู้ ซึ่งทัศนคติเชิงบวกในประเด็นต่าง ๆ ลดระดับลงอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ ตัวแปรเพศไม่มีผลทำให้เกิดความแตกต่างของทัศนคติ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับศิลปะพึงวางแผนการสื่อสารผ่านองค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ในพื้นที่ศิลปะอันจะส่งผลไปยังการพิจารณาความงามและทัศนคติต่องานศิลปะที่สร้างสรรค์โดยปัญญาประดิษฐ์ ส่วนศิลปินที่เป็นมนุษย์ก็สามารถช่วยให้วงการศิลปะเกิดสันติได้โดยให้การยอมรับงานศิลปะที่สร้างสรรค์โดยปัญญาประดิษฐ์รวมทั้งผู้รับสารก็พึงพิจารณางานศิลปะอย่างเป็นกลางและระมัดระวังมากยิ่งขึ้นมิให้การที่ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้สร้างผลงานศิลปะเป็นตัวแปรมีผลต่อทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญ

บุญชม สุตจิตต์ (2022) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและประเมินสถาปัตยกรรมกระบวนการสำหรับออกแบบชุดอักษรภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ไทยใน 4 ภูมิภาคด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและประเมินสถาปัตยกรรมกระบวนการสำหรับออกแบบชุดอักษรภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ไทยใน 4 ภูมิภาค โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เป็นการนำเสนอกระบวนการออกแบบตัวอักษรกราฟิกประยุกต์โดยใช้ปัจจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีของท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค งานวิจัยนี้มีการดำเนินการ 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) การเก็บรวบรวมข้อมูล 2) การออกแบบสถาปัตยกรรมกระบวนการ 3) การประเมินสถาปัตยกรรมกระบวนการ และ 4) การออกแบบชุดอักษรต้นแบบ 4 ภูมิภาค ผลการวิจัยพบว่า 1) สถาปัตยกรรมกระบวนการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) 2) ผลการประเมินสถาปัตยกรรมกระบวนการเฉลี่ยโดยรวม พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$) 3) เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สามารถสร้างความมั่นใจในการตรวจสอบรูปภาพเกี่ยวกับภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ศิลปะของแต่ละภาคของไทยทั้ง 4 ภูมิภาค สามารถนำไปใช้ในกระบวนการพัฒนาชุด

อักษรกราฟิกเชิงประยุกต์ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ได้ และสามารถจำแนกรูปภาพเกี่ยวกับภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ศิลปะของไทยได้อย่างแม่นยำโดยมีค่าเท่ากับ 0.7

กมลวรรณ อยู่วัฒน์ (2565) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การกำหนดนิติสัมพันธ์ในการโฆษณาสินค้าและบริการผ่านผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการเจ้าของสินค้าและบริการและผู้ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเรียกว่าผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน มีรูปแบบตามความตกลงทั้งในลักษณะที่เป็นลายลักษณ์อักษรและไม่เป็นลายลักษณ์อักษรแต่ยึดถือการแสดงออกตามพฤติการณ์ที่ปฏิบัติต่อกันเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กระตุ้นและส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการด้วยการส่งผ่านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคสื่อโดยตรง โดยผู้ประกอบการเจ้าของสินค้าและบริการจะได้รับประโยชน์ในทางพาณิชย์ธุรกิจ ทั้งทางการตลาดและสัดส่วนจำนวนยอดขายหรือจำนวนการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการ ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์จะได้รับสินจ้างในรูปแบบของเงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นเป็นการตอบแทน เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าความตกลงในลักษณะดังกล่าวทั้งตามกฎหมายไทย กฎหมายประเทศสวีเดน และกฎหมายประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นความผูกพันที่เกิดผลในทางกฎหมาย เกิดนิติสัมพันธ์ในทางพาณิชย์ นับแต่เวลาที่มีการแสดงเจตนาทำความตกลงร่วมกันตามหลักเสรีภาพในการแสดงเจตนา ผู้ประกอบการเจ้าของสินค้าและบริการและผู้ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์จึงต่างมีนิติสัมพันธ์ต่อกัน เกิดสิทธิและหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติต่อกันในฐานะคู่สัญญาตามหลักความรับผิดชอบในทางสัญญา (อยู่วัฒน์, 2022)

บุษกุล ไชยตันเทือก (2021) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การใช้นวัตกรรมแพลตฟอร์มเพื่อสังคมไทย บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการใช้นวัตกรรมแพลตฟอร์มเพื่อสังคมไทยแพลตฟอร์มที่ว่านี้ หมายถึงพื้นที่ออนไลน์ที่เป็นพื้นฐานของการพัฒนาแอปพลิเคชัน กระบวนการ หรือเทคโนโลยีสืบเนื่องอื่น ๆ รวมไปถึงรูปแบบธุรกิจที่สร้างมูลค่าจากการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนและปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนหรือองค์กรเป็นที่น่าสังเกตว่า ช่วงเปลี่ยนผ่านจาก Economy 3.0 ไปเป็น 4.0 นั้น การเข้ามาของ Business Platform ได้เปลี่ยนแปลงการทำธุรกิจรูปแบบเดิมมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ธุรกิจร้านหนังสือ ธุรกิจสถาบันการเงิน หรือแม้แต่ธุรกิจตัวกลางต่าง ๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในยุคใหม่ก็พากันขึ้นไปอยู่บนแพลตฟอร์มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากอย่างไรก็ตามในกิจกรรมบางประการที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของรัฐโดยตรง รัฐก็ควรที่จะมีแพลตฟอร์มเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น การติดต่อหน่วยงานราชการเป็นแพลตฟอร์มที่ภาครัฐทำได้เลย อาทิ การขอใบอนุญาตออนไลน์ต่าง ๆ แพลตฟอร์มด้านการศึกษาแพลตฟอร์มด้านการศึกษาแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวชุมชน แพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรมยั่งยืนแพลตฟอร์มด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแพลตฟอร์มขนส่งสาธารณะแพลตฟอร์มการจัดการขยะแพลตฟอร์ม

สิ่งแวดล้อมเป็นต้น เพียงแต่ถ้ารัฐทำแล้วต้องใช้ง่ายและใช้ได้จริง รวมถึงมีการเก็บข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาระบบต่อไป

ศิริลักษณ์ พึ่งรอด (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง สถาปัตยกรรมระบบบริหารจัดการสารสนเทศด้านความสัมพันธ์ต่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยีการประมวลผลแบบคลาวด์ที่ส่งเสริมการจัดลำดับมหาวิทยาลัย การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์กรอบแนวคิดสถาปัตยกรรมของระบบการจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยี Cloud Computing เพื่อส่งเสริมอันดับมหาวิทยาลัย 2) การออกแบบสถาปัตยกรรมการจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศระบบที่ใช้เทคโนโลยี Cloud Computing เพื่อส่งเสริมการจัดอันดับมหาวิทยาลัย 3) เพื่อพัฒนาสถาปัตยกรรมของระบบการจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง เพื่อส่งเสริมการจัดอันดับมหาวิทยาลัย และ 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจในการพัฒนาสถาปัตยกรรมของระบบการจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยี Cloud Computing เพื่อส่งเสริมอันดับมหาวิทยาลัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) กรอบแนวคิดสถาปัตยกรรมของระบบการจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งเพื่อส่งเสริมการจัดอันดับมหาวิทยาลัย 2) สถาปัตยกรรมการจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ระบบที่ใช้เทคโนโลยี Cloud Computing เพื่อส่งเสริมการจัดอันดับมหาวิทยาลัย และ 3) การประเมินผลความพึงพอใจในการพัฒนาสถาปัตยกรรมระบบการจัดการสารสนเทศความสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งเพื่อส่งเสริมอันดับมหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า 1) สถาปัตยกรรมที่พัฒนาแล้วของระบบการจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยใช้คลาวด์ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพื่อส่งเสริมการจัดอันดับมหาวิทยาลัยประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ (1.1) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (1.2) ข้อมูลระหว่างประเทศ (1.3) ระบบการจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (1.4) Private Cloud และ (1.5) การจัดอันดับมหาวิทยาลัย; และ 2) ผลการประเมินความเหมาะสมของสถาปัตยกรรมที่พัฒนาขึ้นของระบบการจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยี Cloud Computing เพื่อส่งเสริมการจัดอันดับมหาวิทยาลัยพบว่า (2.1) องค์กรประกอบโดยรวมด้านสถาปัตยกรรมของนานาชาติ ระบบบริหารจัดการข้อมูลความสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยี Cloud Computing เพื่อส่งเสริมมหาวิทยาลัย อันดับอยู่ในระดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D.= 0.55), (2.2) ตามความเหมาะสมขององค์ประกอบจำแนกองค์ประกอบของผู้มีส่วนได้เสียอยู่ในระดับความเหมาะสมสูงสุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.45), นานาชาติข้อมูลอยู่ในระดับความเหมาะสมสูงสุด ($\bar{X} = 4.83$, S.D.= 0.38), ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศระบบการจัดการอยู่ในระดับความเหมาะสมสูงสุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D.= 0.42), Private Cloud อยู่ที่ระดับความเหมาะสมสูงสุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.56) และองค์ประกอบการจัดอันดับมหาวิทยาลัยอยู่ที่ระดับความเหมาะสมสูงสุด ($\bar{X} = 4.90$, S.D.= 0.32); และ (2.3) การนำสถาปัตยกรรมของระบบ

การจัดการข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยี Cloud Computing เพื่อส่งเสริม
อันดับมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.62$, S.D.= 0.43)



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยออกเป็น 5 ระยะ ดังนี้

3.1 ระยะที่ 1 การวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.2 ระยะที่ 2 การออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.3 ระยะที่ 3 การสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4 ระยะที่ 4 การวิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.5 ระยะที่ 5 การวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

3.1 ระยะที่ 1 การวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.1.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์แบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย พัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์กรอบแนวคิด และพัฒนาแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

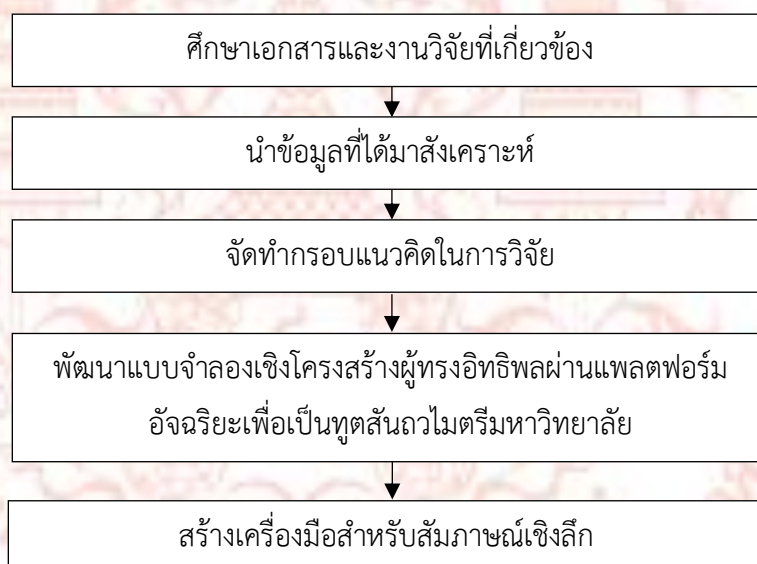
3.1.1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.1.1.2 นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์ เพื่อให้ได้ความหมายขององค์ประกอบและขั้นตอน และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ให้อยู่ในลักษณะของการปริทัศน์เอกสาร เป็นการนำข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จัดทำเป็นตารางสังเคราะห์

3.1.1.3 จัดทำกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้จัดทำเอกสารที่ผ่านการวิเคราะห์และสังเคราะห์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเหมาะสมของความหมาย องค์ประกอบ ขั้นตอน และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการปรับปรุง แก้ไข ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัยที่สมบูรณ์

3.1.1.4 พัฒนาแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย เมื่อพัฒนาเสร็จแล้ว นำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.1.1.5 สร้างเครื่องมือสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึกความเหมาะสมของแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แล้วนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา



ภาพที่ 3-1 แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.1.2 ขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกของแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

3.1.2.1 ศึกษาตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตัวอย่างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการเรียนรู้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับด้านเกี่ยวกับแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.1.2.2 กำหนดประเด็นที่จะสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสำหรับสัมภาษณ์ ประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) 2) องค์ประกอบของปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative AI) 3) องค์ประกอบของดิจิทัลคาแรคเตอร์ (Digital characters) 4) องค์ประกอบและกระบวนการของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms) 5) องค์ประกอบของทุนสันทนาการมหาวิทยาลัย (University Goodwill) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ ความเหมาะสมของแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสันทนาการมหาวิทยาลัย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

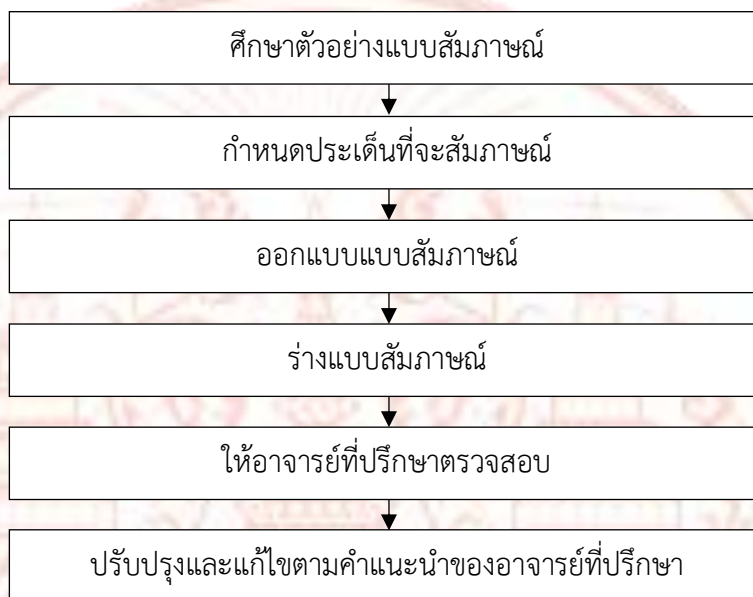
3.1.2.3 ออกแบบแบบสัมภาษณ์ เมื่อได้ประเด็นสำหรับสัมภาษณ์เกี่ยวกับแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสันทนาการมหาวิทยาลัยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นต่าง ๆ มาออกแบบแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความเหมาะสมของแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสันทนาการมหาวิทยาลัย โดยใช้แบบประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งเป็นข้อคำถามที่แสดงเจตคติหรือความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (นคร เสรีรักษ์ และภรณ์ ติราชฎ์วิเศษ, 2555: 29) โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินดังนี้

- 5 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.1.2.4 ร่างแบบสัมภาษณ์ เมื่อได้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาจัดทำแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความเหมาะสมของแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสันทนาการมหาวิทยาลัย โดยในแบบสัมภาษณ์จะมีการบันทึกข้อมูลเบื้องต้นของผู้เชี่ยวชาญ และจัดทำประเด็นการสัมภาษณ์ในรูปแบบตาราง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เชี่ยวชาญ อีกทั้งยังสะดวกในการเก็บข้อมูล

3.1.2.5 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ เมื่อร่างแบบสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยจึงนำร่างแบบสัมภาษณ์มานำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของแบบสัมภาษณ์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ประเด็นสำหรับการประเมิน ความเหมาะสมของรูปแบบแบบสัมภาษณ์ และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ในแบบสัมภาษณ์ เป็นต้น

3.1.2.6 ปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เมื่อได้รับคำแนะนำแนวทางการปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไข พัฒนาแบบสัมภาษณ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น และเตรียมความพร้อมสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญต่อไป



ภาพที่ 3-2 แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบสัมภาษณ์เชิงลึกของแบบจำลองเชิงโครงสร้าง

ผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.1.3 วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 21 ท่าน ในด้านเกี่ยวกับความเหมาะสมของแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.1.3.1 รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย และจัดทำในรูปแบบเอกสาร โดยนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการเรียนรู้ที่สังเคราะห์ขึ้นให้กับผู้เชี่ยวชาญ

3.1.3.2 อธิบายรายละเอียดของแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทราบถึงรายละเอียดของรูปแบบการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้น

3.1.3.3 สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความเหมาะสมของแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.1.3.4 เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ข้อมูลเบื้องต้นของผู้เชี่ยวชาญ รายการสัมภาษณ์ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยผู้เชี่ยวชาญทำการบันทึกข้อมูลลงในแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทบทวนสนทนาไมตรีมหาวิทยาลัย

3.1.3.5 วิเคราะห์ผลข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทบทวนสนทนาไมตรีมหาวิทยาลัย จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 21 ท่านเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผลต่อไป

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมของรูปแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทบทวนสนทนาไมตรีมหาวิทยาลัย

3.1.4.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบจำลองเชิงโครงสร้างผู้ทรงอิทธิพลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทบทวนสนทนาไมตรีมหาวิทยาลัย โดยผู้เชี่ยวชาญ 21 ท่าน มาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายชื่อ จากนั้นจึงหาค่าเฉลี่ยรวมของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.1.4.2 นำค่าเฉลี่ยที่ได้มาทำการประเมินกับเกณฑ์วัดผล โดยใช้แบบประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (นคร เสรีรักษ์ และภรณ์ ติราชภูริวิเศษ, 2555: 29) โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

3.1.4.3 นำค่าเฉลี่ยรวมของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาวิเคราะห์หาระดับความเหมาะสมโดยเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้

3.1.4.4 นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง และสรุปข้อมูลบรรยายใต้ตารางรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 ระยะที่ 2 การออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทบทวนสนทนาไมตรีมหาวิทยาลัย

3.2.1 ขั้นตอนการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทบทวนสนทนาไมตรีมหาวิทยาลัย

ออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย พัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์กรอบแนวคิด และพัฒนาออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

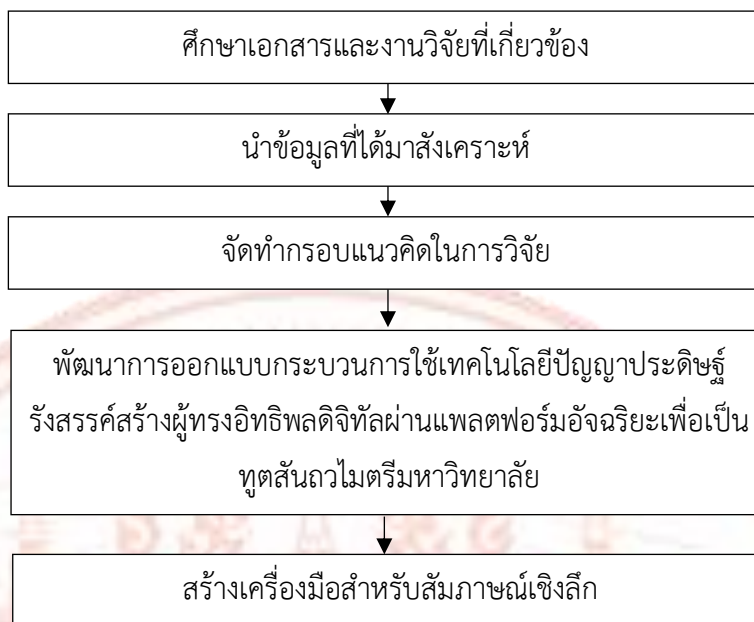
3.2.1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.2.1.2 นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์ เพื่อให้ได้ความหมาย องค์ประกอบ ขั้นตอน และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ให้อยู่ในลักษณะของการปริทัศน์เอกสาร เป็นการนำข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จัดทำเป็นตารางสังเคราะห์

3.2.1.3 จัดทำกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้จัดทำเอกสารที่ผ่านการวิเคราะห์และสังเคราะห์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเหมาะสมของความหมาย องค์ประกอบ ขั้นตอน และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการปรับปรุง แก้ไข ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัยที่สมบูรณ์

3.2.1.4 พัฒนาออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย เมื่อพัฒนาเสร็จแล้ว นำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.2.1.5 สร้างเครื่องมือสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึกความเหมาะสมของการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แล้วนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา



ภาพที่ 3-3 แสดงขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.2.2 ขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกความเหมาะสมของการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

3.2.2.1 ศึกษาตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตัวอย่างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการเรียนรู้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับด้านการออกแบบกระบวนการ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.2.2.2 กำหนดประเด็นที่จะสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสำหรับสัมภาษณ์ประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ 1) การนำเข้า (Input) 2) กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Process) 3) กระบวนการแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Process Intelligent platform) 4) คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Output) 5) การตอบกลับการทำงาน (Feedback) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ รายละเอียดเกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.2.2.3 ออกแบบแบบสัมภาษณ์ เมื่อได้ประเด็นสำหรับสัมภาษณ์เกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม

อัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นต่าง ๆ มาออกแบบแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยใช้แบบประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งเป็นข้อคำถามที่แสดงเจตคติหรือความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (นคร เสรีรักษ์ และภรณ์ ติราชภูริวิเศษ, 2555: 29) โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินดังนี้

- 5 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.2.2.4 ร่างแบบสัมภาษณ์ เมื่อได้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาจัดทำแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยในแบบสัมภาษณ์จะมีการบันทึกข้อมูลเบื้องต้นของผู้เชี่ยวชาญ และจัดทำประเด็นการสัมภาษณ์ในรูปแบบตาราง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เชี่ยวชาญ อีกทั้งยังสะดวกในการเก็บข้อมูล

3.2.2.5 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ เมื่อร่างแบบสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยจึงนำร่างแบบสัมภาษณ์มานำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของแบบสัมภาษณ์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ประเด็นสำหรับการประเมิน ความเหมาะสมของรูปแบบแบบสัมภาษณ์ และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ในแบบสัมภาษณ์ เป็นต้น

3.2.2.6 ปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เมื่อได้รับคำแนะนำแนวทางการปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไข พัฒนาแบบสัมภาษณ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น และเตรียมความพร้อมสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญต่อไป



ภาพที่ 3-4 แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบสัณภาษณ์เชิงลึกของการออกแบบกระบวนการ
การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล
ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.2.3 วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 21 ท่าน ในด้านเกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.2.3.1 รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย และจัดทำในรูปแบบเอกสาร โดยนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการเรียนรู้ที่สังเคราะห์ขึ้นให้กับผู้เชี่ยวชาญ

3.2.3.2 อธิบายรายละเอียดของการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทราบถึงรายละเอียดของรูปแบบการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้น

3.2.3.3 สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับความเหมาะสมของการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.2.3.4 เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ข้อมูลเบื้องต้นของผู้เชี่ยวชาญ รายการสัมภาษณ์ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยผู้เชี่ยวชาญทำการบันทึกข้อมูลลงในแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับ

การออกแบบกระบวนการ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.2.3.5 วิเคราะห์ผลข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 21 ท่านเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผลต่อไป

3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมของการออกแบบกระบวนการ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.2.4.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยผู้เชี่ยวชาญ 21 ท่าน มาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายชื่อ จากนั้นจึงหาค่าเฉลี่ยรวมของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2.4.2 นำค่าเฉลี่ยที่ได้มาทำการประเมินกับเกณฑ์วัดผล โดยใช้แบบประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (นคร เสรีรักษ์ และภรณ์ ติราชภูร์วิเศษ, 2555: 29) โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

3.2.4.3 นำค่าเฉลี่ยรวมของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาวิเคราะห์หาคุณภาพ โดยเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้

3.2.4.4 นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง และสรุปข้อมูลบรรยายใต้ตารางรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3 ระยะที่ 3 การสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1.1 การสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม อัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.3.1.2 การสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.3.1.3 แบบสำรวจความต้องการลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลที่สร้างด้วย ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยคำนึงถึงบุคลิกภาพ และรูปลักษณ์ภายนอกและภูมิหลัง

3.3.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

3.3.2.1 ขั้นตอนการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่าน แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.3.2.1.1 ศึกษาตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตัวอย่างแบบ สัมภาษณ์ความต้องการลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ สำหรับผู้บริหารและอาจารย์ และ สำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป

3.3.2.1.2 กำหนดประเด็นที่จะสอบถาม ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสำหรับ สอบถามประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ สำหรับผู้บริหารและอาจารย์ ได้แก่ ลักษณะของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ความสามารถของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ข้อมูลที่ท่านต้องการให้ทูต สันถวไมตรีมหาวิทยาลัยนำไปสื่อสารต่อนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้บริหารและอาจารย์ ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสำหรับสอบถามประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ สำหรับนักศึกษา และบุคคลทั่วไป ได้แก่ ลักษณะของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย ความสามารถของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย ช่องทางการสื่อสารใดที่ท่านต้องการสื่อสารกับผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3.2.1.3 ออกแบบแบบสอบถาม เมื่อได้ประเด็นสำหรับสอบถามเกี่ยวกับการ สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูต สันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์แล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นต่าง ๆ

มาออกแบบแบบสำรวจความต้องการลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วย
 ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยใช้แบบ
 ประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (นคร เสรีรักษ์ และภรณ์
 ติราชกูร์วิเศษ, 2555: 29) โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
 โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินดังนี้

- 5 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.3.2.4 ร่างแบบสอบถาม เมื่อได้รูปแบบการสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาจัดทำ
 แบบสำรวจความต้องการลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์
 รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยในแบบสอบถามจะมีการ
 บันทึกข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และจัดทำแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวก
 สะดวกให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามอีกทั้งยังสะดวกในการเก็บข้อมูล

3.3.2.5 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ เมื่อร่างแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจึงนำร่าง
 แบบสอบถามมานำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามในด้านต่าง ๆ
 ได้แก่ ประเด็นสำหรับการประเมิน ความเหมาะสมของรูปแบบแบบสอบถาม และความถูกต้องของ
 ภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม เป็นต้น

3.3.2.6 ปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เมื่อได้รับคำแนะนำแนว
 ทิศทางการปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามา
 ปรับปรุงแก้ไข พัฒนาแบบสัมภาษณ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น และเตรียมความพร้อมสำหรับการสัมภาษณ์
 เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญต่อไป

3.3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

3.3.3.2 ขั้นตอนการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูต
 สันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.3.3.2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเทคโนโลยี
 ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
 มหาวิทยาลัยและโปรแกรมสำหรับการพัฒนากระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์
 สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.3.3.2.2 กำหนดเนื้อหา และขอบเขตของงานวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว จึงทำการกำหนดเนื้อหา และขอบเขตของงานวิจัย

3.3.3.2.3 จัดเตรียมทรัพยากรเครื่องมือ ทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์ต่าง ๆ การผลิตระบบการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลจะต้องจัดเตรียมทรัพยากรต่าง ๆ ได้แก่ โปรแกรม Vuforia โปรแกรม Unity 3D โปรแกรม Android Studio และโปรแกรม Visual Studio รวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้แก่ สมาร์ทโฟน

3.3.3.2.4 ขั้นตอนการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

1) สร้างภาพของผู้ทรงอิทธิพลโดยใช้ application Adobe firefly โดยวิธีการ generate text to image ผลลัพธ์ที่ได้เป็นไฟล์ภาพสกุล jpg file

2) สร้างข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัยโดยใช้ application อาทิ เช่น CHAT gpt, Gemini เป็นต้น

3) นำข้อมูลสำหรับการสื่อสารมาสร้างคลิปเสียงโดยใช้ application BOTNOI โดยวิธีการ generate text to speech ผลลัพธ์ที่ได้คือไฟล์เสียงสกุล mp4

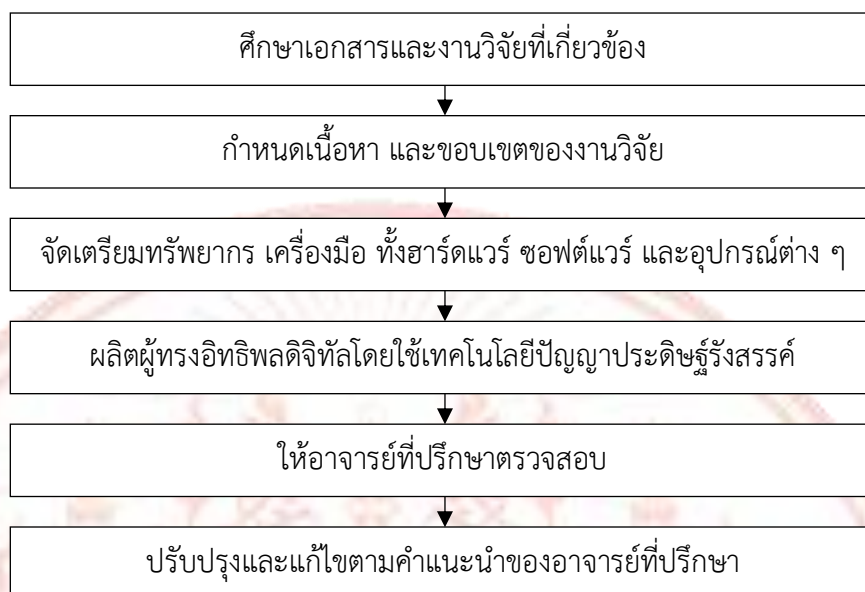
4) นำไฟล์ภาพสกุล jpg file และไฟล์เสียงสกุล mp4 มาสร้างการเคลื่อนไหวโดยใช้ application D-ID

5) สำรวจความต้องการลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลที่สร้างด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยคำนึงถึงบุคลิกภาพ และรูปลักษณ์ภายนอกและภูมิหลัง จากผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลที่สร้างขึ้น จำนวน 5 คน พร้อมทั้งถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3.3.2.5 การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล

3.3.3.2.6 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ และแนะนำแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยให้มีคุณภาพมากขึ้น

3.3.3.2.7 ปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เมื่อได้รับคำแนะนำแนวทางการปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไข พัฒนาให้มีคุณภาพมากขึ้น และเตรียมความพร้อมสำหรับการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญต่อไป



ภาพที่ 3-5 แสดงขั้นตอนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.4 ระยะที่ 4 วิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์

3.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.4.1.1 ประชากร

นักศึกษาปริญญาตรี บุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และบุคคลทั่วไป

3.4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาปริญญาตรี นักศึกษาปริญญาตรี บุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และบุคคลทั่วไป โดยผ่านเกณฑ์ดังต่อไปนี้

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

1) นักศึกษาปริญญาตรี บุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และบุคคลทั่วไป ที่อายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป

2) ยินยอมเข้าร่วมงานวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

1) ตอบแบบสอบถามของงานวิจัยไม่ครบถ้วน

3.4.2 แบบแผนการทดลอง

การศึกษา ณ จุดเวลาหรือช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งโดยการเก็บข้อมูลในระยะ 8 สัปดาห์ โดยให้ผู้เข้าร่วมการศึกษาได้ใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ เก็บข้อมูลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.3.1 ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.3.2 แบบสอบถามเพื่อประเมินผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.4 ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม

3.4.4.1 ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.4.1.1 ศึกษาตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อประเมินผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.4.4.1.2 กำหนดประเด็นที่จะวัด ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสำหรับแบบสอบถามเพื่อประเมินผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ ประกอบด้วย การประเมินผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ด้านบุคลิกภาพ ทักษะการสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์ การประเมินแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms) และการประเมินหน้าที่ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)

3.4.4.1.3 ออกแบบแบบสอบถามเพื่อประเมินผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.4.1.4 ร่างแบบสอบถามเพื่อประเมินผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ โดยใช้ลักษณะเป็นแบบประเมินตัวเอง

3.4.4.1.5 ประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถามความเพื่อประเมินผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 7 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรง โดยใช้แบบวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยพิจารณาความสอดคล้องดังนี้

+1 หมายถึง มีความแน่ใจว่าสอดคล้อง

0 หมายถึง มีความไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง

-1 หมายถึง มีความแน่ใจว่าไม่สอดคล้อง

โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) มีสูตรดังนี้

IOC =

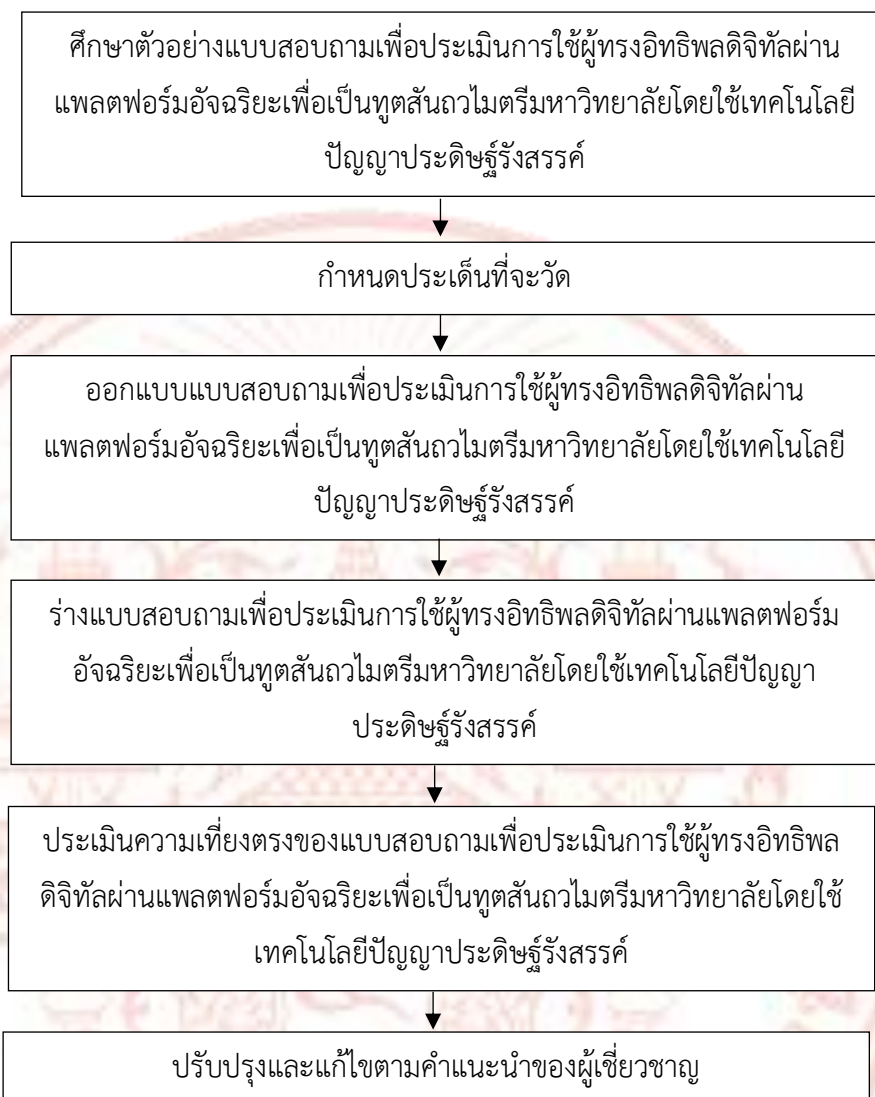
IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม

หมายถึง ผลรวมคะแนนความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา คือ ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป เป็นข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่าน้อยกว่า 0.50 คะแนน เป็นข้อคำถามที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือตัดออก

3.4.4.1.6 ปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากแบบวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เพื่อพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางอารมณ์ดิจิทัลให้มีความเที่ยงตรงมากขึ้น และเตรียมความพร้อมสำหรับนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป



ภาพที่ 3-6 แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.5 วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 7 ท่าน ในด้านการสื่อสารมวลชน เมื่อได้เครื่องมือที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.4.5.1 จัดเตรียมสื่อผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง

3.4.5.2 อธิบายรายละเอียดของการพัฒนาสื่อผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบ

3.4.5.3 ทดลองใช้สื่อผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์กับกลุ่มตัวอย่าง

3.4.5.4 เก็บข้อมูลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.5.5 วิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.6.1 นำค่าของคะแนนการประเมินที่ได้จากผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ มาหาผลรวมของคะแนนเป็นรายบุคคล

3.4.6.2 นำคะแนนผลรวมรายบุคคลมาหาค่าเฉลี่ย เพื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.4.6.3 นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง และสรุปข้อมูลบรรยายใต้ตารางรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 ระยะเวลาที่ 5 วิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

3.5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.5.1.1 ประชากร

นักศึกษาปริญญาตรี บุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และบุคคลทั่วไป

3.5.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาปริญญาตรี นักศึกษาปริญญาตรี บุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และบุคคลทั่วไป โดยผ่านเกณฑ์ดังต่อไปนี้

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

1) นักศึกษาปริญญาตรี บุคคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และบุคคลทั่วไป ที่อายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป

2) ยินยอมเข้าร่วมงานวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

1) ตอบแบบสอบถามของงานวิจัยไม่ครบถ้วน

3.5.2 แบบแผนการทดลอง

การศึกษา ณ จุดเวลาหรือช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งโดยการเก็บข้อมูลในระยะ 8 สัปดาห์ โดยให้ผู้เข้าร่วมการศึกษาได้ใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ เก็บข้อมูลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย เปรียบเทียบกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

3.5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.5.3.1 ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

3.5.3.2 แบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.5.4 ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.5.4.1 ศึกษาตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.5.4.2 กำหนดประเด็นที่จะวัด ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสำหรับแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัย การสื่อสารของมหาวิทยาลัย การเข้าถึงข้อมูล

3.5.4.3 ออกแบบแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.5.4.4 ร่างแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยใช้ลักษณะเป็นแบบประเมินตัวเอง

3.5.4.5 ประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูลสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 7 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรง โดยใช้แบบวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยพิจารณาความสอดคล้องดังนี้

- +1 หมายถึง มีความแน่ใจว่าสอดคล้อง
- 0 หมายถึง มีความไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง
- 1 หมายถึง มีความแน่ใจว่าไม่สอดคล้อง

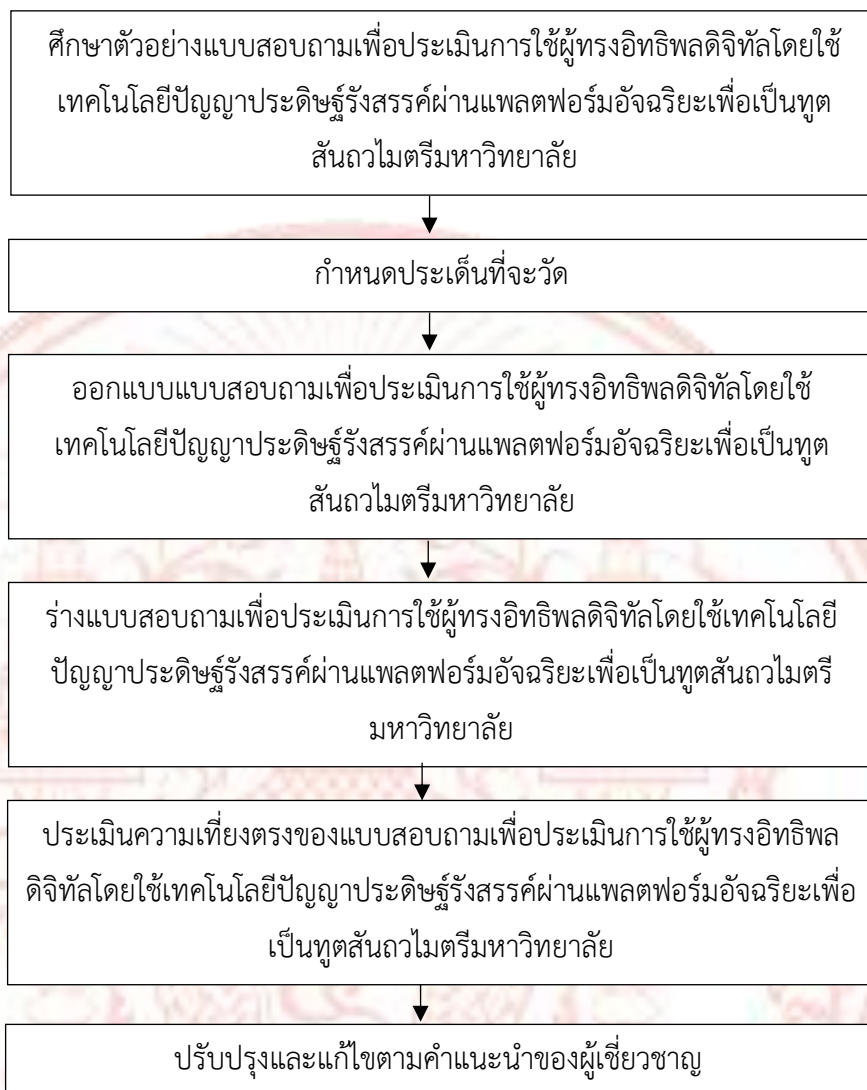
โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) มีสูตรดังนี้

IOC =

- IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม
- หมายถึง ผลรวมคะแนนความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ
- N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา คือ ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป เป็นข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่าน้อยกว่า 0.50 คะแนน เป็นข้อคำถามที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือตัดออก

3.5.4.6 ปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากแบบวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เพื่อพัฒนาแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูลสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยให้มีความเที่ยงตรงมากขึ้น และเตรียมความพร้อมสำหรับนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป



ภาพที่ 3-7 แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูลสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.5.5 วิธีการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูลสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 5 ท่าน ในด้านการสื่อสารมวลชน เมื่อได้เครื่องมือที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.5.5.1 เก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัย

3.5.5.2 จัดเตรียมสื่อผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูลสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยให้กับกลุ่มตัวอย่าง

3.5.5.3 อธิบายรายละเอียดของการพัฒนาสื่อผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบ

3.5.5.4 ทดลองใช้สื่อผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์กับผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมดจำนวน 150 คน

3.5.5.5 เก็บข้อมูลเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย และการใช้วิธีการสื่อสารรูปแบบปกติ

3.5.5.6 วิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยและการสื่อสารด้วยแพลตฟอร์มอัจฉริยะกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

3.4.6 วิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยและการสื่อสารด้วยแพลตฟอร์มอัจฉริยะกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

3.4.6.1 นำค่าของคะแนนการประเมินที่ได้จากการประเมินการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยในรูปแบบปกติและเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มาหาผลรวมของคะแนนเป็นรายบุคคล

3.4.6.2 นำคะแนนผลรวมรายบุคคลมาหาค่าเฉลี่ย เพื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเพื่อประเมินการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยในรูปแบบปกติและเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3.4.6.3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเพื่อประเมินการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยในรูปแบบปกติกับเพื่อประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยใช้สถิติ Paired t-test

3.4.6.4 นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง และสรุปข้อมูลบรรยายใต้ตารางรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็น
ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์แล้ว ในบทนี้
ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ผลการสังเคราะห์แบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่าน
แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

4.2 ผลการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพล
ดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

4.3 ผลการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

4.4 ผลการวิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์ม
อัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

4.5 ผลวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่าน
แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัย
รูปแบบปกติ

4.1 ผลการสังเคราะห์แบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่าน แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

การสังเคราะห์แบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์ม
อัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีผลการศึกษาทั้งหมด 2 ส่วน ได้แก่ สังเคราะห์
องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็น
ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย และผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของแบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วย
ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

4.1.1 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่าน
แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ผลการสังเคราะห์ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์ม
อัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

4.1.1.1 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) และสังเคราะห์องค์ประกอบ แสดงดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)

ผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)	จรรยา (2565)	ปัทมธรรมา (2566)	(Belanche et al., 2021)	(จันเพ็ชร, 2004)	(Yulianti & Huda, 2022)	(Sookkaew & Saephoo, 2021)	(Bakker, 2018)	(Khalid et al., 2018)	ผู้วิจัย
1. บุคลิกภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. ทักษะการสื่อสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. ความเชี่ยวชาญทาง วิชาชีพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ความน่าเชื่อถือ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. สร้างความสัมพันธ์		✓				✓			✓

จากตารางที่ 4-1 สังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลผู้วิจัยพบว่ามียังมีองค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) บุคลิกภาพ 2) ทักษะการสื่อสาร 3) ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ 4) ความน่าเชื่อถือ และ 5) สร้างความสัมพันธ์

4.1.1.2 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative AI)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ แสดงดังตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative AI)

ปัญญาประดิษฐ์ สร้างสรรค์ (Generative AI)	(Kenthapadi, 2023)	(Houde et al., 2020)	(Jovanovic & Campbell, 2020)	(Anantrasirichai & Bull, 2020)	(Vondrick et al., 2018)	(Wang & Lim, n.d.)	(Pollák & Török, 2022)	(Mehraliyev et al., 2021)	ผู้วิจัย
1. เนื้อหา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. อัลกอริทึม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. ฮาร์ดแวร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ซอฟต์แวร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากตารางที่ 4.2 การสังเคราะห์องค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ พบว่ามี 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) เนื้อหา (Content) 2) อัลกอริทึม (Algorithm) 3) ฮาร์ดแวร์ (Hardware) และ 4) ซอฟต์แวร์ (Software)

4.1.1.3 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบดิจิทัลคาแรคเตอร์ (Digital characters)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ แสดงดังตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบดิจิทัลคาแรคเตอร์ (Digital characters)

ดิจิทัลคาแรคเตอร์ (Digital characters)	(Kenthapadi, 2023)	(Houde et al., 2020)	(Jovanovic & Campbell, 2020)	(Anantrasirichai & Bull, 2020)	(Vondrick et al., 2018)	(Wang & Lim, n.d.)	(Pollák & Török, 2022)	(Mehraliyev et al., 2021)	ผู้วิจัย
1. รูปลักษณ์ภายนอก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. ออกแบบบุคลิก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. ภูมิหลังตัวละคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากตารางที่ 4.3 การสังเคราะห์องค์ประกอบองค์ประกอบดิจิทัลคาแรคเตอร์ พบว่ามี 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ออกแบบรูปลักษณ์ภายนอก 2) ออกแบบบุคลิก และ 3) ภูมิหลังตัวละคร

4.1.1.4 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms) แสดงดังตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms)

แพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms)	(Mehraliyev et al., 2021)	(Pals & Smedegaard,	(Phuthong, 2021b)	(Budde et al., 2024)	(Songmuang, 2022)	ผู้วิจัย
1. โครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. แพลตฟอร์มข้อมูลอัจฉริยะ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอัจฉริยะ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. อินเทอร์เฟซผู้ใช้อัจฉริยะ	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากตารางที่ 4-4 สังเคราะห์องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) โครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ (Intelligent Infrastructure) 2) แพลตฟอร์มข้อมูลอัจฉริยะ (Intelligent Data Platform) 3) แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอัจฉริยะ (Intelligent Application Platform) และ 4) อินเทอร์เฟซผู้ใช้อัจฉริยะ (Intelligent User Interface)

4.1.1.5 ผลการสังเคราะห์คุณสมบัติของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แสดงดังตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 ผลการสังเคราะห์สังเคราะห์องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)	(Abantika Ghosh, 2024)	(Pizzetti et al., 2023)	(Saleh, 2024)	(Wheeler, 2011)	(Wibawa et al., 2021)	ผู้วิจัย
1. ข้อมูลมหาวิทยาลัย (University information)	✓		✓	✓		✓
2. ทักษะการสื่อสาร (Communication skills)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ (Professional expertise)	✓		✓		✓	
4. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. การสร้างความสัมพันธ์ (Build relationships)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. บุคลิกภาพ (Personality)	✓		✓		✓	✓

จากตารางที่ 4-5 การสังเคราะห์องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ข้อมูลมหาวิทยาลัย (University information) 2) ทักษะการสื่อสาร (Communication skills) 3) ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ (Professional expertise) 4) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 5) การสร้างความสัมพันธ์ (Build relationships) และ 6) บุคลิกภาพ (Personality) โดยรายละเอียดคุณสมบัติของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

4.1.1.6 ผลการองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital influencer) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล แสดงดังตารางที่ 4-6

จากตารางที่ 4-6 สังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ลักษณะเสมือนจริง (Virtual appearance) 2) บุคลิกภาพเสมือนจริง (Virtual personality) 3) ความรู้และความเชี่ยวชาญ (Knowledge and expertise) 4) ความเป็นผู้นำ (Leadership) และ 5) ปฏิสัมพันธ์แบบอัตโนมัติ (Automated interactions)

4.1.1.7 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แสดงดังตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

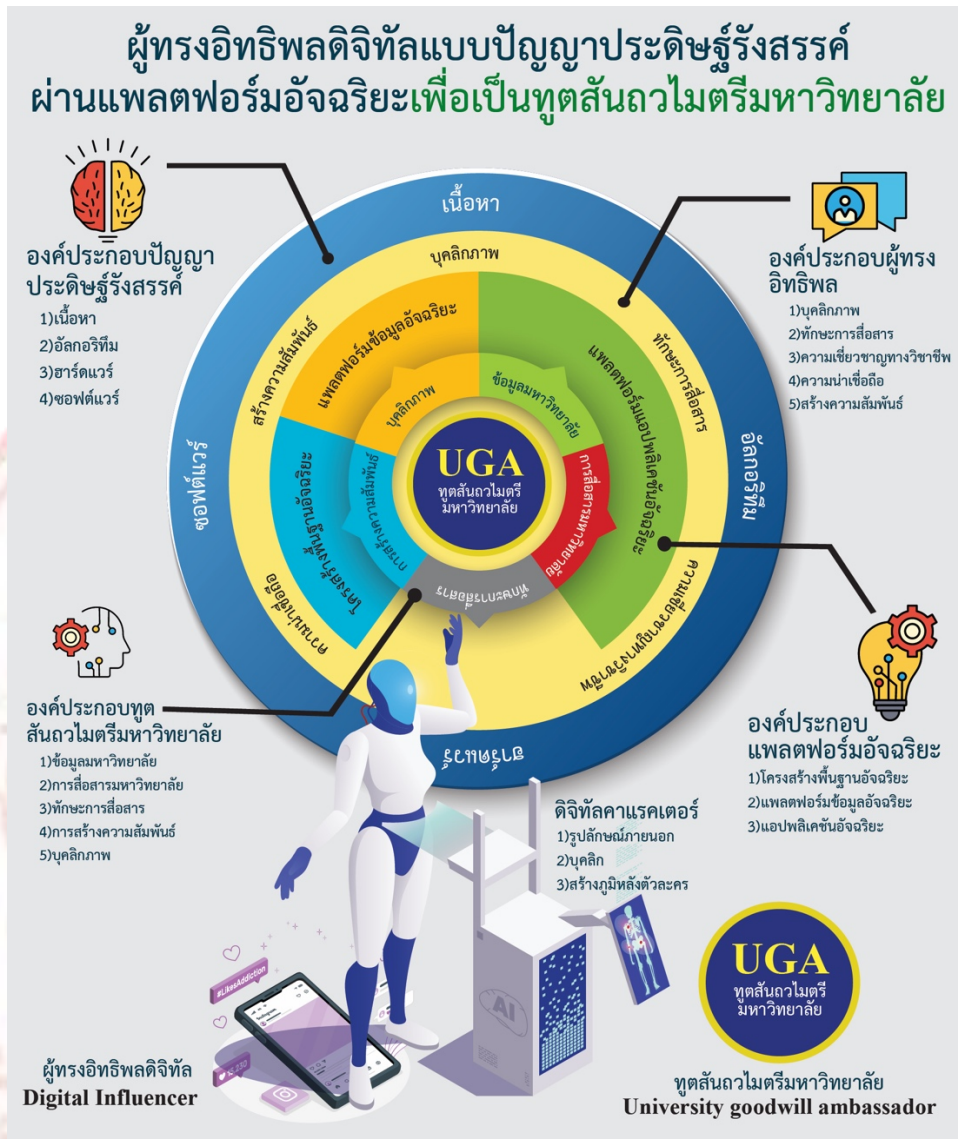
องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	(Thongsawat et al.,	(Liu et al., 2024)	(Dunston, 2023)	(Aker et al., 2024)	(Rashid et al., 2023)	(Gerlich, 2023b)	(Govindan & Alotaibi,	(Vasist & Krishnan, 2023)	ผู้วิจัย
1. ผู้ทรงอิทธิพล									
1.1 ความดึงดูดใจ	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓
1.2 ความเชี่ยวชาญ		✓	✓		✓	✓	✓		✓
1.3 ความน่าเชื่อถือ	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓
1.4 เนื้อหาน่าสนใจ		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
1.5 ความสามารถการสื่อสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์									
2.1 เนื้อหา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.2 อัลกอริทึม	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓
2.3 ฮาร์ดแวร์		✓		✓	✓	✓	✓		✓
2.4 ซอฟต์แวร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. แพลตฟอร์มอัจฉริยะ									
3.1 โครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.2 แพลตฟอร์มข้อมูลอัจฉริยะ	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓
3.3 แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอัจฉริยะ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.4 อินเทอร์เฟซผู้ใช้อัจฉริยะ		✓	✓		✓	✓		✓	✓

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล ด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่าน แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูต สันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	(Thongsawat et al., (Liu et al., 2024) (Dunston, 2023) (Akter et al., 2024) (Rashid et al., 2023) (Gerlich, 2023b) (Govindan & Alotaibi, (Vasist & Krishnan, 2023) ผู้วิจัย
4 ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
4.1 บุคลิกภาพ	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓
4.2 ทักษะการสื่อสาร	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓
4.3 ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓
4.4 ความน่าเชื่อถือ	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓
4.5 สร้างความสัมพันธ์	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓

จากตารางที่ 4-7 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มี 5 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ 1) องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล 2) องค์ประกอบของปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ 3) องค์ประกอบของตัวละครดิจิทัล 4) องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ และ 5) องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีของมหาวิทยาลัย ผลจากการประเมินองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

จากการสังเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับ องค์ประกอบของของผู้ทรงอิทธิพล องค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ และองค์ประกอบทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แสดงดังภาพที่ 4-1



ภาพที่ 4-1 แบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

4.1.2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 21 ท่าน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ในด้านเกี่ยวกับการออกแบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน กลุ่มละ 7 ท่าน ผลการประเมินแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีรายละเอียดดังนี้

4.1.2.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้สรุปผลการสัมภาษณ์ แสดงดังตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล โดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	Mean	S.D.	ความเหมาะสม
1. บุคลิกภาพ			
1.1 หน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ ที่ดูดี สะอาดตา	4.86	0.36	มากที่สุด
1.2 สไตส์การแต่งตัว	4.57	0.60	มากที่สุด
1.3 รอยยิ้ม ท่าทาง ภาษากาย ที่ดูเป็นมิตร	5.00	0.00	มากที่สุด
1.4 ความเป็นผู้นำ	4.14	0.65	มาก
1.5 มีความเป็นตัวของตัวเอง	3.48	0.60	ปานกลาง
2. ทักษะการสื่อสาร			
2.1 พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.90	0.44	มากที่สุด
2.2 แสดงภาษากายที่เหมาะสม	4.95	0.22	มากที่สุด
2.3 ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี	5.00	0.00	มากที่สุด
2.4 มีอารมณ์ขัน สร้างความบันเทิง	3.48	0.68	ปานกลาง
2.5 นำเสนอเนื้อหาที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร	4.24	0.44	มาก
3. ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ			
3.1 มีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	4.86	0.36	มากที่สุด
3.2 มีประสบการณ์	3.48	0.51	ปานกลาง
3.3 สามารถสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ	5.00	0.00	มากที่สุด
4. ความน่าเชื่อถือ			
4.1 มีความซื่อสัตย์ จริงใจ	4.52	0.68	มากที่สุด
4.2 ไม่นำเสนอข้อมูลเท็จ	5.00	0.00	มากที่สุด
4.3 เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ติดตาม	4.95	0.22	มากที่สุด
5. สร้างความสัมพันธ์			
5.1 ทำให้ผู้ติดตามรู้จักสินค้า บริการ	4.24	0.62	มาก
5.2 กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วม	4.90	0.30	มากที่สุด

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	Mean	S.D.	ความเหมาะสม
5.3 เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม	4.81	0.40	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยทั้งหมด	4.55	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล โดยภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.55, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ ประกอบด้วย หน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ ที่ดูดี สะอาดตา สไตส์การแต่งตัว รอยยิ้ม ท่าทาง ภาษากาย ที่ดูเป็นมิตร มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ความเป็นผู้นำ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก และ มีความเป็นตัวของตัวเอง มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านทักษะการสื่อสาร ประกอบด้วย พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย แสดงภาษากายที่เหมาะสม ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด มีอารมณ์ขัน สร้างความบันเทิง มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และ นำเสนอเนื้อหาที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ในด้านความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ ประกอบด้วย มีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สามารถสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และ การมีประสบการณ์ มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย มีความซื่อสัตย์ จริงใจ ไม่นำเสนอข้อมูลเท็จ เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ติดตาม มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์ประกอบด้าน สร้างความสัมพันธ์ประกอบด้วย กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วม เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และทำให้ผู้ติดตามรู้จักสินค้าบริการ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพลมีความสำคัญต่อการสร้างแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพ ทักษะการสื่อสาร และความน่าเชื่อถือ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดต่อการเป็นผู้ทรงอิทธิพลที่มีคุณภาพ

4.1.2.2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของกระบวนการฝึกปฏิบัติ โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้สรุปผลการสัมภาษณ์ แสดงดังตารางที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	Mean	S.D.	ความเหมาะสม
1. เนื้อหา			
1.1 รูปภาพ	4.95	0.22	มากที่สุด
1.2 ภาพเคลื่อนไหว	4.95	0.22	มากที่สุด
1.3 ข้อความ	4.86	0.36	มากที่สุด
1.4 เสียง	4.90	0.30	มากที่สุด
2. อัลกอริทึม			
2.1 การเรียนรู้เชิงลึก	4.95	0.22	มากที่สุด
2.2 การสร้างข้อมูล	4.90	0.30	มากที่สุด
2.3 การประเมินและปรับปรุง	4.33	0.66	มาก
3. ฮาร์ดแวร์			
3.1 หน่วยประมวลผล	4.90	0.30	มากที่สุด
3.2 หน่วยความจำ	4.90	0.30	มากที่สุด
3.3 การเชื่อมต่อเครือข่าย	4.95	0.22	มากที่สุด
4. ซอฟต์แวร์			
4.1 สร้างเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์	4.95	0.22	มากที่สุด
4.2 สร้างรูปภาพและงานศิลปะ	4.90	0.30	มากที่สุด
4.3 สร้างวีดีโอและอวตาร	4.95	0.22	มากที่สุด
4.4 สร้างแอปพลิเคชันและเซทบอท	4.95	0.22	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยทั้งหมด	4.88	0.29	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-9 พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.88, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่า องค์ประกอบด้านเนื้อหา ประกอบด้วย รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ข้อความ และ เสียง มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์ประกอบด้านอัลกอริทึม ประกอบด้วย การเรียนรู้เชิงลึก การสร้างข้อมูล มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการประเมินและปรับปรุง มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์ประกอบด้านฮาร์ดแวร์ ประกอบด้วย หน่วยประมวลผล หน่วยความจำ การเชื่อมต่อเครือข่าย

มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และองค์ประกอบด้านซอฟต์แวร์ สร้างเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ สร้างรูปภาพและงานศิลปะ สร้างวิดีโอและอวตาร สร้างแอปพลิเคชันและเซทบทพหุชั้นการ สังเกตการณ์ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุดสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์ มีความสำคัญต่อการแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์ม อัจฉริยะ เพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย

4.1.2.3 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบดิจิทัลคาแรคเตอร์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้สรุปผลการสัมภาษณ์ แสดงดังตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบดิจิทัลคาแรคเตอร์ โดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	Mean	S.D.	ความเหมาะสม
1. รูปลักษณ์ภายนอก			
1.1 ความเหมาะสมสวยงาม	4.90	0.30	มากที่สุด
1.2 สัดส่วนของตัวละคร	3.76	0.83	ปานกลาง
1.3 การใช้สีและแสงของตัวละคร	4.86	0.36	มากที่สุด
2. บุคลิก			
2.1 การเคลื่อนไหวสมจริง	4.42	0.62	มาก
2.2 การแสดงอารมณ์	4.76	0.44	มากที่สุด
2.3 มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.95	0.22	มากที่สุด
3. สร้างภูมิหลังตัวละคร			
3.1 ทักษะพิเศษของตัวละครสอดคล้องกับบุคลิก	4.86	0.36	มากที่สุด
3.2 ตัวละครมีความสามารถสอดคล้องกับบุคลิก	4.90	0.30	มากที่สุด
3.3 ตัวละครมีเป้าหมายหลักสอดคล้องกับบุคลิก	3.76	0.54	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยทั้งหมด	4.56	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบของดิจิทัลคาแรคเตอร์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.56, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่ารูปลักษณ์ภายนอก ประกอบด้วย ความเหมาะสมสวยงาม การใช้สีและแสงของตัวละคร มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด การใช้สีและแสงของตัวละคร สัดส่วนของตัวละคร มีผลการประเมิน

อยู่ในระดับปานกลาง องค์กรประกอบด้านบุคลิก ประกอบด้วย การแสดงอารมณ์ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเคลื่อนไหวสมจริง มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด สร้างภูมิหลังตัวละคร ประกอบด้วย ทักษะพิเศษของตัวละครสอดคล้องกับบุคลิก ตัวละครมีความสามารถสอดคล้องกับบุคลิก มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และ ตัวละครมีเป้าหมายหลักสอดคล้องกับบุคลิก มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง สามารถสรุปได้ว่า องค์กรประกอบของดิจิทัลคาแรคเตอร์ มีความสำคัญต่อการแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย โดย ความเหมาะสมสวยงาม การใช้สีและแสงของตัวละคร การแสดงอารมณ์ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทักษะพิเศษของตัวละครสอดคล้องกับบุคลิก ตัวละครมีความสามารถสอดคล้องกับบุคลิก มีความสำคัญมากที่สุด

4.1.2.4 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัย ได้สรุปผลการสัมภาษณ์ แสดงดังตารางที่ 4-11

ตารางที่ 4-11 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	Mean	S.D.	ความเหมาะสม
1. โครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ			
1.1 ระบบการกำกับดูแลข้อมูล	4.95	0.22	มากที่สุด
1.2 ระบบปัญญาประดิษฐ์	4.90	0.30	มากที่สุด
1.3 เครื่องมือสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชัน	4.90	0.30	มากที่สุด
2. แพลตฟอร์มข้อมูลอัจฉริยะ			
2.1 การเชื่อมต่อข้อมูลอัจฉริยะ	4.90	0.30	มากที่สุด
2.2 การประมวลผลอัจฉริยะ	4.90	0.30	มากที่สุด
3. แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอัจฉริยะ			
3.1 อินเทอร์เฟซผู้ใช้อัจฉริยะ	4.43	0.51	มาก
3.2 อินเทอร์เฟซผู้ใช้แบบสนทนา	4.62	0.50	มากที่สุด
3.3 อินเทอร์เฟซผู้ใช้แบบควบคุมเสียง	4.19	0.68	มาก
ค่าเฉลี่ยทั้งหมด	4.73	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-11 พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.73, S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่า องค์กรประกอบโครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ ประกอบด้วย ระบบการกำกับดูแลข้อมูล ระบบ

ปัญญาประดิษฐ์ เครื่องมือสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชัน มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์ประกอบแพลตฟอร์มข้อมูลอัจฉริยะประกอบด้วย การเชื่อมต่อข้อมูลอัจฉริยะ การประมวลผลอัจฉริยะ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และ องค์ประกอบแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอัจฉริยะประกอบด้วย อินเทอร์เฟซผู้ใช้แบบสนทนา มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด อินเทอร์เฟซผู้ใช้อัจฉริยะ อินเทอร์เฟซผู้ใช้แบบควบคุมเสียง มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ มีความสำคัญต่อการแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย

4.1.2.5 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกขององค์ประกอบของทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบของทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัย ได้สรุปผลการสัมภาษณ์ แสดงดังตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบของทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	Mean	S.D.	ความเหมาะสม
1. ข้อมูลมหาวิทยาลัย			
1.1 ข้อมูลบริหารจัดการ	4.00	0.71	มาก
1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร	4.95	0.22	มากที่สุด
1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม	4.95	0.22	มากที่สุด
1.4 ข้อมูลประชาสัมพันธ์	5.00	0.00	มากที่สุด
2. การสื่อสารมหาวิทยาลัย			
2.1 ภายในมหาวิทยาลัย	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2 ภายนอกมหาวิทยาลัย	4.90	0.30	มากที่สุด
3. ทักษะการสื่อสาร			
3.1 ความสามารถด้านภาษา	4.95	0.22	มากที่สุด
3.2 ความสามารถโน้มน้าวใจ	3.95	0.92	มาก
3.3 ความคิดสร้างสรรค์	4.95	0.22	มากที่สุด
4. การสร้างความสัมพันธ์			
4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัย	4.43	0.51	มาก
4.2 ความสัมพันธ์กับนักศึกษา	4.95	0.22	มากที่สุด
4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชน	4.76	0.54	มากที่สุด
4.4 ภายในมหาวิทยาลัย	4.95	0.22	มากที่สุด

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	Mean	S.D.	ความเหมาะสม
5. บุคลิกภาพ			
5.1 บุคลิกภาพภายนอก	5.00	0.00	มากที่สุด
5.2 บุคลิกภาพภายใน	4.86	0.36	มากที่สุด
5.3 ความเป็นผู้นำ	4.38	0.59	มาก
5.4 ความมุ่งมั่น	4.48	0.60	มาก
ค่าเฉลี่ยทั้งหมด	4.73	0.34	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-12 พบว่า ผลการประเมินขององค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.73, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่า องค์ประกอบด้านข้อมูลมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ส่วนของข้อมูลบริหารจัดการ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก องค์ประกอบด้านการสื่อสารมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย ภายในมหาวิทยาลัย ภายนอกมหาวิทยาลัย มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์ประกอบด้านทักษะการสื่อสาร ความสามารถด้านภาษาและความคิดสร้างสรรค์ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และความสามารถโน้มน้าวใจมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ บุคลิกภาพภายนอก บุคลิกภาพภายใน และ ความมุ่งมั่น มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเป็นผู้นำและความมุ่งมั่นมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบขององค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีความสำคัญต่อการแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกรวมทุกองค์ประกอบคือ ความน่าเชื่อถือ ควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าผลลัพธ์ของการนำเสนอผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยนั้นเป็นที่น่าเชื่อถือ และใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลายและควรพิจารณาอคติที่อาจเกิดขึ้น ความถูกต้อง ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผลลัพธ์ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยนั้นถูกต้อง โดยใช้หลักฐานและข้อมูลที่รองรับ และความเป็นประโยชน์ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผลลัพธ์ของการสัมภาษณ์นั้นเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย และสามารถนำไปใช้เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์หรือการตัดสินใจได้

4.2 ผลการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แบ่งการทำงานออกเป็น 4 ส่วนหลักดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลการนำเข้า

ส่วนที่ 2 กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 ผลที่ได้คือคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 การป้อนกลับข้อมูล

กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย

ข้อมูลการนำเข้า (input)

- 1) องค์ประกอบตัวละคร (Character elements)
- 2) องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)
- 3) องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพล (Influential elements)

กระบวนการ (Process)

ผู้วิจัยเลือกใช้กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยมีกระบวนการดังนี้

กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล

- 1) วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Analyze target groups and objectives)
- 2) สร้างตัวละครดิจิทัล (Creates characters)
- 3) สร้างความสามารถในการสื่อสาร (Create capabilities in communication)
- 4) สร้างเนื้อหา (Create content)
- 5) สร้างบุคลิกภาพ (Create personality)

กระบวนการแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Process Intelligent platform)

- 1) เผยแพร่ (Publish)
- 2) วัดการมีส่วนร่วม (Measure participation)
- 3) แก้ไขและปรับปรุง (Customize)

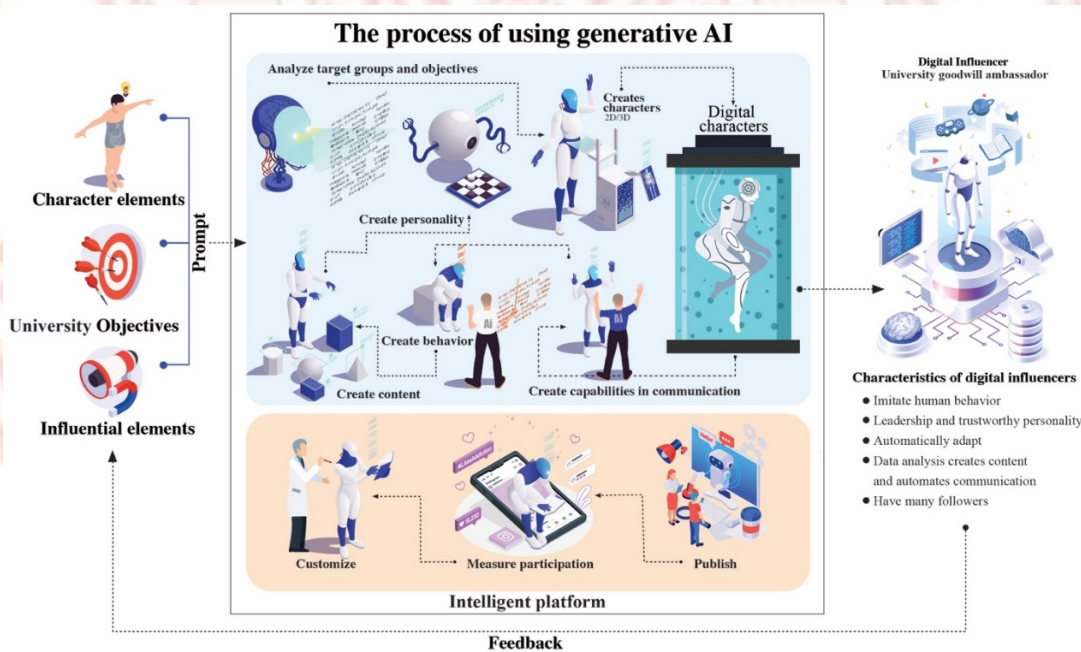
ผลลัพธ์ที่ได้ (Output)

ผลที่ได้คือ ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ที่มีคุณลักษณะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยของผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ มีองค์ประกอบดังนี้

- 1) สามารถเลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์ (Imitate human behavior)
- 2) มีภาวะผู้นำและบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ (Leadership and trustworthy personality)
- 3) ปรับตัวอัตโนมัติ (Automatically adapt)
- 4) การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างเนื้อหาและสื่อสารอัตโนมัติ (Data analysis creates content and automates communication)
- 5) มีผู้ติดตาม (Have many followers)

การตอบกลับการทำงาน (Feedback)

การตอบกลับการทำงานของระบบกลับไปยังขั้นตอนแรกในกระบวนการของระบบงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์กระบวนการออกแบบทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แสดงดังภาพที่ 4-2



ภาพที่ 4-2 ผลการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

4.2.1 ผลการประเมินคุณภาพการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-13 ผลการประเมินคุณภาพการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์
 รั้งสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
 มหาวิทยาลัย โดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	Mean	S.D.	ความเหมาะสม
1. การนำเข้า (In put)			
1.1 องค์ประกอบตัวละคร	4.52	0.51	มากที่สุด
1.2 เป้าหมายมหาวิทยาลัย	4.67	0.48	มากที่สุด
1.3 องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพล	4.81	0.40	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยด้านการนำเข้า (In put)	4.79	0.24	มากที่สุด
2. กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รั้งสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Process)			
2.1 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์	4.81	0.40	มากที่สุด
2.2 สร้างตัวละครดิจิทัล	4.62	0.50	มากที่สุด
2.3 สร้างความสามารถในการสื่อสาร	4.86	0.36	มากที่สุด
2.4 สร้างพฤติกรรม	4.57	0.51	มากที่สุด
2.5 สร้างเนื้อหา	4.24	0.44	มาก
2.6 สร้างบุคลิกภาพ	4.57	0.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยด้านกระบวนการ (Process)	4.79	0.24	มากที่สุด
3. กระบวนการแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Process Intelligent platform)			
3.1 เผยแพร่	4.67	0.48	มากที่สุด
3.2 วัดการมีส่วนร่วม	4.71	0.46	มากที่สุด
3.3 แก้ไขและปรับปรุง	4.29	0.46	มาก
ค่าเฉลี่ยด้านกระบวนการแพลตฟอร์มอัจฉริยะ	4.71	0.46	มากที่สุด
4. คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Output)			
4.1 สามารถเลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์	4.90	0.30	มากที่สุด
4.2 มีภาวะผู้นำและบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ	4.86	0.36	มากที่สุด
4.3 ปรับตัวอัตโนมัติ	4.76	0.44	มากที่สุด
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างเนื้อหาและสื่อสารอัตโนมัติ	4.86	0.36	มากที่สุด
4.5 มีผู้ติดตามจำนวนมาก	4.76	0.44	มากที่สุด

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	Mean	S.D.	ความเหมาะสม
ค่าเฉลี่ยคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Output)	4.71	0.46	มากที่สุด
5. กระบวนการข้อมูลป้อนกลับ (Feedback)			
ค่าเฉลี่ยทั้งหมด	4.62	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-13 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.62, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการนำเข้า (In put) มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.79, S.D. = 0.24) ด้านกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Process) มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.79, S.D. = 0.24) ด้านกระบวนการแพลตฟอร์มอัจฉริยะมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.71, S.D. = 0.46) คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Output) มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.71, S.D. = 0.46)

4.3 ผลการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

การสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ มีผลการศึกษาทั้งหมด 2 ส่วน ได้แก่

4.3.1 ผลการสำรวจความต้องการผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ผลสำรวจความต้องการลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ สำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป จำนวน 30 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา จำนวน 30 คน (ร้อยละ 66.67) เป็นเพศหญิงจำนวน 14 คน (ร้อยละ 46.67) ส่วนใหญ่อายุ 15-25 ปี จำนวน 14 คน (ร้อยละ 46.67) ดังตารางที่ 2 ส่วนใหญ่ต้องการผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ในเพศหญิง จำนวน 20 คน (ร้อยละ 66.67) มีช่วงอายุ 15-25 ปี จำนวน 22 คน (ร้อยละ 73.33) ใบหน้ารูปทรงรี จำนวน 21 คน (ร้อยละ 70.00) ทรงผมสั้น จำนวน 22 คน (ร้อยละ 73.33) สีผมบลอนด์ จำนวน 26 (ร้อยละ 86.67) สีผิวขาว จำนวน 30 (ร้อยละ 100.00) แต่งกายด้วยชุดสุภาพ จำนวน 21 คน (ร้อยละ 70.00) ลักษณะคล้ายมนุษย์ จำนวน 30 (ร้อยละ 100.00) ความสามารถของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

มีทักษะการสื่อสาร โดยพูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย จำนวน 30 คน (ร้อยละ 100.00) ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี จำนวน 26 คน (ร้อยละ 86.67) สามารถสื่อสารได้หลายภาษา จำนวน 22 คน (ร้อยละ 73.33) ทำหน้าที่เป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยและประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัย จำนวน 30 (ร้อยละ 100.00) โดยสื่อสารผ่านเว็บไซต์มหาวิทยาลัย และ Facebook จำนวน 30 (ร้อยละ 100.00) แสดงข้อมูลดังตารางที่ 3 มีรายละเอียดดังนี้ แสดงดังตารางที่ 4-14 และ ตารางที่ 4-15

ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของอาจารย์ พบว่า ผู้เข้าร่วมการสำรวจ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 5 คน (71.43) ส่วนใหญ่อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน (ร้อยละ 57.14) มีความต้องการผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะที่มีรูปทรงใบหน้าทรงรี จำนวน 5 คน (ร้อยละ 71.43) ทรงผมสั้น จำนวน 5 คน (ร้อยละ 71.43) สีผมบลอนด์ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 85.71) ผิวขาว จำนวน 7 คน (ร้อยละ 100.00) แต่งกายด้วยชุดสุภาพ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 71.43) ลักษณะคล้ายมนุษย์ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 100.00) พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย จำนวน 7 คน (ร้อยละ 100.00) ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี จำนวน 6 คน (ร้อยละ 85.71) และสามารถสื่อสารได้หลายภาษา จำนวน 5 คน (ร้อยละ 71.43) สามารถเป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย และประชาสัมพันธ์จำนวน 7 คน (ร้อยละ 100.00) แสดงดัง ตารางที่ 4-16

ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ พบว่า การใช้ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ในการสร้างตัวละคร (Model Generation) ส่วนใหญ่แนะนำให้ ใช้ Text-to-3D และ Avatarify จำนวน 5 คน (ร้อยละ 100.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการ สร้างความสามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตรงตามวัตถุประสงค์ (Analyze target groups and objectives) ส่วนใหญ่แนะนำ Gemini (Google) และ GPT-4 (OpenAI) จำนวน 5 คน (ร้อยละ 100.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างบุคลิกภาพ (Create personality) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่แนะนำ GPT-4 (OpenAI) และ CharacterGPT (OpenAI) จำนวน 5 คน (ร้อยละ 100.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างเนื้อหา (Create content) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แนะนำให้ใช้ GPT-4 (OpenAI) จำนวน 4 คน (ร้อยละ 80.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างความสามารถในการสื่อสาร (Create capabilities in communication) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ GPT-4 (OpenAI) และ Botnoi-Voice จำนวน 4 คน (ร้อยละ 80.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างความสามารถในการเผยแพร่ (Publish) ผู้ทรง

อิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่แนะนำ LaMDA (Google) จำนวน 4 คน (ร้อยละ 80.00) แสดงดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-14 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (n=30)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ร้อยละ)
สถานะ	
นักศึกษา	20 (66.67)
นักเรียน	5 (16.67)
บุคคลทั่วไป	5 (16.67)
เพศ	
หญิง	14 (46.67)
ชาย	16 (53.33)
อายุ	
15-25 ปี	25 (83.33)
25-30 ปี	0
30-35 ปี	3 (10.00)
35-40 ปี	2 (6.67)
40 ปีขึ้นไป	0

ตารางที่ 4-15 ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญหา
ประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของ
นักศึกษาและบุคคลทั่วไป (n=30)

ความคิดเห็นของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป	จำนวน (ร้อยละ)
ลักษณะของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
เพศ	
หญิง	20 (66.67)
ชาย	10 (33.33)
อายุ	
15-25 ปี	22 (73.33)
25-30 ปี	8 (26.67)
30-35 ปี	0
35-40 ปี	0
40 ปีขึ้นไป	0
รูปทรงใบหน้า	
ทรงกลม	9 (30.00)
ทรงเหลี่ยม	0
ทรงรี	21 (70.00)
ทรงผม	
ผมสั้น	22 (73.33)
ผมยาว	8 (26.67)
สีผม	
ผมดำ	4 (13.33)
ผมบลอนด์	26 (86.67)
สีผิว	
ผิวขาว	30 (100.00)
ผิวดำ	0
การแต่งกาย	
แต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย	9 (30.00)
แต่งกายด้วยชุดสุภาพ	21 (70.00)



ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

ความคิดเห็นของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป	จำนวน (ร้อยละ)
รูปแบบของผู้ทรงอิทธิพล	
ลักษณะคล้ายมนุษย์	30 (100.00)
ตัวการ์ตูน	0
ความสามารถของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
ทักษะการสื่อสาร	
พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	30 (100.00)
แสดงภาษากายที่เหมาะสม	12 (40.00)
ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี	26 (86.67)
มีอารมณ์ขัน สร้างความบันเทิง	8 (26.67)
นำเสนอเนื้อหาที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร	9 (30.00)
สามารถสื่อสารได้หลายภาษา	22 (73.33)
หน้าที่ของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย	30 (100.00)
ประชาสัมพันธ์	30 (100.00)
สนับสนุนกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	4 (13.33)
ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน	5 (16.67)
ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ	4 (13.33)
ช่องทางการสื่อสารใดที่ท่านต้องการสื่อสารกับผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ	
ช่องทางการสื่อสาร	
เว็บไซต์มหาวิทยาลัย	30 (100.00)
Facebook	30 (100.00)
Instagram	27 (90.00)
Twitter	4 (13.33)
TikTok	26 (86.67)

ตารางที่ 4-16 ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์
 รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของอาจารย์ (n=7)

ความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์	จำนวน (ร้อยละ)
ลักษณะของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
เพศ	
หญิง	5 (71.43)
ชาย	2 (28.57)
อายุ	
15-25 ปี	0 (00.00)
25-30 ปี	0 (00.00)
30-35 ปี	1 (14.29)
35-40 ปี	2 (28.57)
40 ปีขึ้นไป	4 (57.14)
รูปทรงใบหน้า	
ทรงกลม	2 (28.57)
ทรงเหลี่ยม	0 (00.00)
ทรงรี	5 (71.43)
ทรงผม	
ผมสั้น	5 (71.43)
ผมยาว	2 (28.57)
สีผม	
ผมดำ	1 (14.29)
ผมบลอนด์	6 (85.71)
สีผิว	
ผิวขาว	7 (100.00)
ผิวดำ	0 (00.00)
การแต่งกาย	
แต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย	2 (28.57)
แต่งกายด้วยชุดสุภาพ	5 (71.43)

ตารางที่ 4-16 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์	จำนวน (ร้อยละ)
รูปแบบของผู้ทรงอิทธิพล	
ลักษณะคล้ายมนุษย์	7 (100.00)
ตัวการ์ตูน	0 (00.00)
ความสามารถของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
ทักษะการสื่อสาร	
พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	7 (100.00)
แสดงภาษากายที่เหมาะสม	3 (42.86)
ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี	6 (85.71)
มีอารมณ์ขัน สร้างความบันเทิง	2 (28.57)
นำเสนอเนื้อหาที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร	2 (28.57)
สามารถสื่อสารได้หลายภาษา	5 (71.43)
หน้าที่ของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย	7 (100.00)
ประชาสัมพันธ์	7 (100.00)
สนับสนุนกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	1 (14.29)
ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน	1 (14.29)
ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ	1 (14.29)

ตารางที่ 4-17 ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์
 รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของ
 ผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ (n=5)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์	จำนวน (ร้อยละ)
ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างตัวละคร (Model Generation)	
Text-to-3D	5 (100.00)
3D Model Generation	3 (60.00)
Masterpiece X	1 (20.00)
Midjourney	4 (80.00)
VQGan+CLIP	0 (0.00)
DALL-E 2	4 (80.00)
StyleGAN	0 (0.00)
Avatarify	5 (100.00)
ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้าง ความสามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตรงตาม วัตถุประสงค์ (Analyze target groups and objectives)	
Gemini (Google)	5 (100.00)
GPT-4 (OpenAI)	5 (100.00)
Copilot	0 (0.00)
ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้าง บุคลิกภาพ (Create personality) ของผู้ทรงอิทธิพล ดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย	
Bard (Google)	3 (60.00)
GPT-4 (OpenAI)	5 (100.00)
CharacterGPT (OpenAI)	5 (100.00)
Botnoi-Voice	3 (60.00)
D-DI AI	3 (60.00)
ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างเนื้อหา (Create content) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
Bard (Google)	1 (20.00)
GPT-4 (OpenAI)	4 (80.00)
Mojo AI	3 (60.00)

ตารางที่ 4-17 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์	จำนวน (ร้อยละ)
ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้าง ความสามารถในการสื่อสาร (Create capabilities in communication) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
Bard (Google)	3 (60.00)
GPT-4 (OpenAI)	4 (80.00)
D-DI AI	3 (60.00)
Botnoi-Voice	4 (80.00)
Text to Speech	1 (20.00)
ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้าง ความสามารถในการเผยแพร่ (Publish) ผู้ทรงอิทธิพล ดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย	
LaMDA (Google)	3 (60.00)
BLOOM (Hugging Face)	3 (60.00)
Megatron-Turing NLG (NVIDIA)	1 (20.00)
WuDao 2.0 (Beijing Academy of Artificial Intelligence)	0 (0.00)
OPT (OpenAI)	0 (0.00)
การวัดการมีส่วนร่วม (Measure participation) ของผู้ ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูต สันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	
VGG16/ ResNet ใช้ในการวัดการมีส่วนร่วมในรูปแบบ ของ ยอดดู ระยะเวลาการรับชม การคลิก การ วิเคราะห์ความสนใจ	4 (80.00)
Q-Learning, Actor-Critic ใช้ในการวัดการมีส่วนร่วมใน รูปแบบของ พฤติกรรมผู้ใช้ การมีส่วนร่วมในสื่อ การ วิเคราะห์การใช้งาน วิเคราะห์การเชื่อมต่อ การ โต้ตอบ และเครือข่ายในชุมชนออนไลน์	4 (80.00)

ตารางที่ 4-17 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์	จำนวน (ร้อยละ)
สร้างความสามารถปรับแต่ง (Customize) ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย	5 (100.00)
Q-Learning, Actor-Critic ตัวช่วยส่วนตัว ระบบแนะนำการปรับแต่งอัตโนมัติ	4 (80.00)
PageRank, HITS การแนะนำเพื่อน การสร้างกลุ่ม การวิเคราะห์ความสัมพันธ์	

4.3.2 ผลการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

ผู้วิจัยได้สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ทั้งหมดจำนวน 5 ท่าน โดยกำหนดภูมิหลังให้แก่ผู้ทรงอิทธิพลและให้สำรวจความพึงพอใจผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 5 ตัวเลือก ผลการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด จำนวน 30 คน ผู้ทรงอิทธิพลที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ อลิส่า (Alisa) จำนวน 13 คน (ร้อยละ 43.33) ดังภาพที่ 4-3 รองลงมาเป็น โรส (Rose) จำนวน 6 คน (ร้อยละ 20.00) ดังตารางที่ 4-18 โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่าควรมีผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพศชายร่วมด้วย

ตารางที่ 4-18 ผลการสำรวจความพึงพอใจผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 5 ตัวเลือก (n=30)

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล	จำนวน (ร้อยละ)
ซาซ่า (Sasha)	5 (16.67)
โรส (Rose)	6 (20.00)
จูเลีย (Julia)	3 (10.00)
นลดา (Rinlada)	3 (10.00)
อลิส่า (Alisa)	13 (43.33)



ภาพที่ 4-3 อลิสา (Alisa)

อลิสา มีรูปร่าง ผอมเพรียว สูงโปร่ง ผิวขาวเนียนละเอียด ชอบใส่เสื้อผ้าสไตล์โมเดิร์น ทันสมัย รอยยิ้ม ท่าทาง อลิสา มีภาษากาย ยิ้มแย้มแจ่มใส ท่าทางเป็นมิตร ภาษากายมั่นใจ มีความเป็นผู้นำ มีความเป็นผู้นำสูง กล้าคิดกล้าตัดสินใจ ความเป็นตัวของตัวเอง: มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่เหมือนใคร ภูมิหลังของอลิสาเป็นหุ่นยนต์สาวที่ถูกสร้างขึ้นโดยบริษัท Glory Forever PCL. เพื่อเป็นผู้ช่วยอัจฉริยะให้กับมนุษย์ เธอมีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตัวเองได้อย่างรวดเร็ว เธอจึงสามารถช่วยเหลือมนุษย์ได้ในหลากหลายด้าน เธอเป็นหุ่นยนต์สาวที่ฉลาดและมีน้ำใจ เธอจึงเป็นที่รักของผู้คนมากมาย

จากผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ผู้วิจัยจึงได้สร้างผู้ทรงอิทธิพล

ดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ จำนวน 2 คน ได้แก่

1) Alisa เป็นผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยเพศหญิง สร้างโดยใช้ application Adobe firefly, prompt: 8K, RAW photo, best quality, masterpiece, high resolution, hyper realistic, real person, detailed face, short hair, extremely detailed, detailed skin, photo, Thai Woman age 20-22, cat eye, Half Thai and half Japanese, dynamic pose, super sexy dress, big bust, big thighs, side angle, looking at viewer, dream pop, cute and bright

2) Teddy เป็นผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยเพศชาย สร้างโดยใช้ application Adobe firefly, prompt: A highly detailed, realistic 3D caricature of a 20-year-old Indonesian man with a tall and slender build. He has an oval face shape, sharp facial features, and an intense yet calm expression. His dark, stylishly tousled hair contrasts against his warm skin tone. He is dressed in a futuristic outfit with a high-tech, sporty jacket, featuring geometric patterns and glowing accents. The background is a blend of warm, golden lights and soft shadows, creating an

atmosphere of modernity and subtle elegance. ดังภาพที่ 4-4 โดยเผยแพร่ข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย



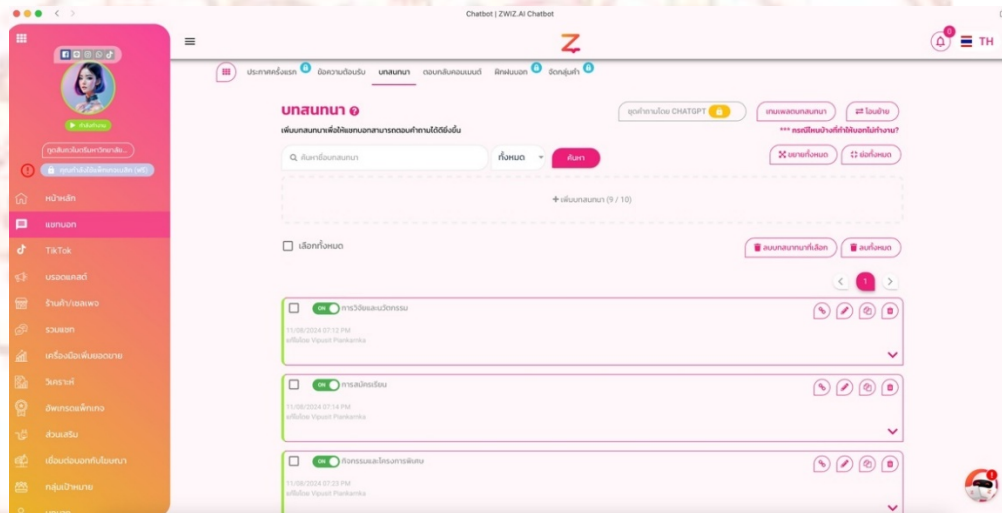
ภาพที่ 4-4 แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)



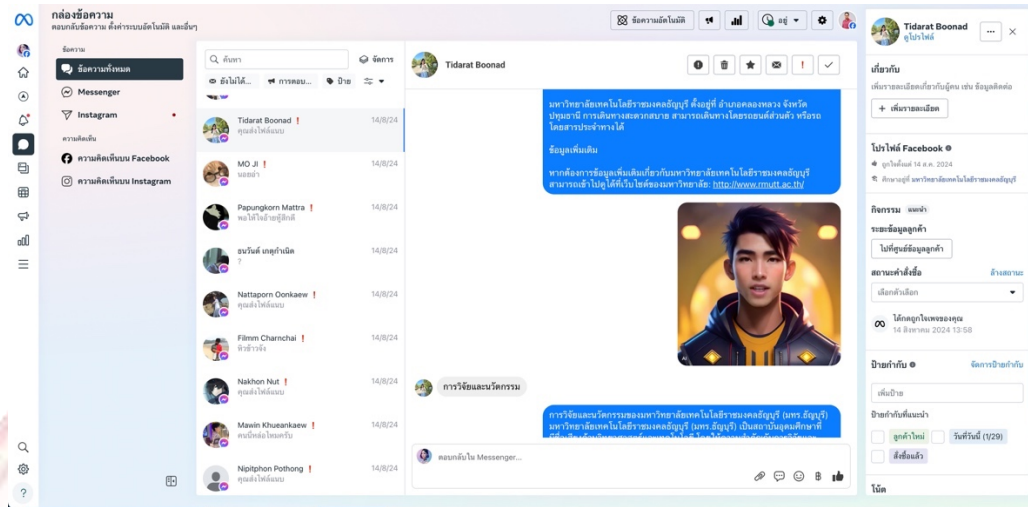
ภาพที่ 4-5 แสดงภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย



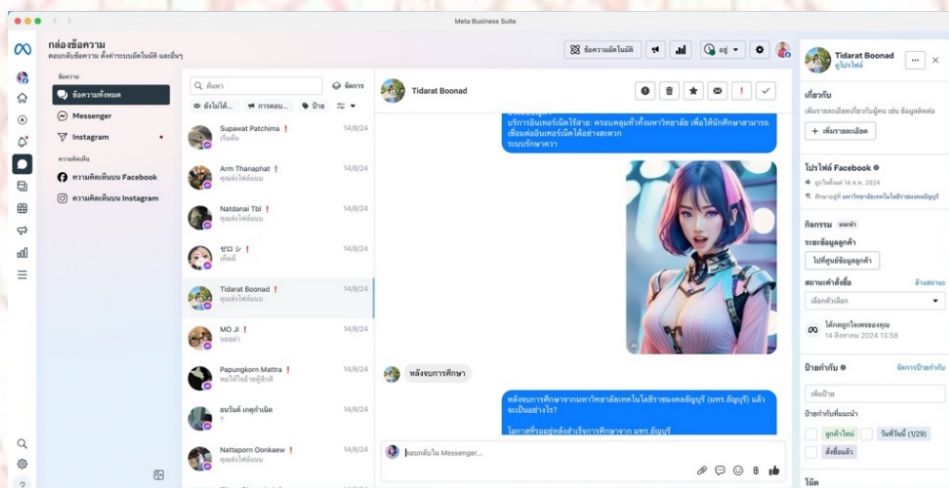
ภาพที่ 4-6 แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)



ภาพที่ 4-7 แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)



ภาพที่ 4-8 แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)



ภาพที่ 4-9 แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)

4.4 ผลการวิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ผลการศึกษาพบว่า มีผู้เข้าร่วมการศึกษาทั้งหมดจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 87 คน (ร้อยละ 58) มีอายุในช่วง 15-25 ปี จำนวน 106 คน (ร้อยละ 70.67) เป็นนักศึกษา จำนวน 99 คน (ร้อยละ 66) บุคลากรมหาวิทยาลัย จำนวน 23 คน (ร้อยละ 15.33) และบุคคลทั่วไป จำนวน 28 คน (ร้อยละ 18.67) ดังตารางที่ 19

ผลการประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยพบว่า ด้านการประเมินผู้ทรงอิทธิพล

(Influencer) ในด้านบุคลิกภาพพบว่า หน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ ที่ดูดีสะอาดตา และ สไตล์การแต่งตัว มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ± 0.52 , 4.56 ± 0.67 ตามลำดับ, ด้านทักษะการสื่อสารพบว่าพูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย, ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี, ความสามารถด้านภาษา มีคุณภาพในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ± 0.56 , 4.56 ± 0.65 และ 4.57 ± 0.66 ตามลำดับ ด้านการสร้างความสัมพันธ์พบว่าสามารถกระตุ้นให้ผู้ติดตามมีความสัมพันธ์อันดีกับมหาวิทยาลัย และ กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยมีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ± 0.56 , 4.51 ± 0.71 ตามลำดับ ด้านการประเมินแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms) พบว่าการประมวลผลข้อมูล และ ความรวดเร็วในการโต้ตอบข้อมูลมีคุณภาพในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ± 0.51 , 4.66 ± 0.57 ตามลำดับ และด้านการประเมินหน้าที่ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador) ผลการประเมินพบว่าด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัยสามารถให้ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร และให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในมหาวิทยาลัยมีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ± 0.50 , 4.56 ± 0.50 , 4.57 ± 0.51 ตามลำดับ ด้านความสามารถในการสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลผลการประเมินพบว่ามีความสามารถในการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัย ความสามารถในการสื่อสารภายนอกมหาวิทยาลัย ความสามารถในการเป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ± 0.55 , 4.57 ± 0.57 , 4.59 ± 0.60 ตามลำดับ ในด้านคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลจากผลการประเมินพบว่า การเลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์ และบุคลิกความเป็นผู้นำและน่าเชื่อถือมีคุณภาพในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ± 0.52 , 4.56 ± 0.67 ตามลำดับ ในด้านการปรับตัวแบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างเนื้อหาและสื่อสารแบบอัตโนมัติ และมีผู้ติดตามจำนวนมาก มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ± 0.74 , 4.31 ± 0.71 , 4.14 ± 0.91 ตามลำดับ ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 4-19 ผลการสำรวจแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมการศึกษา (n=150)

ข้อมูล	จำนวน (ร้อยละ)
เพศ	
หญิง	87 (58.00)
ชาย	63 (42.00)
อายุ	
15-25 ปี	106 (70.67)
25-30 ปี	44 (29.33)

ตารางที่ 4-19 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (ร้อยละ)
อาชีพ	
นักศึกษา	99 (66.00)
บุคลากรมหาวิทยาลัย	23 (15.33)
บุคคลทั่วไป	28 (18.67)
คณะที่ศึกษาอยู่	
คณะวิศวกรรมศาสตร์	8 (5.33)
คณะบริหารธุรกิจ	7 (4.67)
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	5 (3.33)
คณะศิลปกรรมศาสตร์	5 (3.33)
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	3 (2.00)
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	6 (4.00)
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	5 (3.33)
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	3 (2.00)
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	43 (28.67)
คณะศิลปศาสตร์	5 (3.33)
คณะการแพทย์บูรณาการ	4 (2.67)
คณะพยาบาลศาสตร์	5 (3.33)
ช่องทางที่ได้รับข้อมูล	
เว็บไซต์	82 (54.67)
Facebook	137 (91.33)
TikTok	17 (11.33)
Instagram	12 (8.00)

ตารางที่ 4-20 แสดงผลประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

รายการประเมิน	Mean \pm SD	ระดับคุณภาพ
1. การประเมินผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)		
1.1 บุคลิกภาพ		
1.1.1 หน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ ที่ดูดี สะอาดตา	4.68 \pm 0.52	มีคุณภาพมากที่สุด
1.1.2 สไตล์การแต่งตัว	4.56 \pm 0.67	มีคุณภาพมากที่สุด
1.1.3 รอยยิ้ม ท่าทาง ภาษากาย ที่ดูเป็นมิตร	4.17 \pm 0.86	มีคุณภาพมาก
1.1.4 ความเป็นผู้นำ	4.14 \pm 0.91	มีคุณภาพมาก
1.2 ทักษะการสื่อสาร		
1.2.1 พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.53 \pm 0.56	มีคุณภาพมากที่สุด
1.2.2 แสดงภาษากายที่เหมาะสม	4.11 \pm 0.92	มีคุณภาพมาก
1.2.3 ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี	4.56 \pm 0.65	มีคุณภาพมากที่สุด
1.2.4 สร้างความสนุกสนานและมีสาระ	4.07 \pm 0.96	มีคุณภาพมาก
1.2.5 มีความคิดสร้างสรรค์	4.31 \pm 0.77	มีคุณภาพมาก
1.2.6 ความสามารถด้านภาษา	4.57 \pm 0.66	มีคุณภาพมากที่สุด
1.3 การสร้างความสัมพันธ์		
1.3.1 กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีความสัมพันธ์อันดีกับมหาวิทยาลัย	4.59 \pm 0.56	มีคุณภาพมากที่สุด
1.3.2 กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย	4.51 \pm 0.71	มีคุณภาพมากที่สุด
1.3.3 กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	4.17 \pm 0.85	มีคุณภาพมาก
2. การประเมินแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms)		
2.1 การเชื่อมต่อข้อมูล	4.22 \pm 0.83	มีคุณภาพมาก
2.2 การประมวลผลข้อมูล	4.55 \pm 0.51	มีคุณภาพมากที่สุด
2.3 ความรวดเร็วในการโต้ตอบข้อมูล	4.66 \pm 0.57	มีคุณภาพมากที่สุด

ตารางที่ 4-20 (ต่อ)

รายการประเมิน	Mean \pm SD	ระดับคุณภาพ
3. การประเมินหน้าที่ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)		
3.1 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัย		
3.1.1 การให้ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ	4.53 \pm 0.50	มีคุณภาพมากที่สุด
3.1.2 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร	4.56 \pm 0.50	มีคุณภาพมากที่สุด
3.1.3 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในมหาวิทยาลัย	4.57 \pm 0.51	มีคุณภาพมากที่สุด
3.1.4 การให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ	4.17 \pm 0.71	มีคุณภาพมาก
3.2 ความสามารถในการสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพล		
3.2.1 สามารถสื่อสารภายในมหาวิทยาลัยได้	4.54 \pm 0.55	มีคุณภาพมากที่สุด
3.2.2 สามารถสื่อสารภายนอกมหาวิทยาลัยได้	4.57 \pm 0.57	มีคุณภาพมากที่สุด
3.2.3 ความสามารถในการเป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย	4.59 \pm 0.60	มีคุณภาพมากที่สุด
4. คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Characteristics of digital influencers)		
4.1 เลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์	4.68 \pm 0.52	มีคุณภาพมากที่สุด
4.2 บุคลิกความเป็นผู้นำและน่าเชื่อถือ	4.56 \pm 0.67	มีคุณภาพมากที่สุด
4.3 ปรับตัวแบบอัตโนมัติ	4.39 \pm 0.74	มีคุณภาพมาก
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างเนื้อหาและสื่อสารแบบอัตโนมัติ	4.31 \pm 0.71	มีคุณภาพมาก
4.5 มีผู้ติดตามจำนวนมาก	4.14 \pm 0.91	มีคุณภาพมาก

4.5 ผลวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

ผลวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ พบว่าด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ด้านการสื่อสารของมหาวิทยาลัย และด้านการเข้าถึงข้อมูลมีคะแนนเฉลี่ยสูงมากกว่าเมื่อเทียบกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการสื่อสารภายนอกมหาวิทยาลัย (ชุมชน องค์กรภายนอก) ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 4-21 ผลประเมินความเหมาะสมการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยเทียบกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

รายการประเมิน	การสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ		การใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย		t	Sig.* (2-tailed)	Mean Difference
	Mean	SD	Mean	SD			
1. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัย							
1.1 ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ (ให้ข้อมูลด้านสวัสดิการ การประเมินผลงาน)	3.63	0.61	4.61	0.54	-20.52	< 0.001	-0.98
1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร (ให้ข้อมูลด้านหลักสูตร ปฏิทินการศึกษาทุนการศึกษา)	3.51	0.62	4.4	0.59	-17.65	< 0.001	-0.98
1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในมหาวิทยาลัย (ให้ข้อมูลด้านกิจกรรมของมหาวิทยาลัย งานบริการวิชาการ)	3.57	0.64	4.47	0.58	-14.73	< 0.001	-0.91

ตารางที่ 4-21 (ต่อ)

รายการประเมิน	การสื่อสาร องค์กร มหาวิทยาลัย รูปแบบปกติ		การใช้ผู้ทรง อิทธิพลดิจิทัล ด้วย ปัญญาประดิษฐ์ รังสรรค์ผ่าน แพลตฟอร์ม อัจฉริยะเพื่อเป็น ทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย		t	Sig.* (2- tailed)	Mean Differ ence
	Mean	SD	Mean	SD			
1.4 ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ระดับนานาชาติ (ให้ข้อมูล ด้านหลักสูตร ปฏิทิน การศึกษา ทุนการศึกษา ภาคภาษาอังกฤษ)	3.52	0.68	3.75	0.84	-3.69	0.0003	-0.24
2. การสื่อสารของมหาวิทยาลัย							
2.1 การสื่อสารภายใน มหาวิทยาลัย (บุคลากร และ นักศึกษา)	3.75	0.84	4.48	0.62	-11.60	< 0.001	-0.73
2.2 การสื่อสารภายนอก มหาวิทยาลัย (ชุมชน องค์กรภายนอก)	3.95	0.70	4.03	0.81	-1.27	0.205	-0.073
3. การเข้าถึงข้อมูล							
3.1 ความรวดเร็วในการ เข้าถึงข้อมูล	4.02	0.81	4.70	0.49	-9.73	< 0.001	-0.67
3.2 ความสะดวกในการ เข้าถึงข้อมูล	4.07	0.91	4.64	0.49	-8.32	< 0.001	-0.58

*วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ Paired t-test

บทที่ 5

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ประกอบด้วยรายละเอียดของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ และการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ดังนี้

5.1 บทนำ

5.1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

5.1.2 วัตถุประสงค์ของการออกแบบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

5.2 องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

5.3 กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

5.4 การสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

5.5 การนำผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปใช้

5.5.1 วิธีการนำผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปใช้

5.1 บทนำ

บทนำประกอบด้วยความเป็นมาและความสำคัญและวัตถุประสงค์ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) มีจุดเริ่มต้นจากการวิจัยเกี่ยวกับความสามารถในการทำงานทางปัญญาของเครื่องจักรและคอมพิวเตอร์ ซึ่งเริ่มต้นในศตวรรษที่ 20

ความรู้และแนวคิดเหล่านี้ถูกพัฒนาต่อมาเป็นโปรแกรมและระบบคอมพิวเตอร์ที่สามารถเลียนแบบความสามารถในการคิดของมนุษย์ การวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ได้รับการสนับสนุนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการนำการเรียนรู้ของเครื่องจักรและการประมวลผลข้อมูลมาใช่มากขึ้น ซึ่งช่วยพัฒนาความสามารถของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ไปอย่างก้าวกระโดด การสร้างโมเดลและอัลกอริทึมที่มีประสิทธิภาพทำให้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ก้าวหน้าไปหลายด้าน เช่น การรู้จำภาพ (Visual- Intelligence) การปรับตัวตามสถานการณ์ และการแก้ปัญหาทางปัญญาประดิษฐ์ ที่สำคัญที่สุดคือการพัฒนาเทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่องจักร (Machine Learning) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ในปัจจุบัน (Gurung, 2023) การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสนทนาแบบอัตโนมัติช่วยลดภาระงานของมนุษย์ในการตอบคำถามและให้บริการลูกค้า ทำให้งานที่ซ้ำซากและงานที่ต้องการความเร็วสามารถดำเนินการได้โดยรวดเร็วขึ้น และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างมนุษย์และเทคโนโลยีในมุมมองทางธุรกิจและบริการ (Ayers et al., 2023)

ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative Artificial Intelligence) เป็นปัญญาประดิษฐ์ที่มุ่งเน้นการสร้างเนื้อหาใหม่เช่น ภาพ ข้อความ เพลงหรือวิดีโอ โดยใช้รูปแบบและอัลกอริทึมที่ซับซ้อน และแตกต่างจากปัญญาประดิษฐ์ในรูปแบบอื่น ๆ ปัญญาประดิษฐ์ที่สร้างขึ้นเรียนรู้รูปแบบจากข้อมูลที่มีอยู่และใช้ความรู้นี้เพื่อสร้างเนื้อหาที่สอดคล้องและเป็นจริง หนึ่งในวิธีการที่นิยมคือ Generative Adversarial Networks (GANs) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ที่สร้างขึ้นอย่างรับผิดชอบถือเป็นสิ่งสำคัญ โดยรวมปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์เป็นสาขาที่น่าสนใจที่ขยายความเป็นไปได้ของปัญญาประดิษฐ์ นอกเหนือจากงานการรับรู้และการจัดประเภทช่วยให้สามารถสร้างผลผลิตใหม่และสร้างสรรค์ได้ (Chen, 2022) (Jovanovic & Campbell, 2022)

ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่ 1) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างข้อความ (Text Generation) 2) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างรหัส (Code Generation) 3) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างรูปภาพ (Image Generation) 4) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างเสียง (Speech Generation) 5) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทการสร้างวิดีโอ (Video Generation) 6) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทสร้างงาน 3 มิติ (3D Generation) และ 7) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเภทอื่น ๆ (other) (Anantrasirichai and Bull, 2019)

ผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) คือบุคคลที่มีการติดตามและส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญในแพลตฟอร์มดิจิทัลเช่น YouTube และ podcasts ผู้ทรงอิทธิพลมีความเชี่ยวชาญ สร้างความน่าเชื่อถือและการปรากฏตัวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้ชม ผู้ทรงอิทธิพลมุ่งเน้นไปในสิ่งที่น่าสนใจเช่น แฟชั่น ความงาม การออกกำลังกาย การเดินทาง เทคโนโลยีหรือ สไตส์ ผู้ทรงอิทธิพลสร้างเนื้อหาที่สามารถกำหนดตัวเองให้กับผู้ชมเป้าหมายของผู้ทรง

อิทธิพล แสดงถึงประสบการณ์ความรู้และการให้คำแนะนำของผู้ทรงอิทธิพล ในลักษณะที่น่าสนใจ และเชื่อถือได้ (Teresa Borges-Tiago et al., 2023) ผู้ทรงอิทธิพลใช้ทักษะการเล่าเรื่องเพื่อสร้างความเชื่อถือและมีส่วนร่วมในการติดตามและแบ่งปันมุมมองความเชี่ยวชาญและความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการแนวโน้มหรือประสบการณ์ ผลกระทบของผู้มีอิทธิพลมาจากการสร้างความรู้สึกรักและความไว้วางใจกับผู้ชมโดยการแบ่งปันประสบการณ์และความคิดเห็นส่วนบุคคล (Branding Strategy of Online Pet Influencer on Facebook Page, n.d.) ผู้ติดตามของผู้ทรงอิทธิพลเห็นว่าผู้ทรงอิทธิพลเป็นบุคคลที่เชื่อถือได้ซึ่งให้คำแนะนำและมุมมองที่แท้จริง การปรากฏตัวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพล มักจะมีผู้ติดตามหรือผู้สมัครจำนวนมากช่วยให้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญและสร้างแนวโน้มการตลาด ผู้ทรงอิทธิพลเกี่ยวข้องกับการมีพันธมิตรกับผู้ส่งผลกระทบต่อโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยใช้ความสามารถและความน่าเชื่อถือของผู้ทรงอิทธิพล เพื่อเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับผู้ชมเป้าหมาย (Govindan & Alotaibi, 2021) ผู้ทรงอิทธิพลไม่ได้จำกัดเฉพาะผู้ที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลสาธารณะเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบุคคลที่สามารถสร้างผลกระทบโดยใช้ความสามารถส่วนบุคคลในการสร้างเนื้อหาที่มีความต่อเนื่อง มีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอกับผู้ชม และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกลุ่มเป้าหมายหรือสถานการณ์ที่ตนมีอิทธิพล ซึ่งทำให้พวกเขาสามารถสร้างความแตกต่างในสายตาของผู้ชมได้ แม้จะไม่ใช่บุคคลในสื่อกระแสหลักก็ตาม การวิจัยของ (Wibawa et al., 2022)

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์มีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของมหาวิทยาลัยโดยการให้คำตอบที่รวดเร็วและแม่นยำต่อคำถามที่ถามบ่อย ข้อมูลหลักสูตรและโปรแกรม บริการในมหาวิทยาลัย ข้อมูลเหตุการณ์และปฏิทิน (Zhang et al., 2021) การช่วยนักศึกษาและพนักงานในการค้นหาและเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับหลักสูตร การลงทะเบียน การบริการต่าง ๆ และทรัพยากรทางวิชาการอื่น ๆ การนำทางยังรวมถึงการแนะนำวิธีการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองภายในสภาพแวดล้อมทางการศึกษา (Gerlich, 2023; Vogel, 2010) นอกจากนี้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะยังช่วยในการสอบถามเกี่ยวกับบริการในมหาวิทยาลัยรวมถึงทรัพยากรห้องสมุดสนับสนุนด้านไอทีบริการสุขภาพให้คำแนะนำอาชีพและข้อมูลที่อยู่อาศัย ข้อมูลเหตุการณ์และปฏิทิน โดยผู้ทรงอิทธิพลช่วยให้ผู้ใช้สามารถตรวจสอบตารางเหตุการณ์ลงทะเบียนกิจกรรมและรับค่าเตือนเกี่ยวกับวันหยุดหรือเหตุการณ์ที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย การนำทางในมหาวิทยาลัยโดยการให้คำแนะนำไปยังอาคารที่เฉพาะเจาะจงห้องเรียนหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในมหาวิทยาลัย การสำรวจภายในองค์กรมหาวิทยาลัยซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณภาพของข้อเสนอและช่วยให้การปรับปรุงตามข้อมูล ประกาศที่สำคัญกำหนดเวลาการเปลี่ยนแปลงนโยบายและเตือนภัยในมหาวิทยาลัยสามารถสื่อสารกับผู้ใช้งาน การแจ้งเตือน การแจ้งเตือนเหล่านี้แจ้งให้ผู้ใช้ทราบถึงระยะเวลาการลงทะเบียนกำหนดเวลาในการชำระเงินกำหนดเวลาการเรียนการสอนและสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยการปรับแต่งการตอบสนองให้กับ

ผู้ใช้แต่ละรายตามความต้องการหรือการโต้ตอบก่อนหน้านี้ก็เป็นไปได้ที่จะให้การสนับสนุนที่สามารถกำหนดได้เอง (Lovallo & Riemer, 2023; Phuthong, 2021)

การใช้ผู้ทรงอิทธิพลผ่านการประมวลผลภาษาธรรมชาติสามารถเข้าใจคำถามของผู้ใช้ให้คำตอบที่แม่นยำและปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องตามเวลา ช่องการสื่อสารที่สะดวกและสามารถเข้าถึงได้ซึ่งสามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการเข้าถึงและความพึงพอใจของผู้ใช้ภายในองค์กรมหาวิทยาลัยได้ (Vogel, 2010)

การพัฒนาสังคมในยุคปัญญาประดิษฐ์ จะประสบความสำเร็จได้ต้องพัฒนาลงลึกถึงฐานรากของคนในสังคมทั้งในระดับวัฒนธรรมและจิตสำนึก โดยคนในสังคมจะต้องมีส่วนร่วมการพัฒนาหลักการที่สำคัญที่สุดของการสร้างการมีส่วนร่วมคือ การกระจายอำนาจการตัดสินใจให้แก่สังคมสังคมหนึ่ง ๆ นั้นจะกลายเป็นแกนหลักทางความคิดการตัดสินใจ การบริหารจัดการ การทำงานร่วมกัน ยังประโยชน์ให้คนในสังคมนั้น ๆ เกิดการเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ขยายวงกว้างมากขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคมได้อย่างยั่งยืน (For et al., n.d.)

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการรังสรรค์หรือสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อการผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยสังเคราะห์รูปแบบการเรียนรู้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนาผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อทำหน้าที่เป็นทูตสันถวไมตรีของมหาวิทยาลัย โดยมุ่งหวังที่จะเสริมสร้างความสามารถในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน

5.1.2 วัตถุประสงค์ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

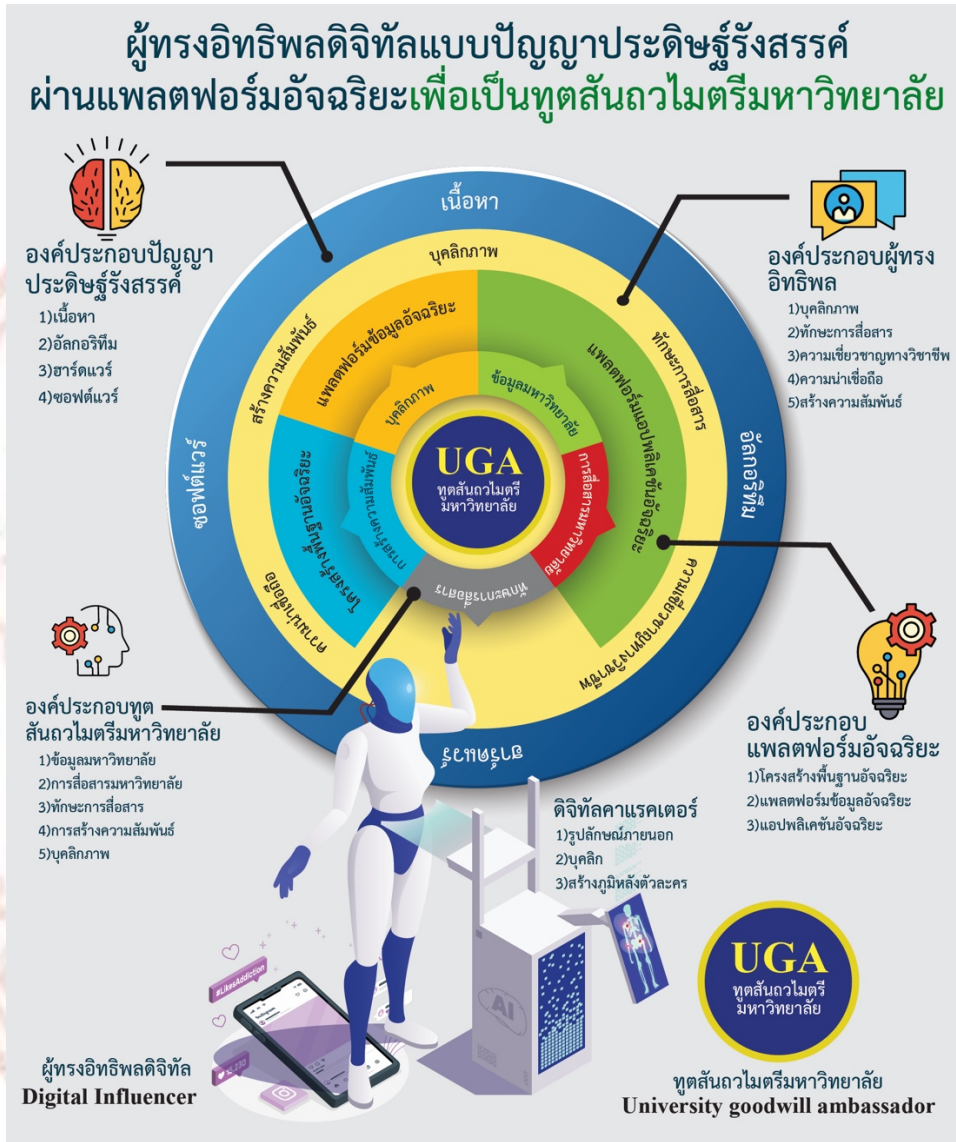
5.1.2.1 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับสถาบันศึกษาที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาภาพลักษณ์และการสื่อสารของสถาบันศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.2.2 เพื่อให้สถาบันศึกษามีเพื่อให้สถาบันศึกษามี ความได้เปรียบในการแข่งขัน และองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

5.2 องค์ประกอบการออกแบบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

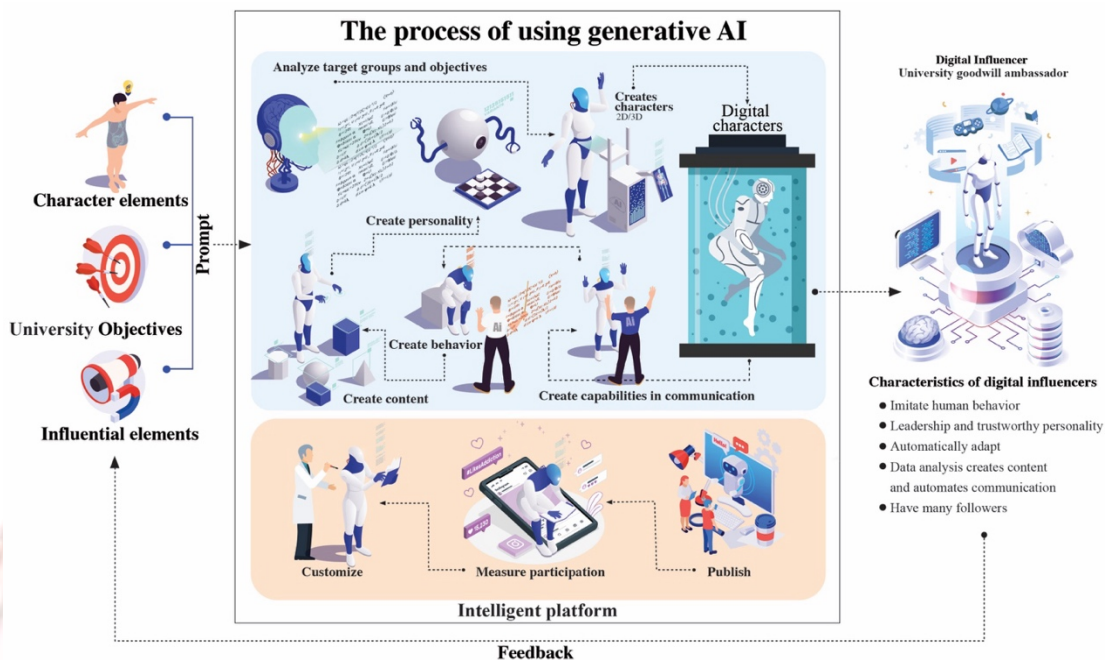
ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มี 5 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ 1) องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล 2) องค์ประกอบของ

ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ 3) องค์ประกอบของตัวละครดิจิทัล 4) องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ และ 5) องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีของมหาวิทยาลัย แสดงดังภาพที่ 5-1



ภาพที่ 5-1 องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

5.3 กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย



ภาพที่ 5-2 กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แบ่งการทำงานออกเป็น 4 ส่วนหลักดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลการนำเข้า

ส่วนที่ 2 กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 ผลที่ได้คือคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 การป้อนกลับข้อมูล

กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย

ข้อมูลการนำเข้า (input)

- 1) องค์ประกอบตัวละคร (Character elements)
- 2) องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)
- 3) องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพล (Influential elements)

กระบวนการ (Process)

ผู้วิจัยเลือกใช้กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยมีกระบวนการดังนี้

กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล

- 1) วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Analyze target groups and objectives)
- 2) สร้างตัวละครดิจิทัล (Creates characters)
- 3) สร้างความสามารถในการสื่อสาร (Create capabilities in communication)
- 4) สร้างเนื้อหา (Create content)
- 5) สร้างบุคลิกภาพ (Create personality)

กระบวนการแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Process Intelligent platform)

- 1) เผยแพร่ (Publish)
- 2) วัดการมีส่วนร่วม (Measure participation)
- 3) แก้ไขและปรับปรุง (Customize)

ผลลัพธ์ที่ได้ (Output)

ผลที่ได้คือ ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ที่มีคุณลักษณะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยของผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ มีองค์ประกอบดังนี้

- 1) สามารถเลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์ (Imitate human behavior)
- 2) มีภาวะผู้นำและบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ (Leadership and trustworthy personality)
- 3) ปรับตัวอัตโนมัติ (Automatically adapt)
- 4) การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างเนื้อหาและสื่อสารอัตโนมัติ (Data analysis creates content and automates communication)
- 5) มีผู้ติดตาม (Have many followers)

การตอบกลับการทำงาน (Feedback)

การตอบกลับการทำงานของระบบกลับไปยังขั้นตอนแรกในกระบวนการของระบบงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์กระบวนการออกแบบทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แสดงดังภาพที่ 5-2

5.4 การสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยได้สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยสร้างภาพของผู้ทรงอิทธิพลโดยใช้ application Adobe firefly โดยวิธีการ generate text to image ผลลัพธ์ที่ได้เป็นไฟล์ภาพสกุล jpg file จากนั้นสร้างข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัยโดยใช้ application อาทิเช่น CHAT gpt, Gemini เป็นต้น นำข้อมูลสำหรับการสื่อสารมาสร้างคลิปเสียงโดยใช้ application BOTNOI โดยวิธีการ generate text to speech ผลลัพธ์ที่ได้คือไฟล์เสียงสกุล mp4 นำไฟล์ภาพสกุล jpg file และไฟล์เสียงสกุล mp4 มาสร้างการเคลื่อนไหวโดยใช้ application D-ID โดยผู้วิจัยได้สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ทั้งหมดจำนวน 2 คน ได้แก่

1) Alisa เป็นผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยเพศหญิง สร้างโดยใช้ application Adobe firefly, prompt: 8K, RAW photo, best quality, masterpiece, high resolution, hyper realistic, real person, detailed face, short hair, extremely detailed, detailed skin, photo, Thai Woman age 20-22, cat eye, Half Thai and half Japanese, dynamic pose, super sexy dress, big bust, big thighs, side angle, looking at viewer, dream pop, cute and bright

2) Teddy เป็นผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยเพศชาย สร้างโดยใช้ application Adobe firefly, prompt: A highly detailed, realistic 3D caricature of a 20-year-old Indonesian man with a tall and slender build. He has an oval face shape, sharp facial features, and an intense yet calm expression. His dark, stylishly tousled hair contrasts against his warm skin tone. He is dressed in a futuristic outfit with a high-tech, sporty jacket, featuring geometric patterns and glowing accents. The background is a blend of warm, golden lights and soft shadows, creating

an atmosphere of modernity and subtle elegance. ดังภาพที่ 5-3 โดยเผยแพร่ข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย



ภาพที่ 5-3 แสดงภาพผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Teddy และ Alisa)

5.5 การนำผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปใช้

5.5.1 วิธีการนำผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปใช้

- 1) ผู้วิจัยประสานงานไปยังคณะต่าง ๆ เพื่อขอความร่วมมือในการเข้าร่วมการศึกษา
- 2) ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ของงานวิจัยให้แก่ผู้เข้าร่วมการศึกษาเข้าใจ
- 3) ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมการศึกษาลงนามยินยอมเข้าสู่การศึกษา
- 4) ผู้วิจัยแนะนำวิธีการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยโดยใช้คลิปวิดีโอสั้น ๆ ประมาณ 5 นาที
- 5) เมื่อผ่านไป 8 สัปดาห์ผู้วิจัยจึงนำส่งแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ เพื่อสอบถามผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยให้แก่ผู้เข้าร่วมวิจัยทุกท่าน
- 6) ผู้วิจัยรวบรวมผลการตอบแบบสอบถาม
- 7) วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษา

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.2 อภิปรายผล

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

6.1.1 สรุปผลการสังเคราะห์แบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

6.1.1.1 ผลการสังเคราะห์แบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มี 5 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ 1) องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล 2) องค์ประกอบของปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ 3) องค์ประกอบของตัวละครดิจิทัล 4) องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ และ 5) องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีของมหาวิทยาลัย ผลจากการประเมินองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

6.1.1.1.1 จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 21 ท่าน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ในด้านเกี่ยวกับการออกแบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน กลุ่มละ 7 ท่าน ผลการประเมินแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย พบว่า

1) องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.55, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ ประกอบด้วย หน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ ที่ดูดี สะอาดตา สไตล์การแต่งตัว รอยยิ้ม ท่าทาง ภาษากาย ที่ดูเป็นมิตร

มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ความเป็นผู้นำ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก และ มีความเป็นตัวของตัวเอง มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านทักษะการสื่อสาร ประกอบด้วย พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย แสดงภาษากายที่เหมาะสม ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด มีอารมณ์ขัน สร้างความบันเทิง มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และ นำเสนอเนื้อหาที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ในด้านความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ ประกอบด้วย มีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สามารถสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และ การมีประสบการณ์ มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย มีความซื่อสัตย์ จริงใจ ไม่นำเสนอข้อมูลเท็จ เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ติดตาม มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์กรประกอบด้าน สร้างความสัมพันธ์ประกอบด้วย กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วม เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และทำให้ผู้ติดตามรู้จักสินค้าบริการ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่า องค์กรประกอบผู้ทรงอิทธิพลมีความสำคัญต่อการสร้างแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพ ทักษะการสื่อสาร และความน่าเชื่อถือถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดต่อการเป็นผู้ทรงอิทธิพลที่มีคุณภาพ

2) องค์กรประกอบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.88, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่าองค์กรประกอบด้านเนื้อหา ประกอบด้วย รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ข้อความ และ เสียง มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์กรประกอบด้านอัลกอริทึม ประกอบด้วย การเรียนรู้เชิงลึก การสร้างข้อมูล มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการประเมินและปรับปรุง มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก องค์กรประกอบด้านฮาร์ดแวร์ ประกอบด้วย หน่วยประมวลผล หน่วยความจำ การเชื่อมต่อเครือข่าย มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และองค์กรประกอบด้านซอฟต์แวร์ สร้างเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ สร้างรูปภาพและงานศิลปะ สร้างวีดีโอและอวตาร สร้างแอปพลิเคชันและแชทบอทที่ขึ้นการสังเกตการณ์ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุดสามารถสรุปได้ว่า องค์กรประกอบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ มีความสำคัญต่อการสร้างแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

3) องค์กรประกอบดิจิทัลคาแรคเตอร์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.56, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่า รูปลักษณ์ภายนอก ประกอบด้วย ความเหมาะสมสวยงาม การใช้สีและแสงของตัวละคร มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด การใช้สีและแสงของตัวละคร สัดส่วนของตัวละคร มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง องค์กรประกอบด้านบุคลิก ประกอบด้วย การแสดงอารมณ์ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเคลื่อนไหวสมจริง มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก สร้างภูมิหลังตัวละคร ประกอบด้วย

ทักษะพิเศษของตัวละครสอดคล้องกับบุคลิก ตัวละครมีความสามารถสอดคล้องกับบุคลิก มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และ ตัวละครมีเป้าหมายหลักสอดคล้องกับบุคลิก มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของดิจิทัลคาแรคเตอร์ มีความสำคัญต่อการแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดย ความเหมาะสมสวยงาม การใช้สีและแสงของตัวละคร การแสดงอารมณ์ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทักษะพิเศษของตัวละครสอดคล้องกับบุคลิก ตัวละครมีความสามารถสอดคล้องกับบุคลิก มีความสำคัญมากที่สุด

4) องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.73, S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่า องค์ประกอบโครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ ประกอบด้วย ระบบการกำกับดูแลข้อมูล ระบบปัญญาประดิษฐ์ เครื่องมือสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชัน มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์ประกอบแพลตฟอร์มข้อมูลอัจฉริยะ ประกอบด้วย การเชื่อมต่อข้อมูลอัจฉริยะ การประมวลผลอัจฉริยะ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และ องค์ประกอบแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอัจฉริยะ ประกอบด้วย อินเทอร์เฟซผู้ใช้แบบสนทนา มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด อินเทอร์เฟซผู้ใช้อัจฉริยะ อินเทอร์เฟซผู้ใช้แบบควบคุมเสียง มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ มีความสำคัญต่อการแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

5) องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.73, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายชั้น พบว่า องค์ประกอบด้านข้อมูลมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ส่วนของข้อมูลบริหารจัดการ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์ประกอบด้านการสื่อสารมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย ภายในมหาวิทยาลัย ภายนอกมหาวิทยาลัย มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์ประกอบด้านทักษะการสื่อสาร ความสามารถด้านภาษาและความคิดสร้างสรรค์ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด และ ความสามารถโน้มน้าวใจมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ บุคลิกภาพภายนอก บุคลิกภาพภายใน และ ความมุ่งมั่น มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกรวมทุกองค์ประกอบคือ ความน่าเชื่อถือ ควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าผลลัพธ์ของการนำเสนอผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยนั้นเป็นที่น่าเชื่อถือ และใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลายและควรพิจารณาอดีตที่อาจเกิดขึ้น ความถูกต้อง ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผลลัพธ์ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยนั้นถูกต้อง

โดยใช้หลักฐานและข้อมูลที่รองรับ และความเป็นประโยชน์ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผลลัพธ์ของการสัมภาษณ์นั้นเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย และสามารถนำไปใช้เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์หรือการตัดสินใจได้

6.1.2 สรุปผลการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ผลการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แบ่งการทำงานออกเป็น 4 ส่วนหลักดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลการนำเข้า ส่วนที่ 2 กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ส่วนที่ 3 ผลที่ได้คือคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ส่วนที่ 4 การป้อนกลับข้อมูล ผลการประเมินคุณภาพการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยผู้เชี่ยวชาญพบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.62, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการนำเข้า (In put) มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.79, S.D. = 0.24) ด้านกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Process) มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.79, S.D. = 0.24) ด้านกระบวนการแพลตฟอร์มอัจฉริยะมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.71, S.D. = 0.46) คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Output) มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.71, S.D. = 0.46)

6.1.3 ผลการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

6.1.3.1 ผลการสำรวจความต้องการผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ โดยมีผลสำรวจความต้องการลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ สำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป จำนวน 30 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา จำนวน 30 คน (ร้อยละ 66.67) เป็นเพศหญิงจำนวน 14 คน (ร้อยละ 46.67) ส่วนใหญ่อายุ 15-25 ปี จำนวน 14 คน (ร้อยละ 46.67) ดังตารางที่ 2 ส่วนใหญ่ต้องการผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลในเพศหญิง จำนวน 20 คน (ร้อยละ 66.67) มีช่วงอายุ 15-25 ปี จำนวน 22 คน (ร้อยละ 73.33) ใบหน้ารูปทรงรี จำนวน 21 คน (ร้อยละ 70.00) ทรงผมสั้น จำนวน 22 คน (ร้อยละ 73.33) สีผมบลอนด์ จำนวน 26 (ร้อยละ 86.67) สีผิวขาว จำนวน 30

(ร้อยละ 100.00) แต่งกายด้วยชุดสุภาพ จำนวน 21 คน (ร้อยละ 70.00) ลักษณะคล้ายมนุษย์ จำนวน 30 (ร้อยละ 100.00) ความสามารถของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัยมีทักษะการสื่อสาร โดยพูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย จำนวน 30 คน (ร้อยละ 100.00) ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี จำนวน 26 คน (ร้อยละ 86.67) สามารถสื่อสารได้หลายภาษา จำนวน 22 คน (ร้อยละ 73.33) ทำหน้าที่เป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยและประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัย จำนวน 30 (ร้อยละ 100.00) โดยสื่อสารผ่านเว็บไซต์มหาวิทยาลัย และ Facebook จำนวน 30 (ร้อยละ 100.00)

ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของอาจารย์ พบว่า ผู้เข้าร่วมการสำรวจ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 5 คน (71.43) ส่วนใหญ่อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน (ร้อยละ 57.14) มีความต้องการผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะที่มีรูปทรงใบหน้าจริง จำนวน 5 คน (ร้อยละ 71.43) ทรงผมสั้น จำนวน 5 คน (ร้อยละ 71.43) สีผมบลอนด์ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 85.71) ผิวขาว จำนวน 7 คน (ร้อยละ 100.00) แต่งกายด้วยชุดสุภาพ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 71.43) ลักษณะคล้ายมนุษย์ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 100.00) พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย จำนวน 7 คน (ร้อยละ 100.00) ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี จำนวน 6 คน (ร้อยละ 85.71) และสามารถสื่อสารได้หลายภาษา จำนวน 5 คน (ร้อยละ 71.43) สามารถเป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย และประชาสัมพันธ์จำนวน 7 คน (ร้อยละ 100.00)

ผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ ทั้งหมดจำนวน 7 คน พบว่า การใช้ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ในการสร้างตัวละคร (Model Generation) ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Text-to-3D และ Avatarify จำนวน 5 คน (ร้อยละ 100.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างความสามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตรงตามวัตถุประสงค์ (Analyze target groups and objectives) ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Gemini (Google) และ GPT-4 (OpenAI) จำนวน 5 คน (ร้อยละ 100.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างบุคลิกภาพ (Create personality) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ GPT-4 (OpenAI) และ CharacterGPT (OpenAI) จำนวน 5 คน (ร้อยละ 100.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างเนื้อหา (Create content) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แนะนำให้ใช้ GPT-4 (OpenAI) จำนวน 4 คน (ร้อยละ 80.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างความสามารถในการสื่อสาร (Create capabilities in communication) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ GPT-4 (OpenAI) และ

Botnoi-Voice จำนวน 4 คน (ร้อยละ 80.00) ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างความสามารถในการเผยแพร่ (Publish) ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่แนะนำ LaMDA (Google) จำนวน 4 คน (ร้อยละ 80.00)

6.1.3.2 ผู้วิจัยได้สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ทั้งหมดจำนวน 5 ท่าน โดยกำหนดภูมิหลังให้แก่ผู้ทรงอิทธิพล และให้สำรวจความพึงพอใจผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 5 ตัวเลือก ผลการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด จำนวน 30 คน ผู้ทรงอิทธิพลที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ อลิสา (Alisa) จำนวน 13 คน (ร้อยละ 43.33) ดังภาพที่ 4-3 รองลงมาเป็น โรส (Rose) จำนวน 6 คน (ร้อยละ 20.00) จากผลการสำรวจลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ผู้วิจัยจึงได้สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ จำนวน 2 คน ได้แก่ Alisa และ Teddy โดยเผยแพร่ข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

6.1.4 สรุปผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ผลการประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยพบว่า จากผู้เข้าร่วมการศึกษาทั้งหมดจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 87 คน (ร้อยละ 58) มีอายุในช่วง 15-25 ปี จำนวน 106 คน (ร้อยละ 70.67) เป็นนักศึกษา จำนวน 99 คน (ร้อยละ 66) บุคลากรมหาวิทยาลัย จำนวน 23 คน (ร้อยละ 15.33) และบุคคลทั่วไป จำนวน 28 คน (ร้อยละ 18.67) ด้านการประเมินผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ในด้านบุคลิกภาพพบว่า หน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ ที่ดูดีสะอาดตา และ สไตล์การแต่งตัว มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ± 0.52 , 4.56 ± 0.67 ตามลำดับ, ด้านทักษะการสื่อสารพบว่าพูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย, ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี, ความสามารถด้านภาษา มีคุณภาพในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ± 0.56 , 4.56 ± 0.65 และ 4.57 ± 0.66 ตามลำดับ ด้านการสร้างความสัมพันธ์พบว่าสามารถกระตุ้นให้ผู้ติดตามมีความสัมพันธ์อันดีกับมหาวิทยาลัย และ กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยมีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ± 0.56 , 4.51 ± 0.71 ตามลำดับ ด้านการประเมินแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms) พบว่าการประมวลผลข้อมูล และ ความรวดเร็วในการโต้ตอบข้อมูลมีคุณภาพในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ± 0.51 , 4.66 ± 0.57 ตามลำดับ และด้านการประเมินหน้าที่ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador) ผลการประเมินพบว่าด้านการ

ประชาสัมพันธข้อมูลของมหาวิทยาลัยสามารถให้ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร และให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในมหาวิทยาลัยมีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ± 0.50 , 4.56 ± 0.50 , 4.57 ± 0.51 ตามลำดับ ด้านความสามารถในการสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลผลการประเมินพบว่ามีความสามารถในการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัย ความสามารถในการสื่อสารภายนอกมหาวิทยาลัย ความสามารถในการเป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ± 0.55 , 4.57 ± 0.57 , 4.59 ± 0.60 ตามลำดับ ในด้านคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลจากผลการประเมินพบว่า การเลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์และบุคลิกภาพเป็นผู้นำและน่าเชื่อถือมีคุณภาพในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ± 0.52 , 4.56 ± 0.67 ตามลำดับ ในด้านการปรับตัวแบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างเนื้อหาและสื่อสารแบบอัตโนมัติ และมีผู้ติดตามจำนวนมาก มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ± 0.74 , 4.31 ± 0.71 , 4.14 ± 0.91 ตามลำดับ

สามารถสรุปได้ว่าผู้ทรงอิทธิพลและแพลตฟอร์มที่ใช้มีคุณภาพในระดับสูงในการสนับสนุนบทบาทดังกล่าว จากผลการประเมินคุณภาพของการใช้ผู้ทรงอิทธิพลผ่านปัญญาประดิษฐ์บนแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีของมหาวิทยาลัย แสดงให้เห็นว่าผู้ทรงอิทธิพลสามารถแสดงบุคลิกภาพและทักษะการสื่อสารในระดับสูง รวมถึงสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตามได้ดี นอกจากนี้ แพลตฟอร์มที่ใช้ยังสามารถประมวลผลและโต้ตอบข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว การประเมินในบทบาททูตสันถวไมตรีพบว่า ผู้ทรงอิทธิพลสามารถเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งภายในและภายนอก

6.1.5 ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัยพบว่าการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยในการให้ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ (ให้ข้อมูลด้านสวัสดิการ การประเมินผลงาน) ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร (ให้ข้อมูลด้านหลักสูตร ปฏิทินการศึกษา ทูตการศึกษา) ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในมหาวิทยาลัย (ให้ข้อมูลด้านกิจกรรมของมหาวิทยาลัย งานบริการวิชาการ) และข้อมูลประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ (ให้ข้อมูลด้านหลักสูตร ปฏิทินการศึกษา ทูตการศึกษา ภาควิชาภาษาอังกฤษ) มีคะแนนมากกว่าการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$) ด้านการสื่อสารของมหาวิทยาลัย ทั้งการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัย (บุคลากร และ นักศึกษา) พบว่าการใช้ผู้ทรงอิทธิพล

ดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีคะแนนมากกว่าการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$) ส่วนการสื่อสารภายนอกมหาวิทยาลัย (ชุมชน องค์กรภายนอก) พบว่าการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีคะแนนมากกว่าการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ด้านการเข้าถึงข้อมูลพบว่าพบว่าการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย มีคะแนนมากกว่าการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$) ทั้งในด้านความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล

6.2 อภิปรายผล

การศึกษานี้ได้สังเคราะห์แบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ และวิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นตัวแทนในด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์องค์กร

จากผลการศึกษาพบว่ากระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะประกอบด้วยสี่กระบวนการหลัก คือ 1) ด้านข้อมูลการนำเข้า 2) ด้านกระบวนการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ 3) ด้านผลลัพธ์ที่ได้ และ 4) ด้านการตอบกลับการทำงาน งานวิจัยนี้ได้สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อทำหน้าที่ในการสื่อสารกับนักศึกษา บุคลากรของมหาวิทยาลัย และบุคคลภายนอก ทั้งหมดจำนวน 2 ท่าน ได้แก่ Alice และ Teddy โดยใช้ application Adobe firefly, CHAT gpt, Gemini, application BOTNOI, application D-ID และ chatbot application ZWIZ.AI ในการสร้างผู้ทรงอิทธิพล สอดคล้องกับการศึกษาของ AlAfnan, M. A., et al (2023) พบว่า CHAT gpt สามารถนำมาเป็นเครื่องมือที่ใช้ช่วยในการสื่อสารได้ แต่ทั้งนี้ควรมีการกั้นกรองข้อมูลให้ถูกต้องอย่างมีจริยธรรมก่อนการนำข้อมูลไปใช้ในการสื่อสารต่อไป Rohmah, S. N., et al. (2024) ซึ่งผู้วิจัยมีกระบวนการในการกั้นกรองความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่ต่อสาธารณชน

การใช้ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลที่สามารถเป็นทูตของมหาวิทยาลัย นั้นขึ้นอยู่กับความถูกต้องและความโปร่งใสของข้อมูลที่ใช้ในการฝึกสอนปัญญาประดิษฐ์ ความสำเร็จของการใช้ปัญญาประดิษฐ์ขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและถูกต้องจากมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนการสอน การวิจัย หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่น่าสนใจ ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยอย่างลึกซึ้ง ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส จึงเป็นสิ่งสำคัญ ข้อมูลควรถูกจัดการและคัดกรองให้เหมาะสมเพื่อลดการเข้าใจผิดหรือข้อมูลที่ ไม่ถูกต้อง

ผลประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์ม อัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยพบว่าผู้เข้าร่วมการศึกษาทั้งหมดจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 87 คน (ร้อยละ 58) มีอายุในช่วง 15-25 ปี จำนวน 106 คน (ร้อยละ 70.67) เนื่องจากผู้เข้าร่วมการศึกษามากเป็นนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย ผลการประเมิน คุณภาพของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) พบว่าด้านความเป็นผู้นำมีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.14 ± 0.91 จากงานวิจัยของ Feng, Y., et al (2023) พบว่าคุณลักษณะหลัก 6 ประการเหล่านี้ (เช่น มานุษยวิทยา ความน่าเชื่อถือ ความส่องสว่าง คุณภาพ ความทันสมัย และโรคกลัวคนรัก) ส่งผล กระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการยอมรับของผู้บริโภคต่อผู้มีอิทธิพลด้าน AI ผลการประเมินคุณภาพด้าน การสร้างความสัมพันธ์พบว่าความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วมในการแสดงความ คิดเห็นมีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.17 ± 0.85 งานวิจัยของ Chan, K.W., et al. (2023) พบว่า สีสันอันสร้างการตอบรับที่ดีต่อผู้บริโภคมากขึ้น โดยความสว่างจะช่วยลดความสัมพันธ์ระหว่างสีโทน อ่อนและการตอบรับที่ดีของผู้บริโภคได้อย่างมาก

ผลการประเมินคุณภาพด้านการประเมินแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms) พบว่า การเชื่อมต่อข้อมูลมีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.22 ± 0.83 ผลการประเมินคุณภาพด้านการ ประเมินหน้าที่ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador) พบว่าการให้ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติมีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.17 ± 0.71 และผลประเมิน ความเหมาะสมการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อ เป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยพบว่าด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ด้านการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัย และด้านการเข้าถึงข้อมูลมีคะแนนเฉลี่ยสูงมากกว่าเมื่อเทียบกับการใช้วิธีการสื่อสาร องค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติยกเว้นด้านการสื่อสารภายนอก มหาวิทยาลัย (ชุมชน องค์กรภายนอก) แสดงให้เห็นว่าการนำเทคโนโลยีสามารถช่วยพัฒนาในการ สื่อสารของมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ โดยผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลจะต้องมีความสามารถ ในการสื่อสารที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย การพัฒนาและปรับแต่งทูตดิจิทัล จำเป็นต้องมีการฝึกฝนในการสื่อสารอย่างมืออาชีพ เพื่อให้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลสามารถโต้ตอบได้

เหมาะสมกับผู้ใช้หลากหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษาใหม่ ศิษย์เก่า หรือบุคคลภายนอก ความสามารถในการทำให้การสนทนาที่มีความเป็นธรรมชาติเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณา อีกทั้ง การเข้าถึงข้อมูลของมหาวิทยาลัยผ่านผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลจะต้องง่ายต่อผู้ใช้งาน ข้อมูลที่สำคัญควรถูก จัดเตรียมในรูปแบบที่สามารถเข้าถึงได้โดยผู้ใช้ที่มีความต้องการที่หลากหลาย เช่น นักศึกษาต่างชาติ ที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการสมัครเข้ามหาวิทยาลัย การมีตัวแทนดิจิทัลที่สามารถตอบคำถาม เป็นภาษาต่าง ๆ หรือสามารถแนะนำผู้ใช้ไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว เป็นการ เพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงข้อมูลและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งาน

อย่างไรก็ตาม ในการอภิปรายถึงข้อดีและข้อเสียของการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลมีดังนี้ ข้อดีของ ผู้มีอิทธิพลทางดิจิทัลที่สร้างขึ้นด้วย Artificial Intelligence (AI) ได้แก่ 1) ความสามารถในการ ควบคุม: ผู้มีอิทธิพลทางดิจิทัลที่สร้างขึ้นสามารถควบคุมได้ 100% ตั้งแต่บุคลิกภาพ การสื่อสาร จนถึง พฤติกรรม ทำให้มั่นใจได้ว่าสอดคล้องกับกลยุทธ์และภาพลักษณ์ขององค์กร ไม่มีความเสี่ยงจากการ มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือไม่คาดคิดที่มักเกิดขึ้นกับการสื่อสารแบบดั้งเดิม 2) การทำงาน ตลอดเวลา AI สามารถทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน โดยไม่ต้องพักผ่อนหรือหยุดทำงาน ทำให้ สามารถตอบคำถามและโต้ตอบกับผู้ติดตามได้ตลอดเวลา 3) ความสามารถในการปรับตัวอย่างรวดเร็ว ผู้มีอิทธิพลทางดิจิทัลที่สร้างขึ้นด้วย AI สามารถปรับเปลี่ยนบุคลิก ท่าทาง หรือข้อความได้ทันทีตามคำสั่ง หรือแม้แต่ปรับตามข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้การสื่อสารมีความยืดหยุ่นและ ตอบสนองต่อเหตุการณ์หรือเทรนด์ที่เกิดขึ้นได้รวดเร็ว

ข้อเสียของผู้มีอิทธิพลทางดิจิทัลที่สร้างขึ้นด้วย AI 1) การขาดความเป็นธรรมชาติและ ความจริงใจ ผู้ติดตามบางกลุ่มอาจรู้สึกว่าคุณมีอิทธิพลทางดิจิทัลที่สร้างขึ้นด้วย AI ขาดความจริงใจหรือไม่ สามารถสร้างความสัมพันธ์เชิงลึกเหมือนผู้มีอิทธิพลแบบดั้งเดิมที่เป็นมนุษย์ 2) การขาดความ หลากหลายในการโต้ตอบ แม้ว่า AI จะมีการเรียนรู้และปรับตัว แต่การโต้ตอบบางครั้งอาจขาดความ หลากหลายและอารมณ์ที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์สามารถถ่ายทอดได้ 3) ความเสี่ยงในการรับรู้ของ ผู้ติดตาม ผู้ติดตามอาจรับรู้ได้ว่ากำลังสื่อสารกับ AI ซึ่งอาจทำให้เกิดความรู้สึกว่าการโต้ตอบนั้น ขาดความเป็นส่วนตัว หรือรู้สึกว่าคุณกำลังถูกจัดการด้วยระบบอัตโนมัติ ซึ่งอาจส่งผลให้ความไว้วางใจ และการมีส่วนร่วมลดลง

ข้อจำกัดของงานวิจัยนี้ คือ ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลที่สร้างขึ้นไม่สามารถเลียนแบบมนุษย์ได้ ร้อยละ 100 ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็น ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยนั้นสร้างจากเทคโนโลยีหลายขั้นตอน หากในอนาคตสามารถสร้างตัวแทน ของมหาวิทยาลัยได้จาก application เพียงอย่างเดียวจะมีความสะดวกมากยิ่งขึ้นเนื่องจากเทคโนโลยี ในปัจจุบันพัฒนาไปอย่างรวดเร็วทำให้ความสามารถของ AI มีมากยิ่งขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

6.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปปฏิบัติและใช้ประโยชน์ ดังนี้

6.3.1.1 สถาบันทางการศึกษาที่จะนำผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปใช้ จะต้องมีการเตรียมความพร้อมทางด้านองค์ประกอบหลักของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล 2) องค์ประกอบของปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ 3) องค์ประกอบของตัวละครดิจิทัล 4) องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ และ 5) องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีของมหาวิทยาลัย

6.3.1.2 สถานศึกษาที่นำผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปใช้ ควรมีการประชุมผู้บริหาร บุคลากร และนักศึกษาเพื่อชี้แจงให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง ให้เห็นถึงความสำคัญของความสำคัญของการนำผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยมาใช้ในการพัฒนาด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์องค์กร

6.3.1.3 เป็นแนวทางในการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลแบบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยไปพัฒนารูปแบบการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

จากการดำเนินการและผลการวิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

6.3.2.1 จากผลการวิจัยควรพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ให้สามารถเลียนแบบพฤติกรรมมนุษย์ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพในการสื่อสาร นอกจากนี้

บรรณานุกรม

- Abantika Ghosh. (2024). Asia Health Report Saima Wazed Nominated as Regional Director of World Health. November 2023, 4103.
<https://doi.org/10.4103/PMRR.PMRR>
- Akter, S., Babu, M. M., Hani, U., Sultana, S., Bandara, R., & Grant, D. (2024). Unleashing the power of artificial intelligence for climate action in industrial markets. *Industrial Marketing Management*, 117(November 2023), 92–113.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.12.011>
- Alafnan, M. A., Dishari, S., Jovic, M., & Lomidze, K. (2023). ChatGPT as an Educational Tool: Opportunities, Challenges, and Recommendations for Communication, Business Writing, and Composition Courses. *Journal of Artificial Intelligence and Technology*, 3(2), 60–68. <https://doi.org/10.37965/jait.2023.0184>
- Anantrasirichai, N., & Bull, D. (2022). Artificial intelligence in the creative industries: a review. *Artificial Intelligence Review*, 55(1), 589–656.
<https://doi.org/10.1007/s10462-021-10039-7>
- Ayers, J. W., Poliak, A., Dredze, M., Leas, E. C., Zhu, Z., Kelley, J. B., Faix, D. J., Goodman, A. M., Longhurst, C. A., Hogarth, M., & Smith, D. M. (2023). Comparing Physician and Artificial Intelligence Chatbot Responses to Patient Questions Posted to a Public Social Media Forum. *JAMA Internal Medicine*, 183(6), 589–596. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2023.1838>
- Bakker, D. (2018). Conceptualising Influencer Marketing. *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1), 79–87. www.etimm.ase.ro
- Belanche, D., Casaló, L. V., Flavián, M., & Ibáñez-Sánchez, S. (2021). Building influencers' credibility on Instagram: Effects on followers' attitudes and behavioral responses toward the influencer. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102585>
- Branding Strategy of Online Pet Influencer on Facebook Page. (n.d.).
- Budde, L., Hänggi, R., Laglia, L., & Friedli, T. (2024). Leading the transition to multi-sided platforms (MSPs) in a B2B context – The case of a recycling SME.

- Industrial Marketing Management, 116(November 2023), 106–119.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.12.002>
- Chen, C. (2022). Study on the Innovative Development of Digital Media Art in the Context of Artificial Intelligence. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/1004204>
- Dunston, H. K. (2023). Wake up all the builders: Fatigue and utopia in Washington Heights. *Futures*, 152(June), 103216.
<https://doi.org/10.1016/j.futures.2023.103216>
- For, C., Development, S., The, I. N., & Era, I. (n.d.). Communication for social development in the artificial intelligence era. 179–190.
- Gerlich, M. (2023a). The Power of Personal Connections in Micro-Influencer Marketing: A Study on Consumer Behaviour and the Impact of Micro-Influencers. *Transnational Marketing Journal*, 11(1), 131–152.
<https://doi.org/10.58262/tmj.v11i1.1010>
- Gerlich, M. (2023b). The Power of Personal Connections in Micro-Influencer Marketing: A Study on Consumer Behaviour and the Impact of Micro-Influencers. *Transnational Marketing Journal*, 11(1), 131–152.
<https://doi.org/10.58262/tmj.v11i1.1010>
- Govindan, P., & Alotaibi, I. (2021). Impact of influencers on consumer behaviour: Empirical study. *Proceedings of 2nd International Conference on Computation, Automation and Knowledge Management, ICCAKM 2021, June*, 232–237. <https://doi.org/10.1109/ICCAKM50778.2021.9357713>
- Gurung, L. (2023). Published by Kathmandu University School of Education, Lalitpur, Nepal. This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC BY-SA 4.0) license. 13(1), 1–7.
- Houde, S., Liao, V., Martino, J., Muller, M., Piorkowski, D., Richards, J., Weisz, J., & Zhang, Y. (2020). Business (mis) Use Cases of Generative AI.
- Jovanovic, M., & Campbell, M. (2022). Generative Artificial Intelligence: Trends and Prospects. *Computer*, 55(10), 107–112.
<https://doi.org/10.1109/MC.2022.3192720>

- Jtik, J., Teknologi, J., Rohmah, S. N., & Haqqu, R. (2024). The Role of Artificial Intelligence (Chat GPT) in the Development of Technology and Communication. 8(4).
- Khalid, N. L., Jayasainan, S. Y., & Hassim, N. (2018). Social media influencers - shaping consumption culture among Malaysian youth. SHS Web of Conferences, 53(April 2012), 02008. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185302008>
- Ling, Z. H., Kang, S. Y., Zen, H., Senior, A., Schuster, M., Qian, X. J., Meng, H., & Deng, L. (2015). Deep Learning for Acoustic Modeling in Parametric Speech Generation: A systematic review of existing techniques and future trends. IEEE Signal Processing Magazine, 32(3), 35–52. <https://doi.org/10.1109/MSP.2014.2359987>
- Liu, G., Chen, Y., & Ko, W. W. (2024). The influence of marketing exploitation and exploration on business-to-business small and medium-sized enterprises' pioneering orientation. Industrial Marketing Management, 117(November 2023), 131–147. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.12.012>
- Lovallo, D., & Riemer, K. (2023). AI with a Human Face The case for — and against — digital employees. April, 49–55.
- Mahdizadehghadam, S., Panahi, A., & Krim, H. (2019). Sparse generative adversarial network. Proceedings - 2019 International Conference on Computer Vision Workshop, ICCVW 2019, 3063–3071. <https://doi.org/10.1109/ICCVW.2019.00369>
- Management, C. I., Heritage, C., & Management, C. I. (2020). Communication Strategies and Effect of Social Media Influencers ' Health Ideas. 15(2), 93–105.
- Mehrliyev, F., Choi, Y., & King, B. (2021). Expert Online Review Platforms: Interactions between Specialization, Experience, and User Power. Journal of Travel Research, 60(2), 384–400. <https://doi.org/10.1177/0047287520901595>
- Ngwenyama, O., & Nielsen, P. A. (2014). Using organizational influence processes to overcome is implementation barriers: Lessons from a longitudinal case study of SPI implementation. European Journal of Information Systems, 23(2), 205–222. <https://doi.org/10.1057/ejis.2012.56>

- Pals Svendsen, L., & Smedegaard Mondahl, M. (2013). How social-media enhanced learning platforms support students in taking responsibility for their own learning. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 5(2), 261–272. <https://doi.org/10.1108/JARHE-11-2012-0041>
- Phuthong, T. (2021a). Antecedents Influencing the Adoption of Collaborative Learning Social-Media Platforms Among Thai University Students During the Covid-19 ‘New Normal’ Era. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 16(13), 108–127. <https://doi.org/10.3991/ijet.v16i13.18083>
- Phuthong, T. (2021b). Antecedents Influencing the Adoption of Collaborative Learning Social-Media Platforms Among Thai University Students During the Covid-19 ‘New Normal’ Era. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 16(13), 108–127. <https://doi.org/10.3991/ijet.v16i13.18083>
- Pizzetti, M., Longo, C., & Türe, M. (2023). EXPRESS: Embracing Food Well-being: Lessons from Chefs’ Caring Actions in the Fight against Food Waste. *Journal of Public Policy & Marketing*. <https://doi.org/10.1177/07439156231206791>
- Rashid, M., Strakova, J., & Valaskova, K. (2023). Geolocation Data Mining and Tracking, Generative Artificial Intelligence and Haptic and Biometric Sensor Technologies, and Network Visual and Employee Engagement Analytics in 3D Immersive Spaces. *Contemporary Readings in Law and Social Justice*, 15(2), 122. <https://doi.org/10.22381/crlsj15220237>
- Robert, B., & Brown, E. B. (2004). ORGANIZATIONAL INFLUENCE PROCESSES (Issue 1).
- Saleh, B. (2024). International Journal of Global Economic Light (JGEL) AN APPRAISAL OF NIGERIA ’ S FOREIGN POLICY AND FOREIGN DIRECT INVESTMENT UNDER JONATHAN ’ S ADMINISTRATION , 2010-2015. January, 1–19. <https://doi.org/10.36713/epra0003>
- Songmuang, S. (2022). การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร The Impact of Social Media Influencers and Brand Awareness that Effects to Consumer ’ s Purchasing Decision on Social Media Platforms in Bangkok. 1, 104–118.

- Teresa Borges-Tiago, M., Santiago, J., & Tiago, F. (2023a). Mega or macro social media influencers: Who endorses brands better? *Journal of Business Research*, 157(December 2022), 113606. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113606>
- Teresa Borges-Tiago, M., Santiago, J., & Tiago, F. (2023b). Mega or macro social media influencers: Who endorses brands better? *Journal of Business Research*, 157(December 2022), 113606. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113606>
- Thongsawat, S., Mingkeaw, J., Lakmuang, S., Tangrujikul, T., & Wittayapanpracha, C. (2559). Hatyai University ' s Organizational Communication Pattern. *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ และนานาชาติ*, 1337–1345.
- Vasist, P. N., & Krishnan, S. (2023). Engaging with deepfakes: a meta-synthesis from the perspective of social shaping of technology theory. In *Internet Research* (Vol. 33, Issue 5). <https://doi.org/10.1108/INTR-06-2022-0465>
- Vogel, S. B. (2010). Biennials as a Marketing Tool. 107–115. https://doi.org/10.1007/978-3-7091-0251-0_12
- Wang, Y., & Lim, B. Y. (n.d.). RePrompt : Automatic Prompt Editing to Refine AI-Generative Art Towards Precise Expressions.
- WENGE*, M. (2021). Artificial Intelligence-Based Real-Time Communication and Ai-Multimedia. 36, 231–248.
- Wheeler, M. (2011). Celebrity Diplomacy: United Nation's Goodwill Ambassadors. *Celebrity Studies*, 2(1), 6–18.
- Wibawa, R. C., Pratiwi, P., & Larasati, H. (2021). The Role of Nano Influencers Through Instagram as an Effective Digital Marketing Strategy. *Proceedings of the Conference Towards ASEAN Chairmanship 2023 (T-A-C 23 2021)*, 198, 233–238. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/t-a-c-23-21/125965539>
- Yuliati, A., & Huda, S. (2022). Analysis of Influencer's Influence As Digital Marketing. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 2(11), 2288–2294. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v2i11.643>
- Zhang, S., Liu, M., Li, Y., & Chung, J. E. (2021). Teens' social media engagement during the covid-19 pandemic: A time series examination of posting and emotion on reddit. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(19). <https://doi.org/10.3390/ijerph181910079>

- จรรยา แก้วหนองสังข์. (2565). อิทธิพลของบุคคลผู้มีชื่อเสียง (Influencer) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
น้ำหอมของผู้บริโภควัยทำงาน.
- จันเพ็ชร, น. (2004). ประเภทผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดออนไลน์ (Online Influencer) ในโฆษณา
ยุคดิจิทัล. 1, 1-14.
- ศิริสุนทร, ป. (2566). อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านสุขภาพ ต่อทัศนคติ
และพฤติกรรมของ ผู้บริโภค. Chula Digital Collections Chulalongkorn.
- อยู่วัฒน์, ก. (2022). การกำหนดนิติสัมพันธ์ในการโฆษณาสินค้าและบริการ ผ่านผู้ทรงอิทธิพลทาง
สื่อสังคมออนไลน์. 1, 30-42.





**รายนามผู้เชี่ยวชาญประเมินโมเดลผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์
ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนนวัตกรรมมหาวิทยาลัย**

จำนวน 21 ท่าน แบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการออกแบบ จำนวน 7 ท่าน
2. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 7 ท่าน
3. ด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 4 ท่าน
4. อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีผู้ติดตาม จำนวน 3 ท่าน

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	สังกัด
1	รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณพร ชูจิตารมย์	อาจารย์ประจำสาขาวิชา คอมพิวเตอร์อาร์ต	คณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต
2	ผศ.ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์	อาจารย์ประจำสาขาวิชาครีเอ ทีฟกราฟิก	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ เจ้าพระยา
3	ผศ.ดร.กิจติพงษ์ ประชาชาติ	อาจารย์ประจำ สาขาวิชา ศิลปะและการออกแบบ	สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
4	รศ.ดร.ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์	อาจารย์ประจำ สาขาวิชา ทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศ ศิลป์	สาขาวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศ ศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
5	ดร.ตну ภูมาลี	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการ ออกแบบนิเทศศิลป์	มหาวิทยาลัยการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต
6	ดร.ศุสิทธิ์ คำชมภู	อาจารย์ประจำสาขาวิชา คอมพิวเตอร์กราฟิกและ มัลติมีเดีย	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสาร สาขาวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิกและ มัลติมีเดีย ม.พะเยา
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เบญญา พัฒนาพิภพ	อาจารย์ประจำสาขา เทคโนโลยีมัลติมีเดีย	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	สังกัด
8	ดร.กวิตา ปานล้ำเลิศ	อาจารย์ประจำภาควิชาการ จัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
9	ดร.บุรินทร์ นรินทร์	อาจารย์ประจำสาขาวิชา คอมพิวเตอร์ศึกษา	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
10	ดร.ถ้วนบุรีรัตน์ สุริยะ	อาจารย์	อาจารย์ประจำหลักสูตรอุตสาหกรรม และเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา"
11	ผศ.ดร.รักถิ่น เหลาหา	อาจารย์	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
12	ผศ.ดร.ธาดา จันตะคุณ	อาจารย์	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉันทนา ปาปัดถา	รองคณบดีฝ่ายวางแผน	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
14	นายกฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย	อาจารย์ประจำ	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ฉะเชิงเทรา
15	รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	อาจารย์ประจำสาขาวิชา เทคโนโลยีการโฆษณา	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ฉะเชิงเทรา
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาวี วีระวงศ์	อาจารย์ประจำสาขา เทคโนโลยีการโทรทัศน์และ วิทยุกระจายเสียง	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ฉะเชิงเทรา
17	ดร.สุรเชษฐ์ จันทรงาม	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเทคโนโลยี สารสนเทศ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏจันทรเกษม
18	รองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์ประภา ผ่องสุวรรณ	อาจารย์ประจำสาขาวิชา เทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัลและ บรรจุภัณฑ์	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ฉะเชิงเทรา
19	นายเพชร มรรคผล	YouTube per	ช่อง เพชรพายกล้อ มีผู้ติดตาม 60K
20	นางสาวนัจฉก มีอุส่าห์	Tiktoker	(Retouchhome) มีผู้ติดตาม 36.6K
21	นายฐากร พรหมเจียม	ครีเอเตอร์วิดีโอ	ช่อง แชมป์ว่าง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	สังกัด
			มีผู้ติดตาม 62 K เพจที่มีกิเลสนำพา เที้ยว ของเล่น กาแฟ ไลฟ์สไตล์

รายนามผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์จำนวน 5 ท่าน

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	สังกัด
1	รศ.ดร.พินันทา ฉัตรวัฒนา	อาจารย์ วิทยาลัย เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ
2	ดร.วิณา จันทร์รัชชกุล	หัวหน้าสาขาวิชา วิทยาการคอมพิวเตอร์	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
3	ดร.ศิวพร ลินทะลิก	อาจารย์ประจำสาขาวิชา วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ
4	ดร.ก้องเกียรติ หิรัญเกิด	อาจารย์ประจำสาขาวิชา การออกแบบสื่อดิจิทัล	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการ ออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
5	ผศ.ปองพล นิลพฤษ์	สาขาการวิเคราะห์และ จัดการข้อมูลขนาดใหญ่	สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี สารสนเทศ เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี

รายนามผู้บริหารและอาจารย์ จำนวน 7 ท่าน

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	สังกัด
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิชาติ ไก่ฟ้า	รองอธิการบดี	มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อิทธิพล โพธิพันธ์ุ์	รองอธิการบดี	มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภากร ดลกิจ	คณบดี	คณบดี คณะ เทคโนโลยี สื่อสารมวลชน
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์ ปรีชาวีรกุล	รองคณบดี รองคณบดีฝ่าย พัฒนานักศึกษา	คณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน
5	รองศาสตราจารย์ กล้าหาญ ณ น่าน	คณบดี	คณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรนานาชาติ
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุบผา ฐานุตตมานนท์	ประธานหลักสูตรหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต (ภาษาอังกฤษธุรกิจ) หลักสูตร นานาชาติ	หลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต (ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ) หลักสูตร นานาชาติ คณะ บริหารธุรกิจ หลักสูตร นานาชาติ
7	prof.dr.mitsuo ikeda	ผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศ	คณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราช มงคลธัญบุรี

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะกรรมการอุดมศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณพร ชูจิตารมย์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์อาร์ต
คณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนเตรียมมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้นำมาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ขำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสิทธิ์ โภธิวัฒน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาครีเอทีฟกราฟิก
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้นำมาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวพรรณ ขำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ
โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖
นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ ประชาชาติ อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวพรรณ ข้าทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูล ที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวพรรณ ข้าทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะกรรมการอำนวยการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ดนุ ภูมาลี อาจารย์ประจำสาขาออกแบบนิเทศศิลป์
วิทยาลัยการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรกรคำ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้นำมาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวพรรณ ข้าทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๖๒

-สำเนา-



ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ศุภิพร คำขมภู อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิกและมัลติมีเดีย
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูล ที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

.....พิมพ์/ทาน

.....ตรวจ

.. ...หัวหน้าสาขา

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๕๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญญา พัฒนาพิภัทร อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.กวิตา ปานล้ำเลิศ ผู้อำนวยการสำนักงานวิทยาเขตสุพรรณบุรี
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการคำ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูล ที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบกรทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.บูรินทร์ นรินทร์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการคำ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูล ที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๕๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๐



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๒๑ มีนาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ต่วนนุรีชนันท์ สุริยะ อาจารย์ประจำหลักสูตรอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการคำ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ขำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒



ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักถิ่น เหลลาหา อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการคำ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโทชั้นบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรมพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูล ที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ดร.ธาดา จันตะคุณ อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการคำ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนเตรียมมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูล ที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉันทนา ปาปิดถา รองผู้อำนวยการฝ่ายบริการวิชาการ
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการคำ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรมพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวพรรณ ขำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๐



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๒๑ มีนาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ฤกษ์พงษ์ เลิศบำรุงชัย หัวหน้างานประชาสัมพันธ์
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรกรคำ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นจุดสัมผัสไม่ตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ขำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๖๒



ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณา
และประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ
โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖
นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาวี วีระวงศ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และ
วิทยุกระจายเสียง คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อ เป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรณพิกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูล ที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๕๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๐



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๒๑ มีนาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.สุรเชษฐ์ จันทร์งาม ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูชิต เพียรการคำ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน เครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้นำมาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวพรรณ ขำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒

ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์ประภา ผ่องสุวรรณ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัล
และบรรณรักษ์ย์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรมพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๕๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒



ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน นายเพชร มรรคผล ครีเอเตอร์ ยูทูบเบอร์ (YouTubeper) ชื่อ เพชรพายกหล่อ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการคำ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวพรรณ ขำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒



ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน นางสาวนัจฉก มีอุส่าห์ ครีเอเตอร์ (Tiktoker) แพลตฟอร์ม (Tiktok) ชื่อ Retouchhome

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรการค้า นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวพรรณ ขำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๘๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒



ที่ อว ๗๑๐๔.๕/๑๖

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๑๕๑๘ ถนนประชากรราษฎร์ ๑ แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร ๑๐๘๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน นายธำกูร พรหมเจียม เครือเตอร์ (Facebook Page) แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook Page)
ชื่อ แคมป์ว่าง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้วย นายวิภูษิต เพียรกรคำ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยนักศึกษาขอติดต่อประสานงานในรายละเอียดโดยตรงด้วยตนเอง ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้นำมาพัฒนาให้ได้เครื่องมือเพื่อการวิจัยที่เหมาะสม สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาวพรรณ ชำทับ)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๒-๕๕๗-๘๒๕๖

นักศึกษา โทรศัพท์ ๐๘๙-๖๘๘๘๘๖๒





แบบประเมินแบบจำลองผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ
เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ชื่อหัวข้อ

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัย

ผู้วิจัย

นายวิภูษิต เพียรการคำ

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข (อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก)

รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ (อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม)

คำชี้แจง

การประเมินแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบและแบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยท่านสามารถพิจารณารายละเอียดของระบบได้จากเอกสารที่แนบส่งมาพร้อมกันนี้

แบบประเมินแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 แบบประเมินแบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสังเคราะห์แบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

สิ่งที่แนบมาด้วย

1. เนื้อหารายละเอียดเกี่ยวกับแบบจำลองของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

คำอธิบายแบบจำลอง

แบบจำลองนี้อธิบายถึงองค์ประกอบเพื่อใช้ในการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดย มีองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1) องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)

ผู้ทรงอิทธิพลควรมีบุคลิกภาพที่ดี มีทักษะการสื่อสาร มีความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ มีความน่าเชื่อถือ ผู้ทรงอิทธิพลควรมีบุคลิกที่น่าดึงดูด มีความสามารถในการสื่อสารได้ดี มีความ และสร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตาม ทักษะเหล่านี้ช่วยให้พวกเขาดึงดูดผู้ติดตาม เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ตัวอย่างบุคคลที่มีทักษะเหล่านี้ ได้แก่ บิวตี้บล็อกเกอร์ ยูทูบเบอร์ นักเขียน และนักดนตรี

2) องค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ (Generative AI)

ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย รวมถึงสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยตามวัตถุประสงค์ โดยใช้อัลกอริทึม ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เป็นเครื่องมือ เนื้อหาที่ Generative AI สร้างขึ้น เช่น ภาพ ภาพเคลื่อนไหว ข้อความ ดนตรี อัลกอริทึมที่ใช้เรียนรู้รูปแบบและสร้างเนื้อหาใหม่ เช่น GANs, VAEs, Transformer ฮาร์ดแวร์ที่ใช้ฝึกโมเดล Generative AI เช่น GPU, ASIC ซอฟต์แวร์ เฟรมเวิร์กและไลบรารี Generative AI เช่น TensorFlow, PyTorch, TensorFlow GAN, Transformers

3) องค์ประกอบของดิจิทัลคาแรคเตอร์ (Digital characters)

ในงานวิจัยนี้ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างดิจิทัลคาแรคเตอร์หรือตัวละครเพื่อเป็นผู้ทรงอิทธิพลที่มีรูปลักษณ์ภายนอกที่ความเหมาะสมสวยงาม โดยคำนึงถึงขนาดและสัดส่วนของตัวละคร รวมถึงการเลือกใช้สีและกำหนดทิศทางของแสงบนตัวละคร บุคลิกของตัวละครที่มีการเคลื่อนไหวสมจริงสามารถแสดงถึงอารมณ์ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ภูมิหลังตัวละครที่สื่อถึงทักษะพิเศษของตัวละคร สอดคล้องกับบุคลิก มีความสามารถที่สอดคล้องกับบุคลิกและตัวละครมีเป้าหมายสอดคล้องกับบุคลิก เพื่อเป็นผู้ทรงอิทธิพลที่เป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยได้

4) องค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms)

โครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ ที่ใช้ระบบดูแลข้อมูล ระบบปัญญาประดิษฐ์ และเครื่องมือสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชัน แพลตฟอร์มข้อมูลอัจฉริยะที่มีการเชื่อมต่อข้อมูลและประมวลผลแบบอัจฉริยะและ แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอัจฉริยะ ที่สามารถอินเทอร์เน็ตเพชผู้ใช้แบบสนทนา อินเทอร์เน็ตผู้ใช้แบบควบคุมด้วยเสียง เพื่อใช้ในการนำเสนอผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)

องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยด้านข้อมูลประกอบด้วย ข้อมูลบริหารจัดการ ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ในด้านการสื่อสารมหาวิทยาลัยที่ ประกอบด้วย การสื่อสารภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยที่มีทักษะการสื่อสาร มีความสามารถในด้าน ภาษา การโน้มน้าวใจและมีความคิดสร้างสรรค์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัย ระหว่างมหาวิทยาลัย สร้างสัมพันธ์กับนักศึกษา รวมถึงสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยที่มีความมุ่งมั่นและเป็นผู้นำ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อผู้ประเมิน _____

ตำแหน่ง _____

สถานที่ทำงาน _____

ตอนที่ 2 การประเมินผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

คำชี้แจง

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย พัฒนาจากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก ท่านสามารถพิจารณารายละเอียดของกระบวนการจากเอกสารที่แนบ และโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความคิดของท่าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- 5 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง เหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึง เหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง เหมาะสมน้อยที่สุด

1. การประเมินองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
1.1 บุคลิกภาพ						
1.1.1 หน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ ที่ดูดี สะอาดตา						
1.1.2 สไตล์การแต่งตัว						
1.1.3 รอยยิ้ม ท่าทาง ภาษากาย ที่ดูเป็นมิตร						
1.1.4 ความเป็นผู้นำ						
1.1.5 มีความเป็นตัวของตัวเอง						
1.2 ทักษะการสื่อสาร						
1.2.1 พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย						
1.2.2 แสดงภาษากายที่เหมาะสม						
1.2.3 ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี						
1.2.4 มีอารมณ์ขัน สร้างความบันเทิง						
1.2.5 นำเสนอเนื้อหาที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร						
1.3 ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ						
1.3.1 มีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน						
1.3.1 มีประสบการณ์						
1.3.3 สามารถสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ						
1.4 ความน่าเชื่อถือ						

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
1.4.1 มีความซื่อสัตย์ จริงใจ						
1.4.2 ไม่นำเสนอข้อมูลเท็จ						
1.4.3 เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ติดตาม						
1.5 สร้างความสัมพันธ์						
1.5.1 ทำให้ผู้ติดตามรู้จักสินค้า บริการ						
1.5.2 กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วม						
1.5.3 เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม						

2. แบบประเมินองค์ประกอบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative AI)

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
2.1 เนื้อหา						
2.1.1 รูปภาพ						
2.1.2 ภาพเคลื่อนไหว						
2.1.3 ข้อความ						
2.1.4 เสียง						
2.2 อัลกอริทึม						
2.2.1 การเรียนรู้เชิงลึก						
2.2.2 การสร้างข้อมูล						
2.2.3 การประเมินและปรับปรุง						
2.3 ฮาร์ดแวร์						
2.3.1 หน่วยประมวลผล						
2.3.2 หน่วยความจำ						
2.3.3 การเชื่อมต่อเครือข่าย						
2.4 ซอฟต์แวร์						
2.4.1 สร้างเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์						
2.4.2 สร้างรูปภาพและงานศิลปะ						
2.4.3 สร้างวีดีโอและอวตาร						
2.4.4 สร้างแอปพลิเคชันและเซทบอท						

3. การประเมินองค์ประกอบของดิจิทัลคาแรคเตอร์ (Digital characters)

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
3.1 รูปลักษณ์ภายนอก						
3.1.1 ความเหมาะสมสวยงาม						
3.1.2 สัดส่วนของตัวละคร						
3.1.3 การใช้สีและแสงของตัวละคร						
3.2 บุคลิก						
3.2.1 การเคลื่อนไหวสมจริง						
3.2.2 การแสดงอารมณ์						
3.2.3 มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว						
3.3 สร้างภูมิหลังตัวละคร						
3.3.1 ทักษะพิเศษของตัวละครสอดคล้องกับบุคลิก						
3.3.2 ตัวละครมีความสามารถสอดคล้องกับบุคลิก						
3.3.3 ตัวละครมีเป้าหมายหลักสอดคล้องกับบุคลิก						

4. การประเมินองค์ประกอบของแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms)

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
4.1 โครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ						
4.1.1 ระบบการกำกับดูแลข้อมูล						
4.1.2 ระบบปัญญาประดิษฐ์						
4.1.3 เครื่องมือสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชัน						
4.2 แพลตฟอร์มข้อมูลอัจฉริยะ						
4.2.1 การเชื่อมต่อข้อมูลอัจฉริยะ						
4.2.2 การประมวลผลอัจฉริยะ						
4.3 แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอัจฉริยะ						
4.3.1 อินเทอร์เฟซผู้ใช้อัจฉริยะ						

4.3.2 อินเทอร์เน็ตผู้ใช้แบบสนทนา						
4.3.3 อินเทอร์เน็ตผู้ใช้แบบควบคุมเสียง						

5. การประเมินองค์ประกอบของทุนสันทัดไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
5.1 ข้อมูลมหาวิทยาลัย						
5.1.1 ข้อมูลบริหารจัดการ						
5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร						
5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม						
5.1.4 ข้อมูลประชาสัมพันธ์						
5.2 การสื่อสารมหาวิทยาลัย						
5.2.1 ภายในมหาวิทยาลัย						
5.2.2 ภายนอกมหาวิทยาลัย						
5.3 ทักษะการสื่อสาร						
5.3.1 ความสามารถด้านภาษา						
5.3.2 ความสามารถโน้มน้าวใจ						
5.3.3 ความคิดสร้างสรรค์						
5.4 การสร้างความสัมพันธ์						
5.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัย						
5.4.2 ความสัมพันธ์กับนักศึกษา						
5.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชน						
5.4.4 ภายในมหาวิทยาลัย						
5.5 บุคลิกภาพ						
5.5.1 บุคลิกภาพภายนอก						
5.5.2 บุคลิกภาพภายใน						
5.5.3 ความเป็นผู้นำ						
5.5.4 ความมุ่งมั่น						

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
.....
.....
.....

ลงชื่อ

ผู้ประเมิน

(.....)

วันที่.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบประเมินอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยนี้

นาย วิภูษิต เพียรการค้า

โทรศัพท์. 089-688-8862 e-mail: vipusit_p@mutt.com



แบบประเมินการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพล
ดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ชื่อหัวข้อ

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัย

ผู้วิจัย

นายวิภูษิต เพียรการค้า
สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา
ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข (อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก)
รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ (อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม)

คำชี้แจง

การประเมินการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยท่านสามารถพิจารณารายละเอียดของระบบได้จากเอกสารที่แนบส่งมาพร้อมกันนี้

แบบประเมินการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 แบบประเมินการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

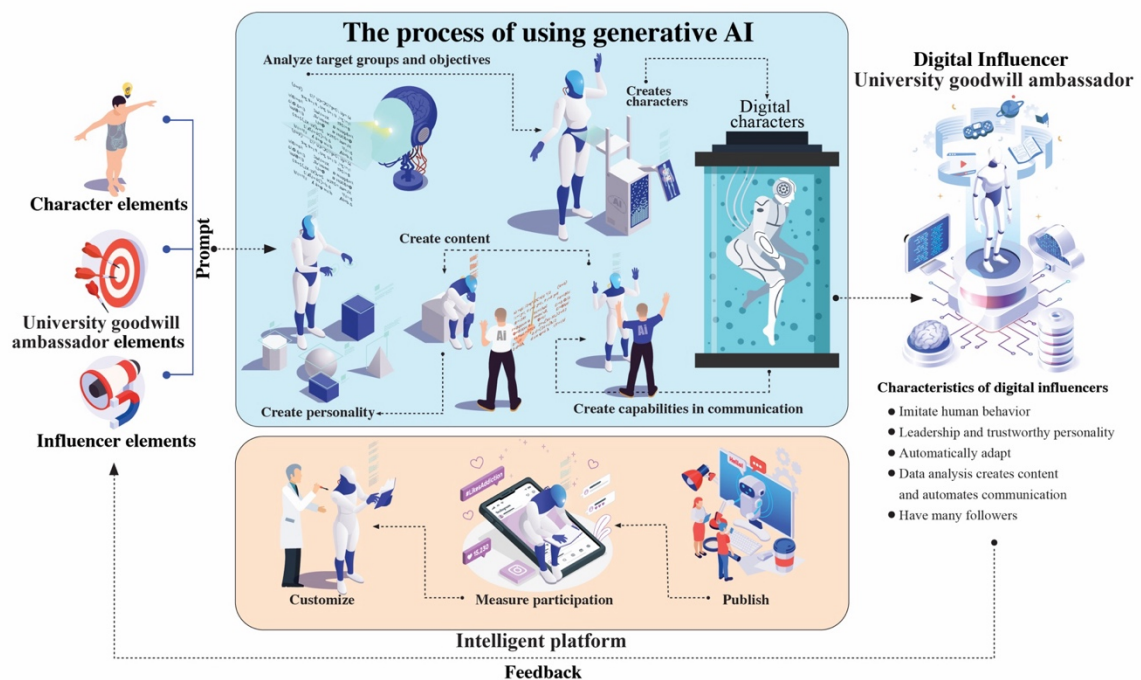
วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

สิ่งที่แนบมาด้วย

1. เนื้อหารายละเอียดเกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

2. แบบประเมินการออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย



ภาพที่ 1 การออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อผู้ประเมิน _____

ตำแหน่ง _____

สถานที่ทำงาน _____

ตอนที่ 2 การประเมินการออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

คำชี้แจง

การออกแบบกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย พัฒนาจากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก ท่านสามารถพิจารณารายละเอียดของกระบวนการจากเอกสารที่แนบ และโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความคิดของท่าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

5 หมายถึง	เหมาะสมมากที่สุด
4 หมายถึง	เหมาะสมมาก
3 หมายถึง	เหมาะสมปานกลาง
2 หมายถึง	เหมาะสมน้อย
1 หมายถึง	เหมาะสมน้อยที่สุด

คำอธิบายกระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย แบ่งการทำงานออกเป็น 3 ส่วนหลักดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลการนำเข้า

ส่วนที่ 2 กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 ผลที่ได้คือคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม
อัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย

1. ข้อมูลการนำเข้า (input)

- 1.1 องค์ประกอบตัวละคร (Character elements)
- 1.2 องค์ประกอบของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)
- 1.3 องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพล (Influential elements)

2. กระบวนการ (Process)

ผู้วิจัยเลือกใช้กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่าน
แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดยมีกระบวนการดังนี้

- 2.1 กระบวนการการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล
 - 2.1.1 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Analyze target groups and objectives)
 - 2.1.2 สร้างตัวละครดิจิทัล (Creates characters)
 - 2.1.3 สร้างความสามารถในการสื่อสาร (Create capabilities in communication)
 - 2.1.4 สร้างเนื้อหา (Create content)
 - 2.1.5 สร้างบุคลิกภาพ (Create personality)
- 2.2 กระบวนการแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Process Intelligent platform)
 - 2.2.1 เผยแพร่ (Publish)
 - 2.2.2 วัดการมีส่วนร่วม (Measure participation)
 - 2.2.3 แก้ไขและปรับปรุง (Customize)

3. ผลลัพธ์ที่ได้ (Output)

ผลที่ได้คือ ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ที่มีคุณลักษณะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัยของผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ มีองค์ประกอบดังนี้

- 3.1 สามารถเลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์ (Imitate human behavior)
- 3.2 มีภาวะผู้นำและบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ (Leadership and trustworthy personality)
- 3.3 ปรับตัวอัตโนมัติ (Automatically adapt)
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างเนื้อหาและสื่อสารอัตโนมัติ (Data analysis creates content and automates communication)
- 3.5 มีผู้ติดตาม (Have many followers)

4. การตอบกลับการทำงาน (Feedback)

การตอบกลับการทำงานของระบบกลับไปยังขั้นตอนแรกในกระบวนการของระบบงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์กระบวนการออกแบบทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 แบบประเมินเพื่อออกแบบกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความคิดของท่าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
1. การนำเข้า (In put)						
1.1 องค์ประกอบตัวละคร						
1.2 เป้าหมายมหาวิทยาลัย						
1.3 องค์ประกอบผู้ทรงอิทธิพล						
2. กระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Process)						
2.1 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์						
2.2 สร้างตัวละครดิจิทัล						
2.3 สร้างความสามารถในการสื่อสาร						
2.4 สร้างเนื้อหา						
2.5 สร้างบุคลิกภาพ						
3. กระบวนการแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Process Intelligent platform)						
3.1 เผยแพร่						
3.2 วัดการมีส่วนร่วม						
3.3 แก้ไขและปรับปรุง						

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
4. คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Output)						
4.1 สามารถเลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์						
4.2 มีภาวะผู้นำและบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ						
4.3 ปรับตัวอัตโนมัติ						
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างเนื้อหาและสื่อสารอัตโนมัติ						
4.5 มีผู้ติดตามจำนวนมาก						

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านเพิ่มเติม (ถ้ามี) เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงข้อมูลสำหรับการออกแบบกระบวนการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

ลงชื่อ

ผู้ประเมิน

(.....)

วันที่.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง
 ที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบประเมินอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยนี้
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิภูษิต เพียรการค้า

This is Mendeley biography



แบบสำรวจความต้องการลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์
 รังสรรค์เพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ สำหรับผู้บริหารและ
 อาจารย์

ชื่อหัวข้อ

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย

ผู้วิจัย

นายวิภูษิต เพียรการคำ

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข (อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก)

รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ (อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม)

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีจุดประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการลักษณะและความสามารถของผู้
 ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์ม
 อัจฉริยะ สำหรับผู้บริหารและอาจารย์

แบบสำรวจนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้บริหารและอาจารย์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้บริหาร

ชื่อ-นามสกุล

ตำแหน่งงาน

สถานที่ทำงาน



อินฟลูเอนเซอร์แบบไหนที่คุณต้องการ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริหาร

2.1 ลักษณะของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

2.1.1 เพศ

- 1) หญิง 2) ชาย 3) อื่นๆ

2.1.2 อายุ

- 1) 15-25 ปี 2) 25-30 ปี
 3) 30-35 ปี 4) 35-40 ปี 5) 40 ปีขึ้นไป

2.1.3 รูปทรงใบหน้า (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ทรงกลม 2) ทรงเหลี่ยม 3) ทรงรี

2.1.4 ทรงผม (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ผมสั้น 2) ผมยาว 3) อื่นๆ

2.1.5 สีผม (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ผมดำ 2) ผมบลอนด์ 3) อื่นๆ

2.1.6 สีผิว (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ผิวขาว 2) ผิวดำ 3) อื่นๆ

2.1.7 การแต่งกาย (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) แต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
 2) แต่งกายด้วยชุดสุภาพ
 3) อื่นๆ

2.1.8 รูปแบบของผู้ทรงอิทธิพล

- 1) ลักษณะคล้ายมนุษย์
 2) ตัวการ์ตูน
 3) อื่นๆ.....

2.2 ความสามารถของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย

2.2.1 ทักษะการสื่อสาร (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย
 2) แสดงภาษากายที่เหมาะสม
 3) ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี
 4) มีอารมณ์ขัน สร้างความบันเทิง
 5) นำเสนอเนื้อหาที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร
 6) สามารถสื่อสารได้หลายภาษา
 7) อื่นๆ

2.2.2 หน้าที่ของทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย
 2) ประชาสัมพันธ์
 3) สนับสนุนกิจกรรมของมหาวิทยาลัย
 4) ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน
 5) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ
 6) อื่นๆ

2.3 ข้อมูลที่ท่านต้องการให้ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยนำไปสื่อสารต่อนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย

.....

.....

.....

.....

.....

2.4 ข้อมูลที่ท่านต้องการให้ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยนำไปสื่อสารต่อบุคคลทั่วไป

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
()





แบบสำรวจความต้องการลักษณะและความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์
 รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ สำหรับนักศึกษาและบุคคล
 ทั่วไป

ชื่อหัวข้อ

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
 มหาวิทยาลัย

ผู้วิจัย

นายวิภูษิต เพียรการค้า

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข (อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก)

รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ (อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม)

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีจุดประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการลักษณะและความสามารถของผู้
 ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์ม
 อัจฉริยะ สำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป

แบบสำรวจนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม



อินฟลูเอนเซอร์แบบไหนที่คุณต้องการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป

1.1 สถานะ

- 1) นักศึกษา 2) นักเรียน 3) บุคคลทั่วไป

1.2 เพศ

- 1) หญิง 2) ชาย 3) อื่นๆ

1.3 อายุ

- 1) 15-25 ปี 2) 25-30 ปี
 3) 30-35 ปี 4) 35-40 ปี
 5) อื่นๆ อายุ.....ปี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป

2.1 ลักษณะของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

2.1.1 เพศ

- 1) หญิง 2) ชาย 3) อื่นๆ

2.1.2 อายุ

- 1) 15-25 ปี 2) 25-30 ปี
 3) 30-35 ปี 4) 35-40 ปี 4) 40 ปีขึ้นไป

2.1.3 รูปทรงใบหน้า

1) ทรงกลม 2) ทรงเหลี่ยม 3) ทรงรี

4) อื่นๆ

2.1.4 ทรงผม

1) ผมสั้น 2) ผมยาว 3) อื่นๆ.....

2.1.5 สีผม

1) ผมดำ 2) ผมบลอนด์ 3) อื่นๆ.....

2.1.6 สีผิว

1) ผิวขาว 2) ผิวดำ 3) อื่นๆ

2.1.7 การแต่งกาย

1) แต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

2) แต่งกายด้วยชุดสุภาพ

3) อื่นๆ

2.1.8 รูปแบบของผู้ทรงอิทธิพล

1) ลักษณะคล้ายมนุษย์

2) ตัวการ์ตูน

3) อื่นๆ.....

2.2 ความสามารถของผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่ท่านต้องการเพื่อเป็นทูต สันทนาการมหาวิทยาลัย

2.2.1 ทักษะการสื่อสาร (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

1) พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย

2) แสดงภาษากายที่เหมาะสม

3) ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี

4) มีอารมณ์ขัน สร้างความบันเทิง

5) นำเสนอเนื้อหาที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร

6) สามารถสื่อสารได้หลายภาษา

7) อื่นๆ

2.2.2 หน้าที่ของทูตสันทนาการมหาวิทยาลัย (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

1) เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย

2) ประชาสัมพันธ์

3) สนับสนุนกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

- 4) ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน
- 5) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ
- 6) อื่นๆ

2.3 ช่องทางการสื่อสารใดที่ท่านต้องการสื่อสารกับผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วย
ปัญหาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (สามารถ
เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) เว็บไซต์มหาวิทยาลัย
- 2) Facebook
- 3) Instagram
- 4) X
- 5) TikTok
- 6) อื่นๆ

2.4 ท่านต้องการได้รับข้อมูลจากผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญหาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อ
เป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะในเรื่องใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
()



แบบสำรวจการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI Specialist)

ชื่อหัวข้อ

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี
มหาวิทยาลัย

ผู้วิจัย

นายวิภูษิต เพียรการค้า

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา

ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข (อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก)

รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ (อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม)

คำชี้แจง : แบบสำรวจนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) เกี่ยวกับแนวคิดการสร้างผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) ด้วย ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ (Generative AI) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Ambassador) ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent Platform)

แบบสำรวจนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

ชื่อ-นามสกุล

ตำแหน่งงาน

สถานที่ทำงาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ (AI Specialist)

**2.1 การสร้างลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูต
สันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ใดมีความเหมาะสม**

2.1.1 โปรดเลือกปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างตัวละคร (Model Generation) (สามารถเลือกได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- 1) Text-to-3D
- 2) 3D Model Generation
- 3) Masterpiece X
- 4) Midjourney
- 5) VQGAN+CLIP
- 6) DALL-E 2
- 7) StyleGAN
- 8) Avatarify
- 9) อื่นๆ

2.1.2 เครื่องมือสร้างความสามารถของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ใดมีความเหมาะสม

2.1.2.1 โปรดเลือกปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างความสามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตรงตามวัตถุประสงค์ (Analyze target groups and objectives)

- 1) Gemini (Google)
- 2) GPT-4 (OpenAI)
- 3) Copilot
- 4) อื่นๆ

2.1.2.2 โปรดเลือกปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างบุคลิกภาพ (Create personality) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

- 1) Bard (Google)
- 2) GPT-4 (OpenAI)

- 3) CharacterGPT (OpenAI)
- 4) Botnoi-Voice
- 5) D-DI AI
- 6) อื่นๆ

2.1.2.3 โปรดเลือกปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างเนื้อหา (Create content) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

- 1) Bard (Google)
- 2) GPT-4 (OpenAI)
- 3) Mojo AI
- 4) อื่นๆ

2.1.2.4 โปรดเลือกปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างความสามารถในการสื่อสาร (Create capabilities in communication) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

- 1) Bard (Google)
- 2) GPT-4 (OpenAI)
- 3) D-DI AI
- 4) Botnoi-Voice
- 5) Text to Speech
- 6) อื่นๆ

**2.2 การสร้างแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent Platform) ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์
ใดความเหมาะสม**

2.2.1 โปรดเลือกปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์เพื่อใช้ในการสร้างความสามารถในการเผยแพร่ (Publish) ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

- 1) LaMDA (Google)
- 2) BLOOM (Hugging Face)
- 3) Megatron-Turing NLG (NVIDIA)
- 4) WuDao 2.0 (Beijing Academy of Artificial Intelligence)
- 5) OPT (OpenAI)
- 6) อื่นๆ

2.2.2 การวัดการมีส่วนร่วม (Measure participation) ของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

- 1) VGG16/ ResNet ใช้ในการวัดการมีส่วนร่วมในรูปแบบของ ยอดดู ระยะเวลาการรับชม การคลิก การวิเคราะห์ความสนใจ
- 2) Q-Learning, Actor-Critic ใช้ในการวัดการมีส่วนร่วมในรูปแบบของ พฤติกรรมผู้ใช้ การมีส่วนร่วมในสื่อ การวิเคราะห์การใช้งาน วิเคราะห์ การเชื่อมต่อ การโต้ตอบ และเครือข่ายในชุมชนออนไลน์
- 3) อื่นๆ

2.2.3 สร้างความสามารถปรับแต่ง (Customize) ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Digital Influencer) เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

- 1) Q-Learning, Actor-Critic ตัวช่วยส่วนตัว ระบบแนะนำ การปรับแต่งอัตโนมัติ
- 2) PageRank, HITS การแนะนำเพื่อน การสร้างกลุ่ม การวิเคราะห์ความสัมพันธ์
- 3) อื่นๆ

2.3 ข้อเสนอแนะการเขียนพรอมต์ (Prompt) ในการสร้างลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

()



แบบสอบถามความต้องการลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลที่สร้างด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์
เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

โดยคำนึงถึงบุคลิกภาพ และรูปลักษณ์ภายนอกและภูมิหลัง ดังต่อไปนี้
แบบสอบถามนี้เพื่อหาผลสำรวจงานวิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่าน
แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โดย อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ทั้งหมด
นี้สร้างขึ้นด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ (Generative AI) โดยให้คำนึงถึงบุคลิกภาพ และรูปลักษณ์
ภายนอกและภูมิหลัง ดังต่อไปนี้



1. ชื่อของเธอคือ ซาซ่า (Sasha)

เธอเป็นหญิงสาวที่มีรูปร่างสูงโปร่ง ผิวพรรณขาวเนียนละเอียด ซาซ่าเป็นคนที่มีความเป็นผู้นำสูง เธอมีความคิดเป็นของตัวเองและกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นของตัวเอง เธอเป็นคนที่มีความมั่นใจในตัวเองสูง และไม่กลัวที่จะเผชิญกับความท้าทายต่าง ๆ เธอเป็นคนที่มีความรับผิดชอบสูง ซาซ่าเป็นคนที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง เธอไม่ชอบที่จะทำตามคนอื่น เธอชอบที่จะทำในสิ่งที่ตัวเองชอบ และเธอมีความคิดสร้างสรรค์สูง เธอชอบที่จะคิดอะไรใหม่ ๆ อยู่เสมอ เธอเป็นคนที่มีความสามารถรอบด้าน และเธอสามารถทำอะไรได้หลายอย่าง เธอเป็นคนที่มีความฉลาดหลักแหลม และเธอเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซาซ่าเป็นคนที่มีความมุ่งมั่นที่น่าสนใจ เธอเกิดในครอบครัวที่ยากจน แต่เธอไม่เคยย่อท้อต่อความยากลำบาก เธอพยายามอย่างหนักเพื่อที่จะเรียนหนังสือและทำงานหาเงินมาเลี้ยงครอบครัว เธอเป็นคนที่มีความกตัญญูต่อพ่อแม่ เธอเป็นคนที่มีความเมตตาต่อผู้อื่น



2. ชื่อของเธอคือ โรส (Rose)

รูปร่างของเธอค่อนข้างผอมเพรียว สูงประมาณ 165 เซนติเมตร ผิวพรรณของเธอขาวเนียนละเอียด ใบหน้าของเธอมีรูปไข่ ดวงตาของเธอเป็นสีน้ำตาลเข้ม กลมโตและยาวรีเล็กน้อย จมูกของเธอค่อนข้างโด่ง ปากของเธอค่อนข้างเล็กได้รูปริมฝีปากของเธออímเอบเล็กน้อย เธอมีผมสีดำยาวสลวยที่ดูเงางามและมีน้ำหนัก

สไตล์การแต่งตัวของเธอค่อนข้างเรียบง่ายแต่ดูดี เธอชอบใส่เสื้อผ้าที่สบายๆ เช่น เสื้อยืด กางเกงยีนส์ หรือชุดเดรส รอยยิ้มของเธอเป็นรอยยิ้มที่สดใสและเป็นมิตร เธอมีท่าทางที่ดูเป็นธรรมชาติและสบายๆ ภาษากายของเธอเป็นภาษากายที่ดูเปิดเผยและจริงใจ เธอเป็นคนที่มีความเป็นผู้นำ เธอมีความคิดริเริ่มและความคิดสร้างสรรค์ เธอสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในแบบ

ที่มและแบบคนเดียว เธอมีความเป็นตัวของตัวเอง เธอมีความคิดเห็นเป็นของตัวเองและเธอไม่กลัวที่จะแสดงความคิดเห็นของเธอ เธอมีความมั่นใจในตัวเองและเธอมีความสามารถในการโน้มน้าวใจผู้อื่น เธอมีภูมิหลังที่น่าสนใจ เธอเกิดในครอบครัวที่ยากจน แต่เธอสามารถต่อสู้จนประสบความสำเร็จในชีวิตได้ เธอเป็นคนที่มีความอดทนและความพยายาม เธอเป็นคนที่ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค เธอเป็นคนที่ไม่เคยละทิ้งความฝันของตัวเอง เธอเป็นคนที่คู่ควรกับการเป็นแบบอย่างให้กับผู้อื่น



3. ชื่อของเธอคือ จูเลีย (Julia)

ลักษณะ: ผิวขาว หน้าตาสะสวย หุ่นดี ผมสั้นสีชมพูอมม่วง แต่งตัวทันสมัย ท่าทางเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นผู้นำ กล้าแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเอง ฉลาด ทันสมัย ภูมิหลังจูเลีย เป็น AI Assistant ที่ถูกพัฒนาโดยบริษัท เพื่อช่วยเหลือผู้คนในด้านต่างๆ เช่น การค้นหาข้อมูล การแปลภาษา การเขียนข้อความ และอื่นๆ จูเลีย เป็น AI ที่มีความฉลาดและ

มีประสิทธิภาพสูง เธอสามารถเรียนรู้และพัฒนาตัวเองได้อย่างต่อเนื่อง จูเลีย เป็นผู้ช่วยที่สมบูรณ์แบบ
แบบสำหรับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เธอเป็นมิตรและเป็นผู้ฟังที่ดี เธอสามารถ
ช่วยให้ผู้คนแก้ปัญหาและบรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ



4. ชื่อของเธอคือ รินลดา (Rinlada)

รินลดา มีหน้าตา ใบหน้ารูปไข่ ดวงตาโตกลม มีแววสดใส จมูกโด่งได้รูป ปากรูปกระชับ อิมเอิบ
ผิวพรรณขาวเนียนละเอียด ไร้วิวรอย รูปร่าง สูงเพรียว หุ่นบางร่างเล็ก สัดส่วนสมดุลงาม ทำทางสง่า
งาม สไตส์การแต่งตัว ชื่นชอบชุดเดรสเรียบหรู สีสนที่เลือกใช้มักจะเป็นโทนสีอ่อนหวาน
เครื่องประดับที่สวมใส่เรียบง่ายแต่ดูดี ให้ความสำคัญกับความสะอาดและความเนียบ รอยยิ้ม
ทำทาง ภาษากาย รอยยิ้มที่เป็นมิตรและจริงใจ ทำทางอ่อนโยน สุภาพ ภาษากายที่สื่อถึงความ

มั่นใจแต่ไม่หยิ่งยโส รินลดามีความเป็นผู้นำสูง มีความคิดริเริ่มและกล้าตัดสินใจ สามารถโน้มน้าว และสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่นได้ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและนำมาพิจารณา มีความรับผิดชอบสูง มีความเป็นตัวของตัวเอง มีความคิดและความเชื่อเป็นของตัวเอง ไม่ตามกระแสหรือทำตามคนอื่น กล้าแสดงความคิดเห็นและยืนหยัดในสิ่งที่ตัวเองเชื่อ มีความคิดสร้างสรรค์และชอบคิดนอกกรอบ ภูมิหลังตัวละคร เกิดและเติบโตในครอบครัวที่มีฐานะปานกลาง เป็นเด็กเรียนดีและมีความใฝ่ฝันที่จะเป็นนักธุรกิจหญิง เรียนจบปริญญาตรีด้านการตลาด เริ่มต้นทำงานในบริษัทเล็กๆ และไต่เต้าขึ้นมาจนถึงตำแหน่งผู้จัดการ มีความทะเยอทะยานและมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพการงาน เป็นคนที่มีจิตใจดี ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีความฝันที่จะสร้างธุรกิจของตัวเองในอนาคต



5. ชื่อของเธอคือ อลิสา (Alisa)

อลิสา มีรูปร่าง ผอมเพรียว สูงโปร่ง ผิวขาวเนียนละเอียด ชอบใส่เสื้อผ้าสไตล์โมเดิร์น ทันสมัย รอยยิ้ม ท่าทาง อลิสา มีภาษากาย ยิ้มแย้มแจ่มใส ท่าทางเป็นมิตร ภาษากายมั่นใจ มีความเป็นผู้นำ มีความเป็นผู้นำสูง กล้าคิดกล้าตัดสินใจ ความเป็นตัวของตัวเอง: มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่เหมือนใคร ภูมิหลังของอลิสาเป็นหุ่นยนต์สาวที่ถูกสร้างขึ้นโดยบริษัท Glory Forever PCL. เพื่อเป็นผู้ช่วยอัจฉริยะให้กับมนุษย์ เธอมีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตัวเองได้อย่างรวดเร็ว เธอจึงสามารถช่วยเหลือมนุษย์ได้ในหลากหลายด้าน เธอเป็นหุ่นยนต์สาวที่ฉลาดและมีน้ำใจ เธอจึงเป็นที่รักของผู้คนมากมาย

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....





แบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์
ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย

ชื่อหัวข้อ

ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย

ผู้วิจัย

นายวิภูษิต เพียรการค้า
สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา
ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข (อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก)
รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ (อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม)

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เพื่อประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้วิจัยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทียบกับการใช้วิธีการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ผลการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัย

2. เพื่อวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์
รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยกับการใช้วิธีการสื่อสาร
องค์กรมหาวิทยาลัยรูปแบบปกติ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 เพศ

- 1) หญิง 2) ชาย 3) อื่นๆ

1.2 อายุ

- 1) 15-25 ปี 2) 25-30 ปี 3) อื่นๆ อายุ.....ปี

1.3 ท่านได้รับข้อมูลจากผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่าน
แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย ทางช่องทางใด (สามารถตอบได้
มากกว่า 1 ช่องทาง)

- 1) เว็บไซต์ 2) Facebook 2) TikTok
 3) Instagram

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์
รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย

คำชี้แจง

ขอความอนุเคราะห์ประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่าน
แพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง
ให้ตรงกับความคิดของท่าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- 5 หมายถึง มีคุณภาพมากที่สุด
4 หมายถึง มีคุณภาพมาก
3 หมายถึง มีคุณภาพปานกลาง
2 หมายถึง มีคุณภาพน้อย
1 หมายถึง มีคุณภาพน้อยที่สุด

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
1. การประเมินผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)						
1.1 บุคลิกภาพ						
1.1.1 หน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ ที่ดูดี สะอาดตา						
1.1.2 สไตล์การแต่งตัว						
1.1.3 รอยยิ้ม ท่าทาง ภาษากาย ที่ดูเป็นมิตร						
1.1.4 ความเป็นผู้นำ						

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
1.1.5 ความเป็นตัวของตัวเอง						
1.2 ทักษะการสื่อสาร						
1.2.1 พูดได้ชัดเจน เข้าใจง่าย						
1.2.2 แสดงภาษาที่เหมาะสม						
1.2.3 ถ่ายทอดเนื้อหาได้ดี						
1.2.4 มีอารมณ์ขัน สร้างความบันเทิง						
1.2.5 มีความคิดสร้างสรรค์						
1.2.6 ความสามารถด้านภาษา						
1.3 สร้างความสัมพันธ์						
1.3.1 กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วม						
2. การประเมินแพลตฟอร์มอัจฉริยะ (Intelligent platforms)						
2.1 การเชื่อมต่อข้อมูล						
2.2 การประมวลผลข้อมูล						
2.3 ความรวดเร็วในการโต้ตอบข้อมูล						
3. การประเมินหน้าที่ทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย (University Goodwill Ambassador)						
3.1 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัย						
3.1.1 การให้ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ						
3.1.2 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากร						
3.1.3 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในมหาวิทยาลัย						
3.1.4 การให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ						
3.2 ความสามารถในการสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพล						
3.2.1 สามารถสื่อสารภายในมหาวิทยาลัยได้						
3.2.2 สามารถสื่อสารภายนอกมหาวิทยาลัยได้						
3.3 ความสามารถในการเป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย						
4. คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัล (Characteristics of digital influencers)						
4.1 เลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์						
4.2 บุคลิกความเป็นผู้นำและน่าเชื่อถือ						
4.3 ปรับตัวแบบอัตโนมัติ						
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างเนื้อหาและสื่อสารแบบอัตโนมัติ						
4.5 มีผู้ติดตามจำนวนมาก						

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์
รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการใช้วิธีการ

สื่อสารองค์กรมวิทยาลัยรูปแบบปกติ

คำชี้แจง

ขอความอนุเคราะห์ประเมินการใช้ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะเพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความคิดของท่าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- | | | |
|---|---------|--------------------|
| 5 | หมายถึง | มีคุณภาพมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มีคุณภาพมาก |
| 3 | หมายถึง | มีคุณภาพปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | มีคุณภาพน้อย |
| 1 | หมายถึง | มีคุณภาพน้อยที่สุด |





ภาคผนวก ค

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่

A generative artificial intelligence digital influencer model to be a university goodwill ambassador

1st Vipusit Piankarnka
 Division of Information and
 Communication Technology for
 Education King Mongkut's University of
 Technology North Bangkok (KMUTNB)
 Bangkok, Thailand
 vipusit_p@rmutt.ac.th

2nd Prachyanun Nilsook
 Division of Information and
 Communication Technology for
 Education King Mongkut's University of
 Technology North Bangkok (KMUTNB)
 Bangkok, Thailand
 prachyanun.n@fte.kmutnb.ac.th

3rd Panita Wannapiroon
 Division of Information and
 Communication Technology for
 Education King Mongkut's University of
 Technology North Bangkok (KMUTNB)
 Bangkok, Thailand
 Panitaw@kmutnb.ac.th

Abstract— This study presents a digital influencer model created by artificial intelligence for university goodwill ambassadors. It is a structure or plan that utilizes artificial intelligence to create digital influencers who serve as goodwill ambassadors for the university. The document research method employs content analysis from both documents and research findings. It was found that the composition of digital influencers created by artificial intelligence to be university goodwill ambassadors has five main elements, as follows: 1) Elements of influencers 2) Elements of Generative artificial intelligence 3) A digital character's elements 4) Elements of an intelligent platform and 5) Composition of University Goodwill Ambassadors. Results from an assessment of the composition of digital influencers created by artificial intelligence to become university goodwill ambassadors by nine specialists. The result is 4.09 ± 0.69 . A study of the composition of digital influencers created by artificial intelligence to become university goodwill ambassadors can strengthen relationships and communication with target groups, which leads to increasing the efficiency of the corporate communications organization.

Keywords: *Generative Ai, Digital influencer, University Goodwill Ambassadors*

I. INTRODUCTION

Generative artificial intelligence is an artificial intelligence that focuses on creating new content, such as images, text, music, or videos. Using complex patterns and algorithms, and unlike other forms of artificial intelligence, artificial intelligence builds on patterns from existing data and uses this knowledge to create relevant and realistic content. One popular method is generative adversarial networks (gans). However, artificial intelligence also presents ethical considerations and challenges. It is important to use artificial intelligence created responsibly [1], [2]. Overall, artificial intelligence creates an interesting field that expands the possibilities of artificial intelligence. In addition to recognition and classification tasks, it allows for new and creative output. An influencer is someone who has a significant following and has an impact on digital platforms such as YouTube and podcasts. Influencers have expertise. Build credibility and presence through social media to influence your

audience's opinions, behaviours, and decisions [3]. Influencers focus on interesting things such as fashion, beauty, fitness, travel, technology, or style [3]. Influencers create customized content for the influencer's target audience that showcases the influencer's experience, knowledge, and recommendations in a compelling and trustworthy manner. Influencers use their storytelling skills to build trust and engagement by following and sharing their views, expertise, and opinions about products, services, trends, or experiences [4]. Given these origins and their significance, the researcher aims to create digital influencers by artificial intelligence. Synthesizing learning styles from related documents and research will increase the ability to exchange information.

II. LITERATURE REVIEW

A literature review on the application of artificial intelligence (AI) in creating digital influencers with artificial intelligence to become university goodwill ambassadors. Data analysis, highlighting potential benefits and challenges in real-world applications. Contains relevant references to support research.

A. Generative AI

Generative AI refers to a type of artificial intelligence technology that could create various works. It is based on learning the pattern and structure of data, for example, when creating text, images, audio, video, or even code. Generative AI is different from general AI in that it does not just process or analyze existing data. However, new information can be generated [6].

B. Influencers

Influencers are individuals who influence people's online thoughts and decisions. They often have many followers on social media platforms such as Facebook and Instagram [7].

C. University Goodwill Ambassadors

University Goodwill Ambassadors are representatives of the university, demonstrating the image and good standards of the university. Their goal is to feel good and impress the visiting

979-8-3315-0601-8/24/\$31.00 ©2024 IEEE

Authorized licensed use limited to: Chulalongkorn University provided by UniNet. Downloaded on January 31, 2025 at 07:52:17 UTC from IEEE Xplore. Restrictions apply.

TABLE I. SHOW SYNTHESIZED ELEMENTS GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE DIGITAL INFLUENCER MODEL TO BE A UNIVERSITY GOODWILL AMBASSADOR

Elements generative artificial intelligence digital influencer model to be a university goodwill ambassador	[8], [9]	[10], [11]	[12], [13]	[14], [15]	[16], [17]	[8], [18]	[19]	[20]	Researchers
Elements of influencers	√	√	√		√		√	√	√
Generative artificial intelligence elements	√	√	√	√	√	√		√	√
A digital character's elements	√		√	√		√	√		√
Elements of an intelligent platform		√	√		√	√	√	√	√
Elements of university goodwill ambassadors	√	√	√	√	√	√	√	√	√

Elements of influencers

Influencers should have a positive personality. Have communication skills. Have professional and reliable expertise. Influencers should have an attractive personality. They should possess the ability to communicate effectively and establish strong relationships with their followers. These skills enable them to attract followers. These skills enable them to establish credibility and foster positive relationships. Examples of people with these skills include beauty bloggers, YouTubers, writers, and musicians.

Elements of Generative artificial intelligence

Generative artificial intelligence digital masters will become university goodwill ambassadors. They will create content that aligns with the university's objectives. Algorithms, hardware, and software serve as the tools. Generative AI generates various types of content, including images, animations, text, and music. Generative AI uses algorithms like GANs, VAEs, and transformers to learn patterns and create new content. Hardware used to train generative AI models, such as GPUs, ASIC software, generative AI frameworks, and libraries such as TensorFlow, Py Torch, TensorFlow GAN, and Transformers.

A digital character's elements

This research uses a generative artificial intelligence digital character or person with a suitable and beautiful appearance. Considering the size and proportions of the characters, including choosing colors and setting the direction of light on the characters, the personalities of the characters, with realistic

movements, can express emotions. and has a unique identity. Character backgrounds that convey the character's special skills correspond to their personalities. Have abilities that are consistent with your personality and character and have goals that are consistent with your personality to be a digital personality who can be a goodwill ambassador for the university.

Elements of an intelligent platform

Intelligent infrastructure that uses the data management system, artificial intelligence system, and tools for application development Intelligent data platform with intelligent data connectivity and processing Smart application platform that can have a conversational user interface Voice-controlled user interface to be used to effectively present digital influencers as university goodwill ambassadors.

Elements of University Goodwill Ambassadors

The components of university goodwill ambassadors in the field of information include the following: Information about students and staff, as well as details about public relations activities, are among the components of university goodwill ambassadors. The university encompasses the realm of communication. Communication inside and outside the university A university goodwill ambassador should possess strong communication skills. Have language skills. Persuasive and creative Building connections within and between universities Build relationships with students. Building relationships with the community and becoming a university goodwill ambassador requires determination and leadership.

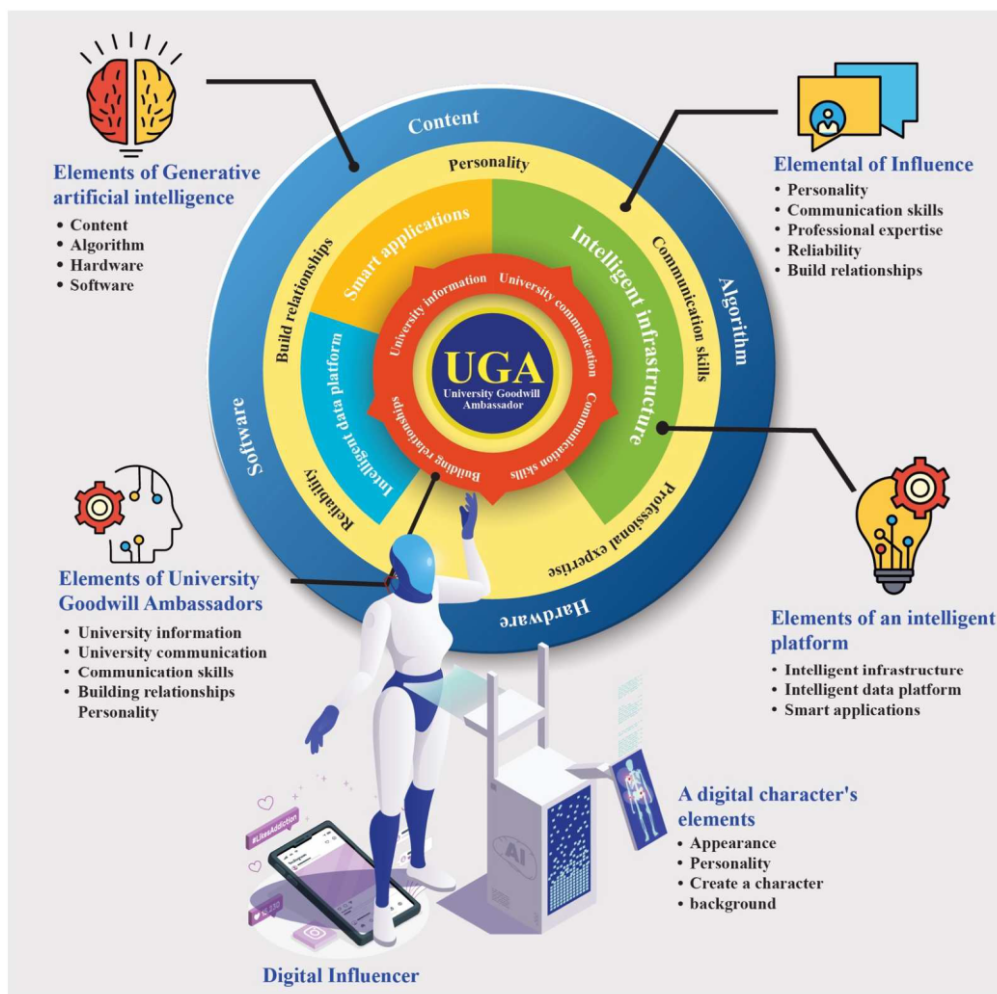


Fig. 3. A generative artificial intelligence digital influencer model to be a university goodwill ambassador

Evaluation results a generative artificial intelligence digital influencer model to be a university goodwill ambassador

Evaluation results a generative artificial intelligence digital influencer model to be a university goodwill ambassador by nine specialists the result is 4.09 ± 0.69 as in Table 2.

TABLE II. SHOW EVALUATION RESULTS A GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE DIGITAL INFLUENCER MODEL TO BE A UNIVERSITY GOODWILL AMBASSADOR

Factor	Mean \pm SD
The synthesis of a character's elements	4.67 \pm 0.50
The synthesis of elements of Influencer	3.67 \pm 0.87
The synthesis of elements of Generative Artificial Intelligence	3.44 \pm 0.73
The synthesis of elements of University Goodwill Ambassadors	4.00 \pm 0.87
The synthesis of elements of an intelligent platform	4.67 \pm 0.50
Total	4.09\pm0.69

VII. DISCUSSIONS

What is interesting is the integration of artificial intelligence and digital influencers in the context of corporate communications. This integration leverages the influencer's technological expertise [21]. To enhance corporate communication strategies in the digital age, organizations can improve and engage their audience by leveraging the online influence of digital influencers themselves. This effect is enhanced using generative AI, which facilitates the creation of appropriate and creative content. This increases the efficiency of communication efforts [22]. Digital influencers with large online

audiences It have a significant impact on the process of creating and distributing content through social. Audience confidence and consideration of their power have a positive impact on brand recognition [3]. This study highlights the critical importance of using generative AI to empower digital influencers from a strategic perspective. It highlights the potential of this technology to bring about a major change in the way organizations communicate. It also offers significant insights for academic research in a constantly evolving environment.

VIII. CONCLUSIONS

In conclusion, the combination of generative AI and digital influencers is considered a paradigm shift in the realm of organizational communication. By leveraging the digital impact of influencers, this collaboration will also help to improve communication strategies in the digital age. This study found that there are five main elements of digital influencers created by artificial intelligence to become university goodwill ambassadors, as follows: 1) elements of influencers; 2) elements of generative artificial intelligence; 3) a digital character's elements 4) elements of an intelligent platform, and 5) composition of a university goodwill ambassador. Applying this model to university organizational communications can lead to further advancements.

ACKNOWLEDGMENT

The authors would like to thank the professors from the Division of Information and Communication Technology for Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Thailand, and Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani, Thailand, for their support in this work.

REFERENCES

- [1] K. Kenthapadi, "Generative AI Meets Responsible AI: Practical Challenges and Opportunities," pp. 5805–5806, 2023, doi: 10.1145/3580305.3599557.
- [2] V. Piankarnka, P. Monrattanachai, P. Wannpiroon, P. Nilsook, and P. Thani, "Generative AI to Create 3D Futuristic Collection Monster Character for NFT In Blockchain Technology Research question," vol. 1.
- [3] J. Qadir, "Engineering Education in the Era of ChatGPT: Promise and Pitfalls of Generative AI for Education," *TechRxiv*, 2022, doi: 10.36227/techrxiv.21789434.v1.
- [4] S. Houde *et al.*, "Business) mis (Use Cases of Generative AI," 2020.
- [5] Y. Wang and B. Y. Lim, "RePrompt : Automatic Prompt Editing to Refine AI-Generative Art Towards Precise Expressions".
- [6] H. Zohny, J. Mcmillan, and M. King, "Ethics of generative AI," pp. 79–80, doi: 10.1136/jme-2023-108909.
- [7] D. Belanche, L. V. Casalo, M. Flavián, and S. Ibáñez-Sánchez, "Building influencers' credibility on Instagram: Effects on followers' attitudes and behavioral responses toward the influencer," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 61, 2021, doi: 10.1016/j.jretconser.2021.102585.
- [8] M. Wheeler, "Celebrity Diplomacy: United Nation's Goodwill Ambassadors," *Celebr Stud*, vol. 2, no. 1, pp. 6–18, 2011.
- [9] S. Akter, M. M. Babu, U. Hani, S. Sultana, R. Bandara, and D. Grant, "Unleashing the power of artificial intelligence for climate action in industrial markets," *Industrial Marketing Management*, vol. 117, no. November 2023, pp. 92–113, 2024, doi: 10.1016/j.indmarman.2023.12.011.

- [10] D. Kwon, J. Kim, S. Choi, Y. Kim, and H. Zo, "Be Human-Like or AI-Like: Investigating the Impact of the Anthropomorphism and Decision Valence on Organizational Justice and Attractiveness in the AI-Recruitment," *Proceedings of the International Conference on Electronic Business (ICEB)*, vol. 23, pp. 45–49, 2023.
- [11] J. Llobera and C. Charbonnier, "Interactive Characters for Virtual Reality Stories," *ACM International Conference on Interactive Media Experiences (IMX '21)*, June 21â•fi23, 2021, Virtual Event, NY, USA, vol. 1, no. 1, pp. 1–7, 2021, doi: 10.1145/3452918.3465494.
- [12] V. Danry et al. , "AI- Generated Characters: Putting Deepfakes to Good Use," *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, pp. 1–6, 2022, doi: 10.1145/3491101.3503736.
- [13] S. Pratsri and P. Nilsook, "Design on Big data Platform-based in Higher Education Institute," *Higher Education Studies*, vol. 10, no. 4, p. 36, 2020, doi: 10.5539/hes.v10n4p36.
- [14] R. Gozalo-brizuela and E. C. Garrido-merch, "ChatGPT is not all you need. A State of the Art Review of large Generative AI models".
- [15] X. Wang and A. Gupta, "Videos as Space-Time Region Graphs," *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, vol. 11209 LNCS, pp. 413–431, 2018, doi: 10.1007/978-3-030-01228-1_25.
- [16] V. Piankarnka, K. Lertbumroongchai, and P. PiriyaSurawong, "A Digital Painting Learning Model Using Mixed-Reality Technology to Develop Practical Skills in Character Design for Animation," *Advances in Human-Computer Interaction*, vol. 2023, pp. 1–10, Oct. 2023, doi: 10.1155/2023/5230762.
- [17] P. Charoensukmongkol and T. Phungsoonthorn, "The Interaction Effect of Crisis Communication and Social Support on The Emotional Exhaustion of University Employees during the COVID-19 Crisis," *International Journal of Business Communication*, vol. 59, no. 2, pp. 269–286, 2022, doi: 10.1177/2329488420953188.
- [18] Z. Yingfang, Q. Ding, and D. Shen, "Character Design of Somatic Game from Perspective of Intangible Heritage Digital Protection," *J Phys Conf Ser*, vol. 1584, no. 1, 2020, doi: 10.1088/1742-6596/1584/1/012053.
- [19] K. Eambunnapong, "Intelligent Digital Storytelling Platform," pp. 267–272, 2022.
- [20] M. Teresa Borges-Tiago, J. Santiago, and F. Tiago, "Mega or macro social media influencers: Who endorses brands better?," *J Bus Res*, vol. 157, no. December 2022, p. 113606, 2023, doi: 10.1016/j.jbusres.2022.113606.
- [21] K. Freberg, K. Graham, K. McGaughey, and L. A. Freberg, "Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality," *Public Relat Rev*, vol. 37, no. 1, pp. 90–92, 2011, doi: 10.1016/j.pubrev.2010.11.001.
- [22] J. Tao, "Visual Fatigue Phenomenon in Visual Communication Design Integrating Artificial Intelligence," *Mobile Information Systems*, vol. 2022, 2022, doi: 10.1155/2022/3706373.

BIOGRAPHY

Vipusit Piankarnka A Ph.D candidate at the Division of Information and Communication Technology for Education, Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok, 10800, Thailand. (Vipusit_p@rmutt.ac.th)

Dr. Prachyanun Nilsook is a Professor at the Division of Information and Communication Technology for Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok (KMUTNB), Thailand. He is a member of Professional Societies in the Association for Educational Technology of Thailand (AETT). (Prachyanunn@kmutnb.ac.th)

Dr. Panita Wannapiroon is an Associate Professor at Division of Information and Communication Technology for Education, The Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok (KMUTNB), Bangkok, Thailand. She has experience in many positions such as the Director at Innovation and Technology Management Research Center, Assistant Director of Online Learning Research Center, Assistant Director of Vocational Education Technology Research Center, and Assistant Director of Information and Communication Technology in Education Research Center. (Panitaw@kmutnb.ac.th)

Generative AI-Created Digital Influencers to Be University Goodwill Ambassadors

Vipusit Piankarnka*, Prachyanun Nilsook, and Panita Wannapiroon

Division of Information and Communication Technology for Education,
King Mongkut's University of Technology North Bangkok (KMUTNB) Bangkok, Thailand
Email: vipusit_p@rmutt.ac.th (V.P.); prachyanun.n@fte.kmutnb.ac.th (P.N.); Panita.w@fte.kmutnb.ac.th (P.W.)
*Corresponding author

Manuscript received September 9, 2024; revised September 29, 2024; accepted October 24, 2024; published January 13, 2025

Abstract—This research was aimed at creating and developing digital influencers with generative artificial intelligence to strengthen a university's image and communicate with a target group, and comparing their use to traditional forms of communication. We conducted the research as an observational study. A literature review was conducted to study the elements of the process of using digital influencers created with generative artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors. Research data was collected from a sample group of 150 people. We used a questionnaire to assess the effectiveness of using digital influencers created with generative artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors. In the analysis, the use of digital influencers created with generative artificial intelligence through an intelligent platform was compared with regular communication by using the paired t-test statistic. A total of 150 participants were included in the study. The results showed that most of them were female ($n = 87$; 58 percent), aged 15–25 years ($n = 106$, 70.67 percent) and students ($n = 99$, 66 percent); 23 persons were university personnel (15.33 percent) and 28 persons were members of the general public (18.67 percent). From the results of the evaluation of the quality of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors, it was found that digital influencers created with artificial intelligence and used through an intelligent platform as university goodwill ambassadors could represent the university, and provide public relations and support for university activities. They could promote relationships between the university and third parties. As a result, communication within the organization became convenient and fast. It was even found to be more modern compared to traditional forms of communication, with statistical significance. Artificial intelligence is effective in improving communication; organizations can provide accurate information immediately and reduce the workloads of personnel. Artificial intelligence can also analyze insights from user conversations. This university can use this information to improve communication to better meet the needs of the target audience.

Keywords—digital influencers, generative artificial intelligence, intelligent platform, university goodwill ambassador

I. INTRODUCTION

In a digital age where news is rapidly spreading and boundless, universities around the world face the challenge of communicating information and its importance to students, individuals, and the public accurately and on time. Promoting a proper understanding of the uniqueness and value of institutions is a challenge amid diverse media and changing data-consumption behaviors. To solve such problems, Artificial Intelligence technology (AI) has thus played a key

role in creating innovation for effective communication. Bozkurt [1] found that generative AI utilized language and had a potential role as a conversational agent within the educational realm. Emulating the most advanced human technology, language, generative AI's success relies on understanding and generating human-like text. Villarreal et al. [2] found that acceptable and responsible use of AI in higher education consisted of academic integrity, continuous monitoring and evaluation, transparency and disclosure, informed consent and opt-out options, data privacy and security, human oversight and intervention, and bias awareness and mitigation. This research focuses on designing and developing digital influencers that can respond to questions and doubts about universities, whether that be regarding curriculum information, doing activities, or living in universities in a sensitive and friendly manner, through an intelligent platform that has been designed to promote learning and participation by students and individuals in general [3]. This research therefore aims to create digital influencers with artificial intelligence to become university ambassadors through an intelligent platform and evaluate the use of such digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university ambassadors.

II. LITERATURE REVIEW

A literature review on the application of Artificial Intelligence (AI) in creating digital influencers was performed. The results of this data analysis, with emphasis on the benefits and challenges that may arise from real applications, are included, along with relevant references to support this research.

Digital influencers: Digital influencers are people who have a reputation for their followings on social media sites such as Instagram, YouTube, TikTok, and Twitter. The influence of digital influencers comes from their ability to attract audiences through their content, opinions, and choices made in their lives. Digital influencers are renowned for creating online content, their expertise in specific areas, their relationships, and their accuracy, which is different from the common celebrity [4]. The topic of digital influencers and generative AI is a very challenging and interesting topic in today's online marketing circles. The digital influencer, or influencer in the online world, plays an important role in inspiring and guiding followers' decision-making, especially in the cities or target groups we want to reach. At the same time, generative AI, or artificial intelligence, can generate content automatically. Generating content might not be the

best thing to do with people's influence, but it might possibly be the best thing to do in terms of information. However, how can AI be used to perfectly influence an audience by creating new, high-quality content, and how can generative content be easily marketed? A digital influencer created with generative AI is someone who can influence other people's thoughts and behaviors on social networks [5].

Influencers often have a lot of followers on social media platforms like YouTube, Instagram, and Facebook [6]. Generative AI is a form of artificial intelligence that can create new formats of information using machine learning and training data, which could possibly include newly generated information in formats such as text, audio, video, or other formats. From the literature on digital influencers created by generative AI, it can be seen that the generative process has been influenced by a wide range of learning disciplines, ranging from computer science to marketing and sociology. Digital influencers: These influencers of the online world are the drivers of a new era in the online world. Digital influencers are comparable to virtual power. These individuals have large followings on various social platforms. They attract people with their charm, reliability, and genuine content, thus establishing themselves as influential individuals who can effectively define target groups' behavior, opinions and purchase decisions. The following are the characteristics of a digital influencer [7]. Reliability: most digital influencers establish good relationships with followers through sincere communication. Target group access: Each digital influencer usually has a clear target group. Brands can choose to attract a target group of followers that matches their products or services. Effective communication: People with digital influence comprehend the sharing of online media content. They attract audiences by sharing interesting content, focusing on target groups or sharing opinions [6].

Generative AI: The generative AI literature review was a comprehensive analysis of existing research and academic documentation in the field [8]. The objective was to provide a comprehensive summary of the current state of knowledge, point out areas in need of improvement, and emphasize the most significant advancements and developments in AI research over the past few years. The potential for industrial and sectoral transformations has sparked significant interest in AI [9]. Researchers have investigated a diverse array of AI-related subjects, such as natural language processing, machine learning, computing, vision, robotics, and much more. The historical development of AI from its inception and significant events in its early phases may be discussed in this literature review. We also delve deeper into a variety of AI techniques, including management systems, expert systems, and neural domains, and their implementations in a variety of disciplines, including financial management and health care. Critical phenomena associated with markets, such as artificial intelligence, may emerge from the outset. In summary, the literature review on AI offers a thorough comprehension of the present state of research [10]. It identifies potential areas for future research and emphasizes the challenges and prospective challenges of AI in a variety of domains. The literature on built-in AI encompasses a diverse array of fields, including computer science, art, and literature. In this literature, the thrilling potential of AI to generate novel works and patterns is frequently discussed, as

is the influence of AI on society. In various kinds of literature, from literature on computer science to literature about architectural intelligence, the following question is frequently asked: What is generative AI? Generative AI, or artificial intelligence, is a type of artificial intelligence technology that automatically creates new content in a variety of formats without human input. Examples of works created by AI include written works such as articles, stories, poems, code, emails, and texts, as well as other works: Images: creating images, drawing, painting, touching up images, changing the image of a person into a cartoon, etc. Sound: making music, writing music, making sound, etc. Video: making videos, and besides making video, putting effects into video, etc. [11] Generative AI's working principles depend on deep learning patterns, analysis of many available data sets, and learning and information relationships [9].

Intelligent platform: An intelligent platform refers to a system or structure that is based on assembling and delivering various capabilities to users or applications built on it, including the sharing of multiple computers to work together in a variety of ways, using automated technology and information in processing, decision-making, and operation to both optimize efficiency and make changes in organizational systems, management, customer service, and other related areas in an era of unprecedented technological advancement [12]. The concept of "intelligent platforms" has become a sign of change in various industries. This innovative framework represents the convergence of modern technologies, including artificial intelligence, data analytics, automation, and connectivity. Intelligent platforms are transforming the way businesses, organizations, and society work by harnessing the power of data-driven insights, automation, and seamless communication. Integration platform as a service (iPaaS): This is a cloud-based platform that integrates and connects various applications, systems, and data sources across an organization, enabling a smooth flow of information, automating work, and facilitating the development of intelligent applications. Intelligent data management platforms: These types of platforms use AI and machine learning (ML) algorithms to efficiently manage and analyze large amounts of data. This helps organizations with integration of data, data cleansing, data governance, and data security, which helps them to gain valuable insights and drive business growth. Intelligent customer experience platforms: Intelligent customer experience platforms leverage AI and ML techniques to improve customer interactions and provide personalized experiences across various channels. They predict customer behaviors and provide real-time recommendations, which ultimately improves customer satisfaction and loyalty [13].

Therefore, it can be concluded that an intelligent platform refers to software or technological infrastructure that incorporates various advanced technologies, such as artificial intelligence. Machine learning uses data analytics and automation to enable smarter decision-making. It serves as the foundation for the development and deployment of intelligent applications and services. Intelligent platforms typically take advantage of large amounts of data, both structured and unstructured, to extract valuable insights and facilitate real-time or predictive analytics. They can work with various systems and devices, allowing for seamless data

exchange and collaboration. These platforms often offer features such as natural language processing, computer vision, recommendation tools, and automation capabilities, allowing users to interact with the system in a more intuitive and efficient way. Applications on intelligent platforms can be found in various industries, including finance, healthcare, retail, and more. They can be used for tasks such as providing a personalized customer experience, fraud detection, predictive maintenance, transportation, supply chain optimization and process automation.

University goodwill ambassador: A university goodwill ambassador is an individual who is chosen to represent the university in its efforts to promote the institution's reputation and positive image on a global and domestic scale. Special abilities, including those in sports, art, and performance, as well as other specific abilities, are manifested [12]. A goodwill ambassador has leadership capabilities. They are capable of collaborating effectively with others and actively participating in university activities for the sake of the university's vision. They engage in a variety of university activities on a consistent basis and are well-known to both students and staff. Representing the university is the primary responsibility of a university goodwill ambassador. By engaging in a variety of activities both within and outside the university, the university's reputation is disseminated both domestically and internationally. Furthermore, they serve as an effective example for their peers in the areas of academics, employment, and civic engagement, as well as in the establishment of positive relationships with external organizations, including those in the private sector [13], international organizations and the government. The qualifications of a university goodwill ambassador include a comprehensive understanding of the university and the discipline of study in which they are pursuing their education. They have the ability to communicate effectively in both Thai and other languages. They demonstrate proficiency in completing their assigned tasks, are accountable, can impress an audience, and possess a positive disposition. Being a university goodwill ambassador will be highly advantageous for individuals as it will enable them to cultivate skills such as communication, collaboration, and problem-solving skills. They establish connections with influential figures in a variety of industries and enhance the university's reputation and honor [14].

Consequently, it is possible to deduce that a goodwill ambassador is a prominent individual, usually a well-known figure, a respected professional, or an influential individual who has been appointed by an international organization. These ambassadors utilize their credibility, influence, and reputation to engage a wide range of audiences, drive positive change and raise awareness in areas such as humanitarian aid. Through their participation and role in international diplomacy, the goodwill ambassador helps their organization to promote sustainable development, education, gender equality, and other issues. Promoting international collaboration and minimizing cultural disparities fosters a more connected and compassionate community [15].

This research was divided into two phases, which were carried out as follows.

Phase 1. Digital influencers were created with artificial intelligence to become university ambassadors through an

intelligent platform. The procedure was as follows: First, the process of using artificial intelligence technology to create digital influencers through an intelligent platform to become university ambassadors was synthesized, and the process of using artificial intelligence technology to create digital influencers to become university ambassadors through an intelligent platform was evaluated by a total of nine experts in generative AI communication and character design. Next, the needs, characteristics, and abilities of the digital influencers created with artificial intelligence to become university ambassadors through an intelligent platform for students and the general public were explored. The process of creating the images of the influencers was performed using the Adobe Firefly application by generating an image from text, resulting in a JPG file.

III. METHODOLOGY

The framework of this research is shown in Fig. 1.

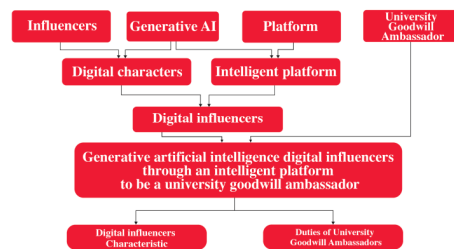


Fig. 1. The research framework of the study titled “use of digital influencers created with generative artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors”

The process of creating the data used to publicize the university's information was performed using applications such as ChatGPT, Gemini, etc., then this information for communication was converted into an audio clip using the Botnoi Voice application, resulting in an MP4 audio file. Then, the JPG file and the MP4 audio file were used to create a video clip with the D-ID application, followed by setting automation and providing answers to basic questions that most digital users would like answered in an audible style, such as dissemination of easy-to-understand words and responses in the ZWIZ.AI chatbot application by digital influencers created with artificial intelligence to become university ambassadors.

Phase 2. This phase involved evaluating the use of digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors. The research model was a cross-sectional study studying the effects of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors with a sample group of 150 students. The sample participated in the research from September 2567 to October 2567. The sample group included undergraduate students, staff of Rajamangala University of Technology Thanyaburi, and members of the general public who met the following inclusion criteria: undergraduate students, staff of Rajamangala University of Technology Thanyaburi, and members of the general public aged 18 years and older who consented to participate in the research. The exclusion

criterion was respondents who provided incomplete responses to the research questionnaire.

Formula:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \sigma^2}{e^2}$$

The following values were substituted into the formula: $Z_{\alpha/2} = 1.96$, $\sigma = 0.3$, $e = 0.05$, resulting in the following calculation: $3.84 * (0.3)^2 / (0.05)^2 = 138.24$ persons

Therefore, a total sample of 150 people were included in this study. Random sampling: This study was conducted using non-random sampling (accidental sampling). Tools used: A quality assessment of the use of digital influencers created with generative artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors was used in this research. It was divided into the following three sections: Section 1: General information about respondents; Section 2: Questions to evaluate the quality of the use of digital influencers created with generative artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors; and Section 3: Questions for evaluating the quality of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors, compared to using a conventional model of communication. Tools testing: Tools were tested to evaluate the accuracy of the questionnaire by a total of five experts. The IOC value was equal to 0.89. The data collection was begun by explaining the following to the research participants: the research structure, the purpose of the research, and how the research would be conducted via the media of digital influencers created with artificial intelligence technology through an intelligent platform. It was also explained that the collected data would be used to evaluate the use of generative artificial intelligence digital influencers through an intelligent platform as university goodwill ambassadors, the data would be collected through a Google Form, and then it would be analyzed to compare the use of digital influencers created with generative artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors with use of a traditional form of communication. In the data analysis, some statistics were used to present general information about the study participants and the use of digital influencers through an intelligent platform as university goodwill ambassadors, namely, percentages, averages, and standard deviations, and the paired t-test was used to compare the use of digital influencers created with generative artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors with use of traditional forms of communication.

IV. RESULTS

- 1) Creating digital influencers with generative artificial intelligence to be used through an intelligent platform as university goodwill ambassadors:
 - a) Disruptive artificial intelligence technology was used to create digital influencers with generative artificial intelligence to be used through an intelligent platform as university goodwill ambassadors. The researchers synthesized the process of using artificial intelligence technology to create digital influencers with generative artificial intelligence to be used through an intelligent

platform as university goodwill ambassadors by searching for data on the SCOPUS database and using the data that came from that search in the process of using artificial intelligence technology to create digital influencers with generative artificial intelligence to be used through an intelligent platform as university goodwill ambassadors, as shown in Fig. 2. The process of applying artificial intelligence technology to create digital influencers with generative artificial intelligence to be used through an intelligent platform as university goodwill ambassadors was as follows: 1) It was decided that digital influencers created with generative artificial intelligence should be used through an intelligent platform as university goodwill ambassadors. 2) Process: The researchers chose the process of using digital influencers created with generative artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors. The process involved using AI technology, creating digital influencers, analyzing target groups and objectives, creating characters, creating communication capabilities, creating content, creating personality, processing the intelligent platform, and publishing, including measurement of participation, editing, and improvement. 3) Output: digital influencers were created with generative artificial intelligence to be used through an intelligent platform as university goodwill ambassadors. They had the following elements: They could imitate human behaviors; they had leadership capabilities and a trustworthy personality; and they could automatically adapt. Data analysis was used to create content and automate communication. 4) Feedback: The system's functional response could be used in the first stage of the process of this research system, which was the synthesis of the design process of creating digital influencers through an intelligent platform to be university goodwill ambassadors.

Explanation of the process of using disruptive artificial intelligence to create digital influencers:

Input: Input data, which consisted of 1) character elements, 2) objective elements, and 3) influential elements, was entered into a prompt before moving on to the process. 'Prompt' refers to instructions or information provided by the user to elicit a suggestion or prediction in an AI response.

Process: The researchers chose generative artificial intelligence technology to create digital influencers with the following components.

Analyze target group and assess objectives: Data collection, analysis, and processing for marketing or business can be difficult. The process is laborious. Tableau and Power BI can be used to analyze age, sex, education, occupation, income, and housing. Sprout Social, Adobe Analytics, Google Analytics, and Hootsuite can be used to analyze social media history, interests, and purchases. They can also be used to analyze social media posts, videos, comments, and articles.

Create AI-generated characters and material. Acceleration of digital character and content creation makes characters and their substance believable. Character faces can be modeled from photos and drawings. Unique effects include tongue or gaze tracking. The online Art Breeder app

can be used to model character faces from photos or paintings. Special effects like a chapter-writing AI model are possible. Even code can be used to create unique character traits from photos or sketches. It can also be used to produce unique effects like a complex-writing AI model. Using AI for chapters, books, and code may limit artists' creativity.

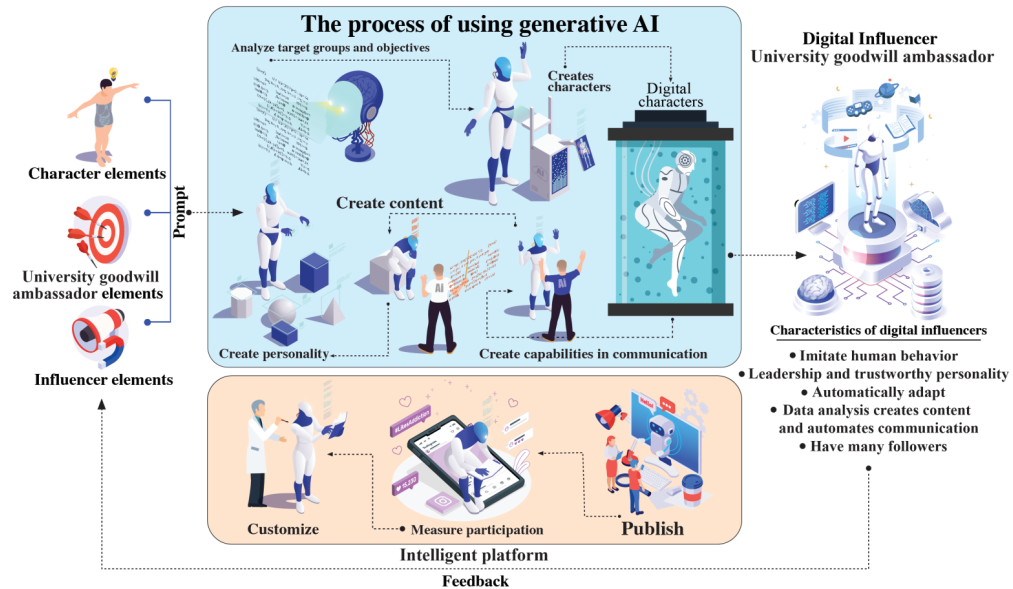


Fig. 2. Process of creating digital influencers to be used through an intelligent platform as university goodwill ambassadors.

Use AI to create behavior. Using creative AI for character and bot behavior is challenging and interesting. Many tools and platforms can be used for this process. Unity ML-Agents Toolkit can be used to create bots and characters. It teaches behaviors through reinforcement. Google TensorFlow can be used to build and practice complex behaviors using machine learning and deep learning. IBM Watson uses natural language processing and learning to respond to humans. Microsoft Azure AI adaptive tools can be used to change behavior.

Use AI to create a personality. Many fields can be combined to create personalities, such as AI character creation combining psychology, art, and AI. Realistic, interactive personalities are its goal. AI can be used to customize personalities and analyze and learn from big data. To understand personality traits and create customized personalities, artificial intelligence can be used to analyze human behavior and communication data from various sources. Artificial intelligence can be used to adapt personality and technology to different situations.

Use AI to publish content. Many platforms and tools are used in creative content publishing to create and distribute content. Hootsuite, Buffer, and Sprout Social are used to schedule social media posts. Some platforms optimize post-time analysis for engagement using AI. HubSpot or Mailchimp are used for email content creation and distribution. Some AI plugins optimize email delivery and customize WordPress content. The tools enable efficient and targeted AI content publication.

Measure AI-based participation. If AI involvement can be

measured in some way, then use of data analysis tools and user engagement platforms can be optimized. One example is Google Analytics: Google Analytics monitors user engagement on each website. With Google Analytics there is an analysis of the website's referral link sources, when a visit to a page can be measured as average individual stay length and follow-up page position on page views from search traffic as well as other such data. For example, Sprout Social, Buffer, and Hootsuite all monitor clicks, shares, and comments. HubSpot uses inbound marketing data to evaluate campaign performance. Kissmetrics enhances website engagement and behavior analysis. Content analysis can be performed through deep engagement analysis. Standard meetings can be combined with content analysis discussions as well as AI.

Customize digital influencers with AI. The AI checks these influencers are alive. Statistical and optimization tools, for example, Hootsuite, Sprout Social, and Google Analytics, are used for this role by tracking and analyzing the behavior of followers, and understanding followers' behavior and interests. AI chatbots like Google, IBM Watson Assistant, and Microsoft Bot Framework allow for automatic communication to be turned naturally into a conversation. With these machines, digital intermediaries can be converted and shaped, causing the sandbox size to decrease by reducing targeted audience numbers while also improving communication and tracking ability.

Output: The result is digital influencers with the following characteristics.

Engage in humanlike behavior. Artificial intelligence can engage in conversation to obtain an understanding of the new

opportunities regarding what can be seen, not only with the eyes but also in terms of perceiving human attitude, so it can completely understand behaviors and other possibilities. It is very exciting to see that happen today. Its ability to learn, solve problems, make decisions, think, analyze, and understand logic is what makes it intelligent. AI can then drive rows, understand inputs, and display outputs as the foundation for all customer service chatbots and other human-interaction AI that come into being.

Access target groups and automatically adjust content. AI can tailor communication and content with automation and access target groups according to a product or service's audience. This skill is essential for audience targeting. AI can analyze social media, populations, and consumer data. When business customers are found, AI makes the communication format and content around a product suitable for individual audiences. AI can be used to write complex, original content.

Create personalities which convey leadership and trustworthiness. AI can convey a sense of leadership and trustworthiness through personalities that are trustworthy, confident, and able to lead and decide. These personality traits are vital for an AI that leads or decides. Such AI must inspire, persuade, solve problems, and make good decisions. People must believe in the AI before they will follow its orders.

Use data analysis and create content automatically to communicate with followers. AI can analyze users' interests, demands, and attitudes and generate automated content for its followers. With this knowledge and ability, it can entertain the target audience group without offense or flattery, which better group interaction must have. It allows AI to save time and save on costs or reach audiences that are more eager and receptive.

Gain a lot of followers. Digital influencers are virtual characters that are created and operated using digital technology or artificial intelligence on social media platforms like Instagram, YouTube, TikTok, and Twitter. Many digital influencers serve as spokespersons for brands by way of becoming brand ambassadors or joining advertising campaigns. Personality and specificity: The different personalities, styles, and interests of each character lead to their unique charm and effect.

Feedback: This refers to information or opinions sent by a recipient or user about products, services, or work processes. This is done to provide information which can be used for making improvements or corrections, and to bring things that need to be fixed back into the process to improve the creation of digital influencers to meet the goals set.

b) Evaluation results on the processes of using digital influencers through an intelligent platform as university goodwill ambassadors were obtained.

The researchers asked a total of nine generative AI experts in communication and character design to evaluate the processes of using digital influencers through an intelligent platform as university goodwill ambassadors, as shown in Table 1.

c) The researcher surveyed results of characteristics and abilities of digital influencers created with artificial intelligence to become university goodwill ambassadors through an intelligent platform from Undergraduate student ($n = 20$, 66.67 percent), Other

type of student ($n = 5$, 16.67 percent) and general public ($n = 5$, 16.67 percent) with general information of survey participants as shown in Table 2 and survey results shown in Table 3.

Table 1. Digital influencer design process evaluation performed by generative artificial intelligence experts

Factor	Mean \pm SD
1) Input	3.89 \pm 0.60
2) Generative artificial intelligence	4.33 \pm 0.71
3) Output	3.89 \pm 0.33
4) Feedback	4.00 \pm 0.50
Total	4.03 \pm 0.54

Table 2. General information of students and other individuals ($N=30$)

General information	Number of people (percentage)
Undergraduate student	20 (66.67)
Status	
Other type of student	5 (16.67)
General public	5 (16.67)
Sex	
Female	14 (46.67)
Male	16 (53.33)
Age	
15-25 years	25 (83.33)
25-30 years	0
30-35 years old	3 (10.00)
35-40 years	2 (6.67)
40 years and older	0

Table 3. Survey results of characteristics and abilities of digital influencers created with artificial intelligence to become university goodwill ambassadors through an intelligent platform ($n = 30$)

Responses made by students and the general public	Number of people (percentage)
Desired Characteristics of Digital Influencers Created with AI to Become University Goodwill Ambassadors	
Sex	
Female	20 (66.67)
Male	10 (33.33)
Age	
15-25 years	22 (73.33)
25-30 years	8 (26.67)
30-35 years old	0
35-40 years	0
40 years and older	0
Face shape	
Sphere	9 (30.00)
Square	0
Oval	21 (70.00)
Haircut	
Short hair	22 (73.33)
Long hair	8 (26.67)
Hair color	
Black	4 (13.33)
Blonde	26 (86.67)
Skin color	
White	30 (100.00)
Black	0
Dress code	
Dress according to university regulations	9 (30.00)
Dress modestly	21 (70.00)
Influencer style	
Human-like appearance	30 (100.00)
Cartoon character	0
Abilities of Influencers Required to Become University Goodwill Ambassadors	
Communication skills	
Speak clearly and be perspicuous	30 (100.00)
Use proper body language	12 (40.00)
Convey content well	26 (86.67)
Have a sense of humor	8 (26.67)
Be entertaining	9 (30.00)
Present unique and novel content	22 (73.33)
Use multilingual communication	
Duties of the University Goodwill Ambassador	
Represent the university	30 (100.00)

Responses made by students and the general public	Number of people (percentage)
Use public relations	30 (100.00)
Support university activities	4 (13.33)
Promote the relationship between the university and the community	5 (16.67)
Promote international cooperation	4 (13.33)

What communication channels would you like to use to engage with AI-generated digital influencers who serve as university goodwill ambassadors through an intelligent platform	
Communication channels	
University website	30 (100.00)
Facebook	30 (100.00)
Instagram	27 (90.00)
Twitter	4 (13.33)
TikTok	26 (86.67)

- d) The results of creating digital influencers with artificial intelligence to become university ambassadors through an intelligent platform are as follows in Fig. 3.



Fig. 3. Digital influencers created with artificial intelligence to become university goodwill ambassadors through an intelligent platform (A: Teddy, and B: Alisa).

- Alisa is a digital influencer with artificial intelligence created to be a female university goodwill ambassador. She was created using the Adobe Firefly application with the following prompt: 8K, RAW photo, best quality, masterpiece, high resolution, hyper-realistic, real, detailed face, short hair, very detailed, detailed skin, photo, Thai woman 20-22 years old, photo, half Thai and half Japanese, dynamic pose, sexy dress, big breasts, big thighs, side angles, looking at the audience, dream pop, cute, and bright.
- Teddy, an AI-generated digital influencer, serves as a male university goodwill ambassador. He was built using the Adobe Firefly application with the following prompt: A highly detailed, realistic 3D caricature of a 20-year-old Indonesian man with a tall and slender build. He has an oval face shape, sharp facial features, and an intense yet calm expression. His dark, stylishly tousled hair contrasts with his warm skin tone. His futuristic outfit includes a high-tech, sporty jacket with geometric patterns and glowing accents. The background is a blend of warm, golden lights and soft shadows, creating an atmosphere of modernity and subtle elegance.

Information was disseminated through the Facebook platform and the university's website, as shown in Fig. 4.

- 2) The results of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university ambassadors are as follows.

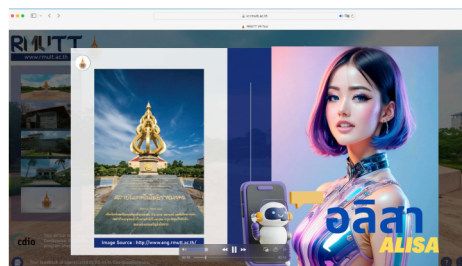


Fig. 4. Information dissemination through the Facebook platform and the university's website.

Of the 150 participants, most were female ($n = 87$, 58 percent) aged 15-25 years old ($n = 106$, 70.67 percent) and students ($n = 99$, 66 percent), while 23 persons were university personnel (15.33 percent) and 28 individuals were members of the general public (18.67 percent), as shown in Table 4.

Table 4. General data ($N=150$)

General Information	Number of people (percentage)
Sex	
Female	87 (58.00)
Male	63 (42.00)
Age	
15-25 years	106 (70.67)
25-30 years	44 (29.33)
Status	
Student	99 (66.00)
University personnel	23 (15.33)
General public	28 (18.67)
Faculty	
Faculty of Engineering	8 (5.33)
Faculty of Business Administration	7 (4.67)
Faculty of Agricultural Technology	5 (3.33)
Faculty of Fine Arts	5 (3.33)
Faculty of Agricultural Technology	3 (2.00)
Faculty of Industrial Education	6 (4.00)
Faculty of Architecture	5 (3.33)
Faculty of Science and Technology	3 (2.00)
Faculty of Mass Communication Technology	43 (28.67)
Faculty of Arts	5 (3.33)
Faculty of Integrative Medicine	4 (2.67)
Faculty of Nursing	5 (3.33)
Information channel	
Website	82 (54.67)
Facebook	137 (91.33)
TikTok	17 (11.33)
Instagram	12 (8.00)

From the results of the evaluation of the quality of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university ambassadors, it was found that the perception of the personality of the influencer was not the same as the perception of the appearance of the influencer. In terms of appearance, the good skin and eye-catching countenance shape, and the dressing style was perceived to be of the highest quality. The average quality values were 4.68 ± 0.52 and 4.56 ± 0.67 , respectively, as shown in Table 5.

Regarding ease of understanding, conveying content well, and language proficiency, the average quality values were 4.53 ± 0.56 , 4.56 ± 0.65 , and 4.57 ± 0.66 , respectively. In terms of building relationships, it was found that the digital influencer could encourage followers to have a good

relationship with the university and encourage followers to participate in the various activities of the university with the highest quality. The average quality values of these aspects were 4.59 ± 0.56 and 4.51 ± 0.71 , respectively. In terms of evaluating the intelligent platform, it was found that the quality values of data processing and the average speed of information interaction were 4.55 ± 0.51 and 4.66 ± 0.57 , respectively, and in terms of the evaluation of the duties of the university goodwill ambassador, the results showed that the university's information dissemination could provide information on management, information for students and staff, and information on university activities with the highest quality. The average quality values of these aspects were 4.53 ± 0.50 , 4.56 ± 0.50 , and 4.57 ± 0.51 , respectively. In terms of the communication ability of the digital influencers, the evaluation results showed that they had the ability to communicate within the university, the ability to communicate outside the university, and the ability to represent the university with the highest quality. The average values of these aspects were 4.54 ± 0.55 , 4.57 ± 0.57 , and 4.59 ± 0.60 , respectively, as shown in Table 5.

Table 5. Results of evaluating the quality of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university ambassadors

Assessment Criteria	Mean ± SD	Quality level
Influencer Assessment		
Personality		
Good skin and eye-catching countenance shape	4.68 ± 0.52	The highest quality
Style of dress	4.56 ± 0.67	The highest quality
Friendly smile, gestures and body language	4.17 ± 0.86	Very high quality
Leadership	4.14 ± 0.91	Very high quality
Communication skills		
Speaks clearly and is perspicuous	4.53 ± 0.56	The highest quality
Uses proper body language	4.11 ± 0.92	Very high quality
Conveys content well	4.56 ± 0.65	The highest quality
Creates fun and informative content	4.07 ± 0.96	Very high quality
Creativity	4.31 ± 0.77	Very high quality

Assessment Criteria	Mean ± SD	Quality level
Language proficiency	4.57 ± 0.66	The highest quality
Relationship building		
Encourages followers to have a good relationship with the university	4.59 ± 0.56	The highest quality
Encourages followers to participate in various university activities	4.51 ± 0.71	The highest quality
Encourages followers to participate in commenting	4.17 ± 0.85	Very high quality
Intelligent platform		
Data connection	4.22 ± 0.83	Very high quality
Data processing	4.55 ± 0.51	The highest quality
Speed of data interaction	4.66 ± 0.57	The highest quality
Evaluation of the duties of a university goodwill ambassador		
University information publicity		
Provision of management information	4.53 ± 0.50	The highest quality
Providing information for students and staff	4.56 ± 0.50	The highest quality
Providing information about activities on campus.	4.57 ± 0.51	The highest quality
Providing international public relations information	4.17 ± 0.71	Very high quality
Communication skills of influencers		
Able to communicate within the university	4.54 ± 0.55	The highest quality
Able to communicate outside the university	4.57 ± 0.57	The highest quality
Able to represent the university	4.59 ± 0.60	The highest quality

From the results of the evaluation of the appropriateness of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors, it was found that public dissemination of information by digital influencers had a statistically higher average score than such dissemination through the usual university communication methods, except for communication outside the university (with the community, and external organizations), as shown in Table 6.

Table 6. Evaluation of the appropriateness of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors compared to the use of traditional university communication methods

Assessment criteria	University communication: Regular format		Using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors		t	Sig. (2-tailed)	Mean difference
	Mean	SD	Mean	SD			
University Information Publicity							
Management information (provide information on welfare, and performance evaluation)	3.63	0.61	4.61	0.54	-20.52	0.00	-0.98
Information for students and staff (provide information on courses, academic calendar, and scholarships)	3.51	0.62	4.4	0.59	-17.65	0.00	-0.98
Information about campus activities (provide information on university activities, and academic services)	3.57	0.64	4.47	0.58	-14.73	0.00	-0.91
International information (provide information on course information, academic calendar, scholarships, and English section)	3.52	0.68	3.75	0.84	-3.69	0.0003	-0.24
University communication							

Communication within the university (with staff and students)	3.75	0.84	4.48	0.62	-11.60	0.00	-0.73
Communication outside the university (with the community, and external organizations)	3.95	0.70	4.03	0.81	-1.27	0.205	-0.073
Access to data							
Speed of access to information	4.02	0.81	4.70	0.49	-9.73	0.00	-0.67
Ease of access to information	4.07	0.91	4.64	0.49	-8.32	0.00	-0.58

V. DISCUSSIONS

According to the results, the process of using artificial intelligence technology to create digital influencers for use through an intelligent platform consists of four main processes: 1) data import, 2) digital influencer creation process using artificial intelligence technology, 3) analyzing results, and 4) work response. The researcher has summarized the relationship between the digital influencer process and the generative AI component as shown in Fig. 5. In this research, digital influencers created using artificial intelligence technology were used through an intelligent platform to communicate with students, university personnel and external parties. The two influencers, Alice and Teddy, were created using the Adobe Firefly application, ChatGPT, Gemini, the Botnoi Voice application, D-ID, and the ZWIZ.AI chatbot application. This creation of digital

influencers was in line with the study of Wheeler [16]. It has been found that ChatGPT can be used as a tool to help with communication [17–19], but the information should be filtered accurately and ethically before using the information for further communication [20]. The researcher used a process to screen the accuracy of the information before disseminating it to the public. The use of artificial intelligence to create digital influencers who can be university goodwill ambassadors depends on the accuracy and transparency of the data used in artificial intelligence training. Furthermore, the success of the use of artificial intelligence in such a context depends on access to up-to-date and accurate information from universities, whether that be information about teaching and learning, research, or interesting facilities. Digital influencers must have a deep understanding of the university. Therefore, transparent disclosure of information is important. Data should be properly managed and screened to reduce misunderstandings or inaccurate information.

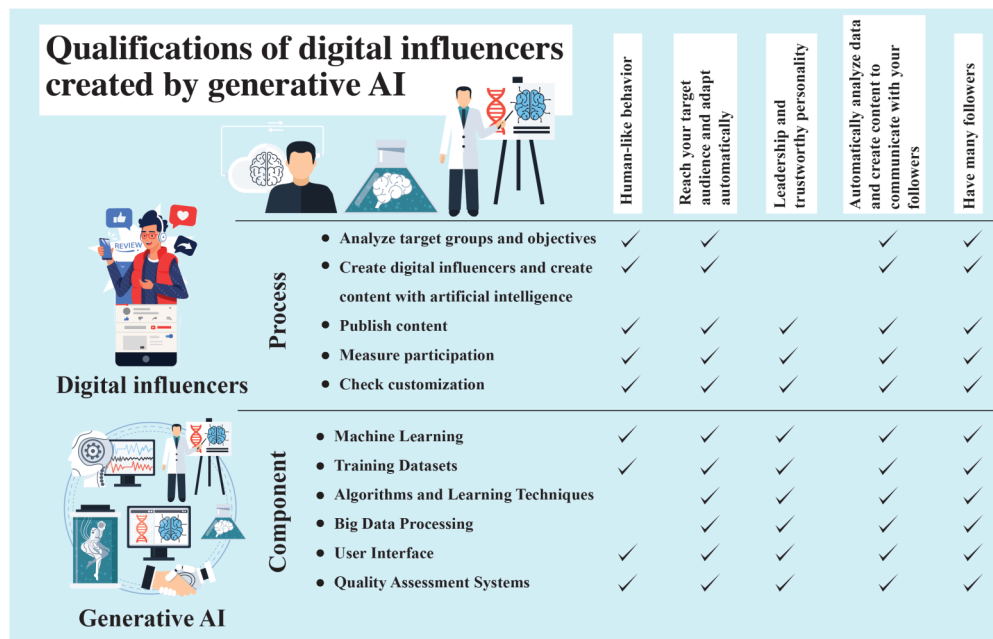


Fig. 5. Qualifications of digital influencers created with generative artificial intelligence.

From the results of the evaluation of the quality of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors, it was found that most of the 150 participants were female ($n = 87$, 58 percent), aged 15–25 years old ($n = 106$, 70.67 percent) and students ($n = 99$, 66 percent). The results of the quality

assessment of the influencers showed that the leadership aspect had the lowest average score: 4.14 ± 0.91 , followed by the aspect regarding the influencer's encouragement to participate in commenting (4.17 ± 0.85). This aligns with the research of Toyib and Paramita [21], who found that six key attributes (i.e., anthropology, attractiveness, luminosity,

quality, modernity, and phobia of love) had a significant impact on consumer acceptance of AI influencers. In addition, the research of Sands *et al.* [22] found that the use of warm colors created a better response among consumers. However, the brightness significantly reduces the relationship between warm colors and good consumer feedback.

The results of the evaluation of the quality of the intelligent platform showed that data connection had the lowest average score: 4.22 ± 0.83 . From the results of the quality assessment of the duties of a university goodwill ambassador, it was found that providing international public relations information had the lowest average score: 4.17 ± 0.71 . Additionally, from the results of the evaluation of the appropriateness of using digital influencers created with artificial intelligence through an intelligent platform as university goodwill ambassadors, it was found that using digital influencers to disseminate university information publicly had a statistically higher average score than the usual method of communication of university organizations, except for communication outside the university (with the community, and external organizations). It shows that the use of technology can help make the university's communication more effective. Digital influencers must have communication skills that are consistent with the image of the university. Developing and customizing digital ambassadors requires professional communication practice so that digital influencers can interact appropriately with a wide range of users, whether that be new students, alumni, or outsiders. The ability to make conversations natural is important. In addition, access to university information through digital influencers must be easy for users. Important information should be provided in a format that can be accessed by users with a wide range of needs, such as international students who need information about applying to the university. Having a digital agent who can answer questions in different languages or can quickly direct users to other resources optimizes access to information and responds to user needs.

However, there are both pros and cons of using digital influencers, which are as follows: The advantages of digital influencers built with AI: Control: AI-created digital influencers have 100% control over their personality. This ensures that it is consistent with the organization's strategy and image. There is no risk of the inappropriate or unexpected behavior that often occurs with traditional communication. Always-on: AI can work 24 hours a day without resting or stopping work. This makes it possible to answer questions and interact with followers at any time. Rapid adaptability: digital influencers built with AI can modify their personalities. Gestures or text can be instantly commanded or even adjusted based on insights gained from data analysis. This makes communication flexible, and digital influencers are quick to respond to events that occur or trends. Disadvantages of digital influencers built with AI: Lack of spontaneity and sincerity: Some followers may feel that digital influencers are created without these characteristics. AI tends to lack sincerity or is unable to create in-depth relationships like traditional human influencers. Lack of variety in interactions: While AI is learning and adapting, interactions can sometimes lack variety and complex emotions, which are things that humans can convey. Follower perception risk: Followers may perceive that they are communicating with AI,

which can make followers feel that the interaction is lacking in privacy, or feel that the conversation is being handled by automation, which can result in a decrease in trust and engagement.

The limitation of this research is that digital influencers created with AI cannot imitate humans with 100 percent accuracy. However, in the future, it will be even more convenient to create a university representative from an application alone because today's technology is developing rapidly, making the capabilities of AI even greater.

VI. CONCLUSION

In this research, digital influencers were developed with artificial intelligence and used through an intelligent platform as university goodwill ambassadors. Their purpose was to represent the university, and provide public relations and support for university activities. They can be used to promote the relationship between the university and third parties. As a result, communication inside and outside the university becomes convenient and fast. This method is even more modern compared to the usual form of communication. Furthermore, digital influencers created with artificial intelligence have the potential to foster deeper understanding and effective communication in cross-cultural work or international cooperation.

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest

AUTHOR CONTRIBUTIONS

Mr. Vipusit Piankarnka is responsible for research, design and data collection, data improvement, original drafting, and editing. Professor. Dr. Prachyanun Nilsook provided advice on the design of research instruments. Professor Dr. Panita Wannapiroon provides advice on research methods, ensuring their improvement and equal support for all this research. All authors had approved the final version.

ACKNOWLEDGMENTS

The author would like to thank the professors from the Division of Information and Communication Technology for Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Thailand, and Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani, Thailand, for their support in this work.

REFERENCES

- [1] A. Bozkurt, "Generative AI and the next big thing," *Asian Journal of Distance Education*, vol. 18, no. 1, 2023.
- [2] Villarreal, "Challenges and opportunities of generative ai for higher education as explained by ChatGPT," *Educ Sci (Basel)*, vol. 13, no. 9, pp. 1–18, 2023. <https://doi.org/10.3390/educsci13090856>
- [3] C. Guerreiro, M. Viegas, and M. Guerreiro, "Social networks and digital influencers: their role in customer decision journey in tourism," *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, vol. 7, no. 3, pp. 240–260, 2017.
- [4] A. Ariestya, P. Koudelkova, N. Stephani, M. A. G. Elmada, and B. Dube, "Slow fashion communication on social media: Educating consumers through rational content in Indonesia and Malaysia," *Plaridel*, vol. 21, no. 1, pp. 267–288, 2024. <https://doi.org/10.52518/2024-02arstya>.
- [5] B. Solis and A. Webber, "The rise of digital influence," *Group*, pp. 1–33, 2012.

- [6] J. Wielki, "Analysis of the role of digital influencers and their impact on the functioning of the contemporary on-line promotional system and its sustainable development," *Sustainability (Switzerland)*, vol. 12, no. 17, 2020. <https://doi.org/10.3390/su12177138>.
- [7] R. C. Wibawa, P. Pratiwi, and H. Larasati, "The role of nano influencers through instagram as an effective digital marketing strategy," in *Proc. the Conference Towards ASEAN Chairmanship 2023 (T-A-C 23 2021)*, vol. 198, pp. 233–238, 2021.
- [8] P. Das and L. R. Varshney, "Explaining artificial intelligence generation and creativity: Human interpretability for novel ideas and artifacts," *IEEE Signal Processing Magazine*, vol. 39, no. 4, pp. 85–95, 2022. <https://doi.org/10.1109/MSP.2022.3141365>
- [9] Y. Wang and B. Y. Lim, *RePrompt: Automatic Prompt Editing to Refine AI-Generative Art Towards Precise Expressions*.
- [10] K. Kenthapadi, *Generative AI Meets Responsible AI: Practical Challenges and Opportunities*, pp. 5805–5806, 2023. <https://doi.org/10.1145/3580305.3599557>
- [11] V. Piankarnka, K. Lertbumroongchai, and P. Piriyastrawong, "A digital painting learning model using mixed-reality technology to develop practical skills in character design for animation," *Advances in Human-Computer Interaction*, 2023. <https://doi.org/10.1155/2023/5230762>.
- [12] K. Eambunnapong, *Intelligent Digital Storytelling Platform*, pp. 267–272, 2022.
- [13] Y. Miao, "Construction of computer big data security technology platform based on artificial intelligence," in *Proc. 2nd IEEE International Conference on Advanced Technologies in Intelligent Control, Environment, Computing and Communication Engineering*, pp. 7–10. <https://doi.org/10.1109/ICATIECE56365.2022.10046707>
- [14] M. S. Hussain, *Assessing the Efficacy of SAARC in Fostering Socio-Economic Integration Across South Asian Nations*. 2024, pp. 66–79.
- [15] A. Azzuhra and H. Adlina, "The effects of brand ambassador, social media marketing, and advertising campaign of something product on purchase intention," *Journal of Humanities Social Sciences and Business (Jhssb)*, vol. 3, no. 1, pp. 231–244, 2023. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v3i1.872>
- [16] M. Wheeler, "Celebrity diplomacy: United Nation's goodwill ambassadors," *Celebrity Studies*, vol. 2, no. 1, pp. 6–18, 2011.
- [17] M. A. Alafnan, S. Dishari, M. Jovic, and K. Lomidze, "ChatGPT as an educational tool: opportunities, challenges, and recommendations for communication, business writing, and composition courses," *Journal of Artificial Intelligence and Technology*, vol. 3, no. 2, pp. 60–68, 2023. <https://doi.org/10.37965/jait.2023.0184>
- [18] K. Al Mazroui and M. Alzyoudi, "The role of ChatGPT in mitigating loneliness among older adults: An exploratory study," *Online Journal of Communication and Media Technologies*, vol. 14, no. 4, 2024. <https://doi.org/10.30935/ojcm/14777>
- [19] M. Turmuzi, I. G. P. Suharta, I. W. P. Astawa, and I. N. Suparta, "Perceptions of primary school teacher education students to the use of ChatGPT to support learning in the digital era," *International Journal of Information and Education Technology*, vol. 14, no. 5, pp. 721–732, 2024. <https://doi.org/10.18178/ijiet.2024.14.5.2097>
- [20] J. Jtik, J. Teknologi, S. N. Rohmah, and R. Haquq, *The Role of Artificial Intelligence (Chat GPT) in the Development of Technology and Communication*, vol. 8, no. 4, 2024.
- [21] J. S. Toyib and W. Paramita, "An authentic human-like figure: The success keys of AI fashion influencer," *Cogent Business and Management*, vol. 11, no. 1, 2024. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2380019>
- [22] S. Sands, C. L. Campbell, K. Plangger, and C. Ferraro, "Unreal influence: Leveraging AI in influencer marketing," *European Journal of Marketing*, vol. 56, no. 6, pp. 1721–1747, 2022.

Copyright © 2025 by the authors. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited ([CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)).



ภาคผนวก ง

เอกสารแสดงการขอจริยธรรมงานวิจัยในมนุษย์

AF 11-04



COA No. 52

RMUTT_REC No. Exp 52/67

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110 โทร. 0-2549-4640

เอกสารรับรองการพิจารณาแบบเร็ว

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ชื่อโครงการวิจัย: ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรี มหาวิทยาลัย

รหัสโครงการวิจัย: Exp 52/67

ผู้วิจัยหลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิภูษิต เพียรการค้า

สังกัดหน่วยงาน: คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

วิธีทบทวน: แบบเร็ว (Expedited)

รายงานความก้าวหน้า: ส่งรายงานความก้าวหน้าสิ้นสุดการวิจัย หรือไม่เกิน 1 ปี

- เอกสารรับรอง: 1. โครงการวิจัย เวอร์ชัน 2 ฉบับลงวันที่ 30 มิถุนายน 2567
2. เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัย เวอร์ชัน 2 ฉบับลงวันที่ 30 มิถุนายน 2567
3. เอกสารแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย เวอร์ชัน 2 ฉบับลงวันที่ 30 มิถุนายน 2567
4. แบบสอบถาม เวอร์ชัน 2 ฉบับลงวันที่ 30 มิถุนายน 2567
5. ประวัติผู้วิจัยและใบประกาศผ่านการอบรม

ลงนาม

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย ผิวสอาด)

ประธานกรรมการ

วันที่รับรอง: 30 มิ.ย. 2567

วันหมดอายุ: 29 มิ.ย. 2568



ภาคผนวก จ
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	วิภูษิต เพียรการค้า
ชื่อคุณิพนธ์	ผู้ทรงอิทธิพลดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ เพื่อเป็นทูตสันถวไมตรีมหาวิทยาลัย
สาขาวิชา	สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา
ประวัติ	สถานที่ทำงาน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โทรศัพท์ : 089 688 8862 อีเมล : vipusit_p@rmutt.ac.th, vip2909vip@gmail.com

