วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 (เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2567) หน้า 60-72
Journal of Education Khon Kaen University, Volume 47 No. 4 (October – December 2024) Page 60-72
บทความวิจัย (Research Article)

วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
https://www.tci-thaijo.org/index.php/edkkuj
ดำเนินการวารสารโดย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

Creating an Infographic Based on Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) Personality Analysis to Understand Undergraduate Student's Personality Types

หฤชัย ยิ่งประทานพร
Haruchai Yingpratanporn

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
Educational Communications and Technology, Department of Educational Communications and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

Received: April 24, 2023 Revised: December 5, 2024 Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี 2) เพื่อประเมินคุณภาพสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 40 คน ได้มาโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย และยินดีตอบแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบไปด้วย 1) สื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อของสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ผลการศึกษาพบว่า การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.50, S.D. = 0.59) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี

*Corresponding author. Tel.: -
Email address: haruchai1976@gmail.com

มาก ($\overline{X}$ = 4.63, S.D. = 0.49) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.87, S.D. = 0.34)

คำสำคัญ: การเข้าใจบุคลิกภาพของตนเอง บุคลิกภาพ 16 แบบ อินโฟกราฟิก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)

Abstract

The objects of this project were to 1) create an Infographic about Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) for understanding undergraduate student's personality types 2) evaluate the quality of Infographic about Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) for understanding undergraduate student's personality types 3) evaluate the sample group's satisfaction on Creating an Infographic about Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) for understanding undergraduate student's personality types. The sample group was first year student 1st semester of the academic year 2022 and study in the department of Education Communication and Technology, Faculty of Industrial Education and Technology King Mongkut's University of Technology Thonburi. 40 people were selected by simple random sampling and pleased to answer the questionnaire. The tools were used 1) Infographic about Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) for understanding undergraduate student's personality types 2) Infographic about Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) of quality assessment including the content quality assessment from and the media quality assessment form 3) The Satisfaction Assessment Form. The results were found that quality of content was at a very good level ($\overline{X}$ = 4.50, S.D. = 0.59), quality of media was at a very good level ($\overline{X}$ = 4.63, S.D. = 0.49) and sample group's satisfaction was at the highest level ($\overline{X}$ = 4.87, S.D. = 0.34)

Keywords: Understanding Personality Type, 16 Personalities, Infographic, Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)

■ บทนำ

ในปัจจุบันประเทศไทยมีเด็กจำนวนไม่น้อยที่รู้ตนเองว่าไม่มีความฝัน ไม่รู้ว่าอยากทำอะไร และอยากเป็นอะไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กที่อยู่ในช่วงวัยที่ต้องเลือกแผนการเรียน เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะเข้าเรียน หรือเริ่มศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งมีแนวโน้มที่เด็กจะเลือกแผนการเรียนตามเพื่อน เลือกตามกระแสสังคม หรือเลือกตามที่พ่อแม่อยากให้เรียน ทั้งที่ตัวเด็กเองไม่รู้ด้วยซ้ำว่าอยากเรียนหรือไม่ เรียนจบไปทำงานอะไร หลายคนเปลี่ยนงานบ่อย หลายคนฝืนทำไป ทั้งที่ไม่มีความสุข กว่าจะหาจุดลงตัวเจอก็ใช้เวลาอยู่หลายปี (กมลวรรณ วิชัยรัตน์, 2564) สิ่งสำคัญที่หลายคนลืมและกว่าจะรู้ตัวอีกทีก็สายไปแล้ว คือ การรู้จักตัวตนของตนเอง เพราะการทำความรู้จักตนเองจะสามารถตั้งเป้าหมายให้ถูกทางและวางแผนชีวิตได้อย่างไม่ผิดพลาด เพราะยิ่งค้นพบตนเองได้ไว ชีวิตก็จะก้าวเข้าสู่ความสำเร็จได้เร็วขึ้นเท่านั้น (ฉัตรชัย ตวงรัตนพันธ์, 2564)

การรู้จักตนเองเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการรู้จักตนเองจะนำไปสู่การมีเป้าหมายที่ชัดเจนในชีวิต รู้ว่าตนเองมีความถนัด ความชอบ และความสามารถในด้านใด รู้วิธีเฉพาะตัวที่ถนัดในการเรียนรู้ของตนเองว่าทำอย่างไรให้มีประสิทธิภาพ หรือรู้จุดอ่อนของตนเองทำให้สามารถหาทางแก้ไขได้อย่างทันท่วงที หรือรู้ว่าจะจัดการอารมณ์ตนเองขณะนั้นได้อย่างไร การรู้จักตนเองจึงเป็นทักษะสำคัญที่ต้องเรียนรู้ ฝึกฝน ผ่านประสบการณ์ เพื่อนำไปสู่การรู้จักตนเองในการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขและประสบความสำเร็จ (กรมสุขภาพจิต, 2562) วิธีการหนึ่งที่ช่วยบ่งชี้ลักษณะบุคลิกภาพ จุดแข็ง รวมทั้งกระบวนการทางด้านจิตใจ (Mental process) ที่แต่ละคนถนัด คือ การทดสอบบุคลิกภาพด้วยแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16 Personalities (Myers-Briggs Type Indicator: MBTI) โดย Carl Jung นักจิตแพทย์ ชาวสวิสเซอร์แลนด์ กล่าวว่า พฤติกรรมไม่ได้เป็นลักษณะเฉพาะของคนใดคนหนึ่ง แต่หลาย ๆ คน มีแบบ (Patterns) พฤติกรรมที่เหมือนหรือคล้าย ๆ กันได้ โดยเป็นพฤติกรรมที่เป็นระบบ

ระเบียบ (Orderly) ที่มีความถาวรคงเส้นคงวา แบบพฤติกรรมที่ทำให้คนแตกต่างกัน คือ แบบที่คนมักแสดงออกบ่อย ๆ (Preferences) ซึ่งสะท้อนเจตคติของบุคคลที่มีต่อโลก ทั้งนี้ Carl Jung ได้ใช้ตัวอักษร (ตัวแปร) ทั้ง 8 ตัว คือ E I P S T F N J มาจัดเป็นชุด ชุดละ 4 ตัวอักษร ทำให้เกิดเป็นลักษณะบุคลิกภาพทั้งหมด 16 แบบ ซึ่งแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16 Personalities ถูกคิดค้นและพัฒนาขึ้นโดย Isabel Briggs Myers และ Katharine C. Briggs และมีการต่อยอดมาจากทฤษฎีของ Carl Jung ซึ่งในปัจจุบันแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16 Personalities ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะประเมินบุคลิกภาพแล้ว ยังสามารถช่วยค้นหาอาชีพที่เหมาะสมกับตนเองได้อีกด้วย (Taey Ch, 2560)

สื่ออินโฟกราฟิกถือเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลมากที่สุดอย่างหนึ่งในการสื่อสารข้อมูลกับผู้รับสาร เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์รับรู้ข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทางตาหรือการมองเห็นมากถึงร้อยละ 70 และสมองของมนุษย์ถูกออกแบบมาโดยธรรมชาติให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลจากประสาทสัมผัสทางตามากกว่าร้อยละ 50 และมนุษย์สามารถประมวลผลข้อมูลจากภาพได้เร็วกว่าข้อมูลที่เป็นข้อความ เพราะเมื่ออ่านข้อความจะต้องใช้เวลาในการจินตนาการและประมวลผลข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งที่อ่าน (อัญชริกา จันจุฬา และคณะ, 2563) นอกจากนี้สื่ออินโฟกราฟิกเป็นสื่อที่สามารถสรุปข้อมูลในปริมาณมาก ๆ ที่เข้าใจยากในลักษณะของภาพสรุปที่มีความกระชับเข้าใจง่ายได้อย่างรวดเร็ว และใช้ภาษาที่อธิบายเนื้อหาได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย ผ่านรูปแบบตัวอักษรที่สวยงามทันสมัย มีขนาดที่ชัดเจนอ่านง่าย ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจและจดจำได้ดี ด้วยประโยชน์ของสื่ออินโฟกราฟิกจึงสะดวกต่อการนำไปเผยแพร่อย่างกว้างขวาง และผู้คนสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วนภายในระยะเวลาอันสั้นและรวดเร็ว (MEE, 2560)

จากความสำคัญและปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ทางคณะผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญต่อการรู้จักตัวตนของตนเองของนักศึกษา ซึ่งจะเป็นแนวทางนำไปสู่การการพัฒนาตนเองทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะในการประกอบอาชีพที่สนใจ จึงได้ทำการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อให้ความรู้ ผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจากการทดสอบ MBTI หรือ Myers-Briggs Type Indicator ที่สังเคราะห์ข้อมูลจากหนังสือ งานวิจัยและแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเอง วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน ตลอดจนวิเคราะห์อาชีพที่สัมพันธ์กับบุคลิกภาพ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้นักศึกษาระดับปริญญาตรี และบุคคลอื่น ๆ ที่มีความสนใจได้ค้นหาและรู้จักตนเองเพื่อจะได้ตั้งเป้าหมายให้ถูกทางและวางแผนชีวิตได้อย่างไม่ผิดพลาด ด้วยการทำแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16 Personalities และได้รับความรู้เกี่ยวกับประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) มากยิ่งขึ้น

■ จุดประสงค์การวิจัย

1) เพื่อสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

2) เพื่อประเมินคุณภาพสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

■ หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำหลักการออกแบบและสร้างสื่ออินโฟกราฟิก (ลภัสภาส์ หิรินทรานุกูล, 2561) มาประยุกต์ใช้ โดยแบ่งเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ทำความเข้าใจจุดประสงค์ในการทำ 2) วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย 3) กำหนดหัวข้อ และรวบรวมข้อมูล 4) ศึกษาเนื้อหาและจัดลำดับข้อมูล 5) ออกแบบและจัดทำ 6) ตรวจสอบความถูกต้อง และ 7) เผยแพร่ผลงาน

นอกจากนี้ยังได้มีการศึกษาบุคลิกภาพของคนในแต่ละมุมมองผ่านตัวอักษรโดยแยกเป็นคู่เพื่อแสดงถึงพฤติกรรมที่ตรงข้ามกัน ซึ่งออกมาเป็น 4 มุมมอง ผ่านตัวอักษร 4 ตัว เรียกว่า EIDO (อีโด้) (TKPark, 2564) ได้แก่

1) Energy (การรับพลังงาน) ประกอบด้วย Extrovert (พลังงานจากภายนอก) หมายถึง กลุ่มคนที่ได้รับพลังงานจากภายนอก ยิ่งได้มีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกมากขึ้นเท่าไหร่ก็จะยิ่งถูกกระตุ้นให้มีพลังมากขึ้น โดยคนกลุ่มนี้จะชอบพูดชอบคุย กล้าแสดงความรู้สึก ชอบออกไปพบผู้คน ชอบการติดต่อสื่อสารและพร้อมที่จะลงมือทำหรือการมีปฏิสัมพันธ์กับโลกนอก และ Introvert (พลังงานจากภายใน) หมายถึง กลุ่มคนที่ได้รับพลังงานจากภายใน ยิ่งพวกเขาได้อยู่กับตัวเองนานเท่าไร พวกเขาก็จะไม่ต่างกับแบตเตอรี่ที่ได้รับการชาร์ตจนเต็ม คนกลุ่มนี้ดูเหมือนคนที่มีโลกส่วนตัวสูง พูดน้อย คุยไม่เก่ง ไม่มีศิลปะในการพูด ไม่ค่อยชอบออกไปพบปะสังคมหรือผู้คนมากนัก แต่ชอบใช้เวลาในการคิด ใคร่ครวญก่อนที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นคนที่มีความอดทนสูง สามารถทำงานที่อาศัยสมาธิอย่างมากได้นาน และมักจะต้องการเวลาเงียบ ๆ ในการคิด เพื่อพิจารณาหาแนวทางก่อนที่จะลงมือทำ หรือพูดอะไรออกไป

2) Information (การรับรู้ข้อมูล) ประกอบด้วย Sensing (ประสาทสัมผัส) หมายถึง กลุ่มคนที่ให้ความสำคัญและแปรข้อมูลในสมอง โดยอิงจากข้อมูลที่สามารถรับรู้ได้จากประสาทสัมผัสทั้งห้าเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น การลิ้มรส การได้กลิ่น การได้ยินและการสัมผัส ซึ่งคนในกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการชี้แจงรายละเอียดที่เฉพาะเจาะจง และสามารถระบุสิ่งที่จับต้องได้ คนกลุ่มนี้มีความสามารถพิเศษ ในการจับผิด รายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่คนอื่นไม่สามารถมองเห็นได้ และ Intuitive (สัญชาตญาณ) หมายถึง กลุ่มคนที่ไม่เชื่อข้อมูลในรายละเอียดมากนัก คนกลุ่มนี้ชืมชับ ข้อมูลในแบบภาพรวม ตีความ สร้างความหมายใหม่จากภาพรวมได้ และมีความสามารถในเรื่องของการเชื่อมโยงข้อมูลจากภาพกว้าง ทำให้สามารถมองสิ่งต่าง ๆ ในแง่ของแนวโน้มความเป็นไปได้ เฝ้ามองและรอคอยสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และมักเพิ่มพูนความรู้สิ่งใหม่ ๆ ให้กับตัวเองอยู่เสมอ

3) Decision (การตัดสินใจ) ประกอบด้วย Thinking (ด้วยเหตุผล) หมายถึง กลุ่มคนที่มีเหตุผล ชอบใช้ตรรกะ มั่นคงเด็ดเดี่ยว ไม่เอนเอียงไปทางใดทางหนึ่ง ไม่ใช้ความรู้สึกส่วนตัว ให้ความสำคัญในเรื่องของความถูกต้อง ความยุติธรรม และความเสมอภาค เมื่อพบเจอปัญหาใด ๆ ก็ตาม จะกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นและพูดออกมาตรง ๆ เพราะมีความเชื่อว่าสิ่งที่พวกพูดมันคือความจริง มันคือหลักการที่ถูกต้องที่ควรจะเป็น และจะรู้สึกไม่พอใจอย่างมากเมื่อเห็นความไม่ยุติธรรม ไม่เสมอภาคเกิดขึ้น และ Feeling (ด้วยอารมณ์ ความรู้สึก) หมายถึง กลุ่มคนที่ให้คุณค่ากับความรู้สึก ความเป็นคน และความสัมพันธ์ การตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งมักจะให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์อันดีกับคนที่รู้จัก ทำให้พฤติกรรมที่ถูกแสดงออกคือ คนกลุ่มนี้ดูเป็นคนที่มีความเห็นอกเห็นใจคนรอบตัว สามารถสังเกตถึงความเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ของเพื่อน ๆ ในกลุ่มได้ หลายครั้งถ้าต้องเผชิญหน้ากับความขัดแย้งกับเพื่อนในกลุ่มพวกเขาจะพยายามประนีประนอมก่อน และถ้าไม่ได้เขาก็ยอมเสียสละเป็นผู้ผิดเสียเองเพื่อให้บรรยากาศแห่งความรักและมิตรภาพเกิดขึ้นอีกครั้ง

4) Orientation (การใช้ชีวิต) ประกอบด้วย Judging (วางแผน) หมายถึง กลุ่มคนที่ชอบตัดสินใจ ชอบสถานการณ์ที่ตนเองรู้และสรุปได้ว่าจะทำอะไรได้ เป็นคนตัดสินใจทำอะไรสักอย่าง ชอบวางแผนล่วงหน้า เพราะทำให้ตัดสินใจว่าจะทำอะไรในอนาคต และจะมีความสุขมากยิ่งขึ้นเมื่อรู้ว่าได้ทำสำเร็จตามแผนที่วางไว้ และเมื่อตัดสินใจอะไรไปแล้ว จะไม่ค่อยเปลี่ยนแผน เพราะถือว่าเป้าหมายในสิ่งที่ต้องทำได้ตัดสินใจทำไปแล้วและต้องทำมันให้สำเร็จ เมื่ออยู่กับการทำงานเป็นกลุ่ม จะดูเป็นคนเคร่งเครียดยอมหักไม่ยอมงอ แต่ก็ดูมีความมุ่งมั่นมีการวางแผนที่ดีด้วยเช่นกัน และ Perceiving (ตามสถานการณ์) หมายถึง กลุ่มคนที่ชอบรอดูสถานการณ์ว่าเกิดอะไรขึ้น และปรับตัวไปต่อการเปลี่ยนแปลงเฉพาะหน้า จะตัดสินใจหรือสรุปว่าจะทำอะไร

ก็ต้องเมื่อถึงเวลาแล้วเท่านั้น จะไม่ทำตามแผน ไม่ยอมสรุปว่าจะเอาอะไร และเชื่อถือไม่ได้ เพราะต้องการรวบรวมข้อมูลให้ได้มากที่สุดก่อน คอยดูว่าจะเกิดอะไรขึ้น ทำให้ไม่มีแผนการทำงาน และจะรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งกับการรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้า

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองผ่านแบบประเมินบุคลิกภาพ Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) ที่ช่วยบ่งชี้ลักษณะบุคลิกภาพ จุดแข็ง รวมทั้งกระบวนการทางด้านจิตใจ (mental process) ที่แต่ละคนถนัด ซึ่งความถนัดของกระบวนการทางด้านจิตใจนี้ใช้ตัวอักษรทั้ง 8 ตัว คือ E, I, S, N, T, F, J, P มาจัดเป็นชุด ชุดละ 4 ตัว ทำให้เกิดเป็นลักษณะบุคลิกภาพทั้งหมด 16 แบบ (กิติมา หงส์ศิริกาญจน์, 2559) ได้แก่ ISTJ (นักคำนวณ), ISTP (ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะ), ISFJ (ผู้ตั้งรับ), ISFP (นักผจญภัย), INFJ (ผู้แนะนำ), INFP (ผู้ไกล่เกลี่ย), INTJ (นักออกแบบ), INTP (นักตรรกะ), ESTP (ผู้ประกอบการ), ESTJ (ผู้บริหาร), ESFP (ผู้มอบความบันเทิง), ESFJ (ผู้ให้คำปรึกษา), ENFP (นักรณรงค์), ENFJ (ตัวเอก), ENTP (นักโต้วาที) และ ENTJ (ผู้บัญชาการ) โดยนำเสนอบุคลิกภาพทั้ง 16 แบบ ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกด้วยการนำข้อมูล หรือตัวหนังสือจำนวนมากมานำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ของลักษณะบุคลิกภาพทั้ง 16 แบบ แล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เรียบเรียง และแสดงออกมาเป็นภาพเพื่อดึงดูดความสนใจ ทั้งนี้กราฟิกที่ใช้อาจเป็นสัญลักษณ์ แผนภูมิ ไดอะแกรม ฯลฯ โดยจัดทำให้มีความสวยงาม เข้าใจง่าย และสามารถจดจำได้นาน ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ด้านข้อมูล ข้อมูลที่จะนำเสนอ ต้องมีความหมาย มีความน่าสนใจ เรื่องราวเปิดเผยเป็นจริง มีความถูกต้อง เนื้อหากระชับ สรุปประเด็นเข้าใจได้ง่าย และ 2) ด้านการออกแบบ ต้องมีรูปแบบสวยงาม เรียบง่าย จัดวางไม่ซับซ้อนจนเกินไป ดูแล้วเข้าใจง่าย และมีสีสันสะดุดตา เลือกใช้สีโทนสีให้เข้ากัน ตัวอักษรไม่กลืนกับพื้นหลัง

■ วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental research) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มทดลอง (Experimental group) เพียงกลุ่มเดียว ซึ่งวิธีการดำเนินการวิจัยมีขอบเขตและขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ผู้เข้าร่วมการวิจัย

กลุ่มคนที่เข้าร่วมการวิจัยเป็น นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้มาโดยวิธีสุ่มอย่างง่ายด้วยวิธีการสุ่มรหัสนักศึกษา จำนวน 40 คน (จากทั้งหมด 106 คน)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ สื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยผ่านการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อจากผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านละ 3 ท่าน ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างตามหลักการสร้างสื่ออินโฟกราฟิก ดังนี้

1. ทำความเข้าใจจุดประสงค์ในการทำเพื่อกำหนดขอบเขตงานที่ต้องการนำเสนอว่าทำไมต้องทำ ทำเพื่ออะไร และนำเสนอที่ไหน

2. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้เกิดการรับรู้เนื้อหาที่แตกต่างกันด้วย จึงต้องออกแบบ Infographic ให้เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

3. กำหนดหัวข้อ รวบรวมข้อมูลทั้งหมด และจดบันทึกแหล่งที่มา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลหรือใช้อ้างอิงได้ในภายหลัง

วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 47(4), 60-72
doi: 10.14456/edkkuj.2020.x

4. ศึกษาเนื้อหาและจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลเพื่อใช้ในการนำเสนอ

5. ออกแบบและจัดทำภาพให้เข้าใจง่าย ซึ่งควรใช้ภาพที่เป็นที่นิยม เช่น การใช้ภาพไอคอนหรือภาพกราฟิกที่ไม่ซับซ้อนในการสื่อความหมาย

6. ตรวจสอบความเรียบร้อย ความถูกต้อง และรูปภาพของเนื้อหา

7. เผยแพร่ผลงาน Infographic ในรูปแบบออนไลน์ เนื่องจากเป็นช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็ว

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพ และแบบประเมินความพึงพอใจ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. แบบประเมินคุณภาพของสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยแบ่งการประเมินคุณภาพเป็น 2 ด้าน คือ แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา และแบบประเมินคุณภาพด้านสื่อ ซึ่งเป็นแบบประเมินมาตราวัดค่า 5 ระดับ โดยยึดหลักเกณฑ์ของลิเคิร์ท (Likert Scale) คือ ดีมาก (5) ดี (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2560) เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อในแบบประเมินชุดนี้อยู่ระหว่าง 0.66 - 1.00 แสดงว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีความสอดคล้องและเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2560)

2. แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ซึ่งเป็นแบบประเมินมาตราวัดค่า 5 ระดับ โดยยึดหลักเกณฑ์ของลิเคิร์ท (Likert Scale) คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2560) เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อในแบบประเมินชุดนี้อยู่ระหว่าง 0.66 - 1.00 แสดงว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีความสอดคล้องและเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2560)

การเก็บรวมรวมข้อมูล

การวิจัย เรื่อง การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ได้ผ่านการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มจธ. (KMUTT-IRB) งานจรรยาบรรณและธรรมาภิบาลการวิจัย สำนักงานวิจัยนวัตกรรมและพันธมิตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี หมายเลขใบรับรอง: KMUTT-IRB-COE-2022-186 ผู้วิจัยได้ชี้แจงอาสาสมัครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยดำเนินการ ดังนี้

1. อธิบายการใช้สื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ให้กับกลุ่มตัวอย่างให้เข้าใจตรงกัน

2. ส่ง URL เว็บไซต์ https://sites.google.com/view/mbti-16personalities ให้กลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)

3. หลังจากที่กลุ่มตัวอย่างศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เสร็จเป็นที่เรียบร้อย ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16 Personalities ผ่านเว็บไซต์ https://www.16personalities.com/ และกลุ่มตัวอย่างจะได้ผลสรุปบุคลิกภาพเป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษ จำนวน 4 ตัวอักษร

4. กลุ่มตัวอย่างนำผลสรุปบุคลิกภาพที่เป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษ จำนวน 4 ตัวอักษร ที่ตนเองได้รับ จากทำแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16 Personalities ไปเปรียบเทียบบุคลิกภาพ 16 แบบ กับสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์

บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ว่าตนเองมีบุคลิกภาพแบบใด มีจุดแข็ง มีจุดอ่อน และเหมาะสมกับอาชีพแบบใด

5. เมื่อกลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16Personalities และรับชมอินโฟกราฟิกเสร็จสิ้นแล้ว ทางคณะผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินความพึงพอใจ

6. เก็บรวบรวมแบบประเมินความพึงพอใจ และนำผลไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อจากผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านละ 3 ท่าน มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2562) แล้วนำผลการประเมินคุณภาพทั้ง 2 ด้าน มาพิจารณาและเปรียบเทียบกับค่าระดับน้ำหนักคะแนน ซึ่งค่าที่ยอมรับได้ คือ 3.50 ขึ้นไป มีรายละเอียด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง คุณภาพอยู่ในระดับดี
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง คุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง คุณภาพอยู่ในน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง คุณภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2562) แล้วนำผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง มาพิจารณาและเปรียบเทียบกับค่าระดับน้ำหนักคะแนน ซึ่งค่าที่ยอมรับได้ คือ 3.50 ขึ้นไป มีรายละเอียด ดังนี้

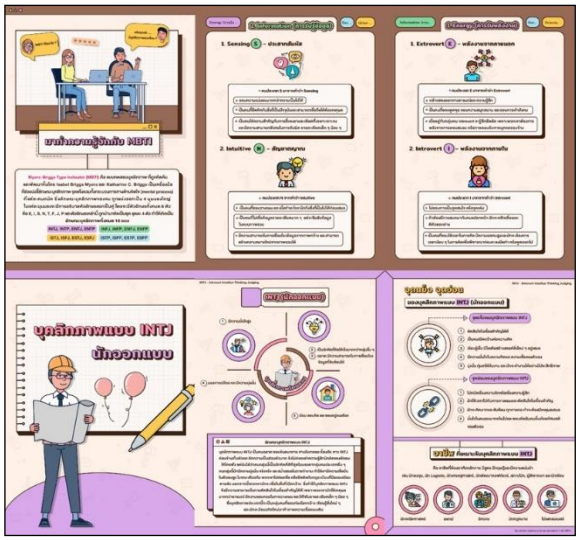
ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

■ ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ผลการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ผู้วิจัยได้นำหลักการออกแบบและสร้างสื่ออินโฟกราฟิกมาประยุกต์ใช้ โดยแบ่งเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ทำความเข้าใจจุดประสงค์ในการทำ 2) วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย 3) กำหนดหัวข้อ และรวบรวมข้อมูล 4) ศึกษาเนื้อหาและจัดลำดับข้อมูล 5) ออกแบบและจัดทำ 6) ตรวจสอบความถูกต้อง และ 7) เผยแพร่ผลงาน โดยมีเนื้อหาทั้งหมด 5 เรื่อง ได้แก่ 1) ความหมายของ Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) 2) ความหมายของ EIDO 3) ลักษณะบุคลิกภาพโดยรวมของบุคลิกภาพ 16 แบบ 4) จุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพ 16 แบบ และ 5) อาชีพที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพทั้ง 16 แบบ

วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 47(4), 60-72
doi: 10.14456/edkkuj.2020.x



ภาพที่ 1. ตัวอย่างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)

2. ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ผลการประเมิน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา

หัวข้อในการประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เนื้อหามีความถูกต้อง มีการอ้างอิงที่เชื่อถือได้	5.00	0.00	ดีมาก
2. เนื้อหามีความชัดเจน เข้าใจง่าย	4.33	0.58	ดี
3. เนื้อหามีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์	5.00	0.00	ดีมาก
4. ภาษาที่ใช้อธิบายเนื้อหาเข้าใจได้ง่าย	4.00	0.00	ดี
5. การเรียงลำดับเนื้อหาช่วยให้เกิดความเข้าใจแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16Personalities	4.67	0.58	ดีมาก
6. อินโฟกราฟิกสื่อสารความหมายของเนื้อหาได้ชัดเจน	4.00	0.00	ดี
7. อินโฟกราฟิกช่วยส่งเสริมความเข้าใจภาพสรุปของบุคลิกภาพ Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)	4.33	0.58	ดี
8. อินโฟกราฟิกมีประโยชน์และช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจตนเองมากขึ้น	4.67	0.58	ดีมาก
ภาพรวม	**4.50**	**0.59**	**ดีมาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.50, S.D. = .59) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เนื้อหามีความถูกต้อง มีการอ้างอิงที่เชื่อถือได้ เนื้อหามีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ ($\overline{X}$ = 5.00, S.D. = 0.00) รองลงมา คือ การเรียงลำดับเนื้อหาช่วยให้เกิดความเข้าใจแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16Personalities อินโฟกราฟิกมีประโยชน์และช่วยให้ผู้เรียน

เข้าใจตนเองมากขึ้น ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.58) และเนื้อหามีความชัดเจน เข้าใจง่าย อินโฟกราฟิกช่วยส่งเสริมความเข้าใจภาพสรุปของบุคลิกภาพ Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) ($\overline{X}$ = 4.33, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อของสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ผลการประเมิน แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อ

หัวข้อในการประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านอินโฟกราฟิก			
1. อินโฟกราฟิก สื่อสารความหมายได้สอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	ดีมาก
2. มีการจัดวางองค์ประกอบของอินโฟกราฟิกได้อย่างเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
3. อินโฟกราฟิกที่ใช้ประกอบเนื้อหามีความสวยงาม	4.33	0.58	ดี
4. อินโฟกราฟิกมีสีสันที่ดึงดูดความสนใจ	4.33	0.58	ดี
5. อินโฟกราฟิกแสดงผลสรุปการวิเคราะห์ได้ครอบคลุมและน่าสนใจ	4.67	0.58	ดีมาก
ภาพรวม	**4.53**	**0.52**	**ดีมาก**
ด้านตัวอักษรและข้อความ			
1. รูปแบบตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
2. ขนาดตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน	5.00	0.00	ดีมาก
3. ความเหมาะสมในการจัดวางตัวอักษร	4.33	0.58	ดี
4. สีสันของตัวอักษรเห็นได้ชัดเจนและง่ายต่อการอ่าน	5.00	0.00	ดีมาก
ภาพรวม	**4.75**	**0.45**	**ดีมาก**
ภาพรวมทุกด้าน	**4.63**	**0.49**	**ดีมาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพของสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.63, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านตัวอักษรและข้อความ ($\overline{X}$ = 4.75, S.D. = 0.45) รองลงมา คือ ด้านอินโฟกราฟิก ($\overline{X}$ = 4.53, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ผลการประเมิน แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 3

วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 47(4), 60-72
doi: 10.14456/edkkuj.2020.x

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

หัวข้อในการประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เนื้อหาของอินโฟกราฟิกมีความกระชับและเข้าใจง่าย	4.88	0.33	มากที่สุด
2. รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้มีความชัดเจน อ่านง่าย	4.88	0.33	มากที่สุด
3. อินโฟกราฟิกมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม	4.88	0.33	มากที่สุด
4. อินโฟกราฟิกสรุปแนวคิด เข้าใจง่าย	4.88	0.33	มากที่สุด
5. อินโฟกราฟิกทำให้รู้จักบุคลิกภาพ จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง	4.88	0.33	มากที่สุด
6. อินโฟกราฟิกทำให้มองเห็นอาชีพที่สัมพันธ์กับบุคลิกภาพของตนเอง	4.83	0.38	มากที่สุด
7. เนื้อหามีประโยชน์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.88	0.33	มากที่สุด
ภาพรวม	**4.87**	**.34**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มีผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.87, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาของอินโฟกราฟิกมีความกระชับและเข้าใจง่าย รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้มีความชัดเจน อ่านง่าย อินโฟกราฟิกมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม อินโฟกราฟิกสรุปแนวคิด เข้าใจง่าย อินโฟกราฟิกทำให้รู้จักบุคลิกภาพ จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง และเนื้อหามีประโยชน์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ($\overline{X}$ = 4.88, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ อินโฟกราฟิกทำให้มองเห็นอาชีพที่สัมพันธ์กับบุคลิกภาพของตนเอง ($\overline{X}$ = 4.83, S.D. = 0.38) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ผลการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ผู้วิจัยได้นำหลักการออกแบบและสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเอง โดยใช้หลักการสร้างสื่ออย่างเป็นระบบมีแบบแผนตามหลักการออกแบบและสร้างสื่ออินโฟกราฟิก เพื่ออธิบายเนื้อหาที่มีปริมาณมากและเข้าใจยากในลักษณะของภาพสรุปที่มีความกระชับเข้าใจง่ายได้อย่างรวดเร็ว และใช้ภาษาที่อธิบายเนื้อหาได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย ผ่านรูปแบบตัวอักษรที่สวยงามทันสมัย มีขนาดที่ชัดเจนอ่านง่าย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน และประยุกต์ใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษรา กุมภาพันธ์ และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างอินโฟกราฟิกเพื่อแนะแนว 5 อาชีพยอดนิยมแก่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมวัดมกุฏกษัตริย์ โดยนำหลักการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกมาใช้ในการออกแบบและสร้างอินโฟกราฟิก ผลการศึกษา พบว่า อินโฟกราฟิกเพื่อแนะแนว 5 อาชีพยอดนิยมแก่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมวัดมกุฏกษัตริย์ที่สร้างขึ้น มีการใช้หลักการสร้างสื่ออย่างเป็นระบบ ตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน และสามารถนำไปใช้งานได้จริง

2. ผลการประเมินคุณภาพของสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้เพราะผู้ศึกษาได้วิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลเนื้อหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ ถูกต้อง ครบถ้วน มีความน่าสนใจเป็นประโยชน์ และได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านเนื้อหา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิติภัสร์ วสิษฐ์ภัทรทวี และนัฐฐาวดี ภักดิ์ชัยภูมิ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก

ประกอบบทความออนไลน์ เรื่อง หลัก 3 “Self” ตัวช่วยค้นหาตัวเองและสร้างความมั่นใจให้ชาว GEN Z ผลการศึกษา พบว่า ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเนื้อหาต่าง ๆ จากแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือถูกต้อง ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านเนื้อหา และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยได้นำหลักการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสื่อตามขั้นตอนการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกอย่างเป็นระบบวิธีการที่ถูกต้อง ทำให้ได้สื่อที่มีคุณภาพ และได้รับการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิดาภรณ์ ผลจันทร์ และคณะ (2561) ได้ศึกษา เรื่อง การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง การแนะแนวการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สำหรับนักเรียนในโครงการตามพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ผลการศึกษา พบว่า มีคุณภาพด้านสื่อโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากผู้วิจัยได้นำหลักการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสื่อ วางแผนขั้นตอนการทำงาน และมีการเลือกใช้ภาพสัญลักษณ์ และตัวอักษรที่มีสีสันอ่านง่ายสบายตาเหมาะสมกับช่วงวัยของผู้อ่าน

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะสื่ออินโฟกราฟิกที่สร้างขึ้นมีแบบแผนตามหลักการออกแบบและสร้างสื่ออินโฟกราฟิกเพื่ออธิบายเนื้อหาที่มีปริมาณมากและเข้าใจยากในลักษณะของภาพสรุปที่มีความกระชับเข้าใจง่ายได้อย่างรวดเร็ว และใช้ภาษาที่อธิบายเนื้อหาได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่ายและน่าสนใจ ผ่านรูปแบบตัวอักษรที่สวยงามทันสมัย มีขนาดที่ชัดเจนอ่านง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นนทลี คงปัญญา และภาวิยา ณีศะนันท์ (2559) ได้ศึกษา เรื่อง การสร้างสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง ปริมาณอาหารที่เหมาะสมของผู้สูงอายุสำหรับโครงการพัฒนารูปแบบการจัดการด้านอาหารเพื่อพัฒนาสุขภาพผู้สูงอายุ สถาบันโภชนาการ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากเนื้อหาของอินโฟกราฟิกมีความน่าสนใจ ดึงดูด ชวนติดตาม และเป็นประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

■ บทสรุปจากการวิจัย

การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้นักศึกษาระดับปริญญาตรีและบุคคลอื่น ๆ ที่มีความสนใจได้ค้นหาและรู้จักตนเองเพื่อจะได้ตั้งเป้าหมายให้ถูกทางและวางแผนชีวิตได้อย่างไม่ผิดพลาด โดยให้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 40 คน ทำการศึกษาผ่านสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ที่ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยผลการประเมินคุณภาพของสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) ด้านเนื้อหาและด้านสื่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบบุคลิกภาพ 16 Personalities ผ่านเว็บไซต์ https://www.16personalities.com/ และจะได้ผลสรุปบุคลิกภาพเป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษ จำนวน 4 ตัวอักษร ไปเปรียบเทียบว่าตนเองมีบุคลิกภาพลักษณะใดใน 16 แบบ ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งจะมีข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพแต่ละแบบ ประกอบด้วยลักษณะบุคลิกภาพ จุดแข็ง จุดอ่อน และอาชีพ โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้พิจารณา ว่าตนเองมีลักษณะบุคลิกภาพ จุดแข็ง จุดอ่อนอย่างไรและเหมาะสมกับอาชีพแบบใด จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินความพึงพอใจแล้วเก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ โดยผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์

บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

■ ข้อจำกัดหรือข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1. การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ผู้สอนในรายวิชาต่าง ๆ ที่ต้องการให้นักศึกษาเข้าใจบุคลิกภาพของตนเอง สามารถนำสื่อไปใช้เป็นประกอบการเรียนการสอนในรายวิชาได้และเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรู้จักผู้เรียนมากยิ่งขึ้น โดยผู้สอนอาจศึกษาและทำความเข้าใจในสื่ออินโฟกราฟิกในเบื้องต้นก่อน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้เรียน

2. การนำสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ไปใช้งาน นอกจากใช้ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์แล้ว เพื่อให้เกิดความสะดวกสามารถเปิดดูและทำแบบทดสอบผ่านอุปกรณ์ในรูปแบบพกพาได้หลายชนิดทั้งแท็บเล็ตและสมาร์ทโฟน

3. ผู้ที่ต้องการศึกษาสื่ออินโฟกราฟิกประกอบผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพจาก Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) เพื่อเสริมสร้างการเข้าใจบุคลิกภาพของตนเองสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองผ่านเว็บไซต์ https://sites.google.com/view/mbti-16personalities

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกเกี่ยวกับความรู้เรื่องอื่น ๆ ทางด้านบุคลิกภาพ อาชีพในสายงาน เพื่อส่งเสริมความเข้าใจตนเองของผู้เรียนและการค้นหาอาชีพที่เหมาะสม

2. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมการเข้าใจบุคลิกภาพของนักศึกษาในสื่อรูปแบบอื่น ๆ เช่น วีดิทัศน์ โมชันกราฟิก เพื่อให้เกิดความหลากหลายของการใช้งานในรูปแบบอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น

3. ควรทำการศึกษาเรื่องของบุคลิกภาพกับเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอยู่ร่วมกันของนักศึกษา เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา นักศึกษากับอาจารย์ เพื่อลดช่องว่างและความเหลื่อมล้ำในการทำงานระหว่างกัน

■ References

กมลวรรณ วิชัยรัตน์. (2564). *เด็กไทยหาตัวเองไม่เจอ หากพ่อแม่ช่วยไม่ได้ หวังพึ่ง “ครูแนะแนว”*. ค้นเมื่อ 9 เมษายน 2565, จาก https://tonkit360.com/89481/

กรมสุขภาพจิต. (2562). *รู้จักตัวเองทักษะดีที่เด็กพึงมี*. ค้นเมื่อ 9 เมษายน 2565, จาก https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=29922/

กิติมา หงส์ศิริกาญจน์. (2559). *Which one is real? What is your true type in MBTI อย่าคิดว่าฉันเหมือนเขา อย่าเหมาว่าเราเหมือนกัน*. มปท. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

เกษรา กุมภาพันธ์ ณัฐชยา บุญทิวากร และ สรกฤตย์ ท้วมเจริญ. (2559). *การสร้างอินโฟกราฟิกเพื่อแนะแนว 5 อาชีพยอดนิยมแก่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมวัดมกุฎกษัตริย์*. ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

จิติภัสร์ วสิษฐ์ภัทรทวี และนัฐฐาวดี ภักดิ์ชัยภูมิ. (2565). *การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกประกอบบทความออนไลน์ เรื่อง หลัก 3 "Self" ตัวช่วยค้นหาตัวเองและสร้างความมั่นใจให้ชาว GEN Z*. ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ฉัตรชัย ตวงรัตนพันธ์ (2564). *ทำไมต้องค้นหาตัวเอง ถ้ายังหาตัวเองไม่เจอเป็นไรไหม?*. ค้นเมื่อ 9 เมษยายน 2565, จาก https:// www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/127680/

ชลิดาภรณ์ ผลจันทร์ ปัณณ์ธารี นิดงาม และกฤติยา จันทร์โท. (2561). *การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง การแนะแนวการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สำหรับนักเรียนในโครงการตามพระราชดำริ สมเด็จพรเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*. ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2560). *เทคนิคการสร้างเครื่องมือวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2562). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

นนทลี คงปัญญา และภาวิยา ณีศะนันท์. (2559). *การสร้างสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องปริมาณอาหารที่เหมาะสมของผู้สูงอายุสำหรับโครงการพัฒนารูปแบบการจัดการด้านอาหารเพื่อพัฒนาสุขภาพผู้สูงอายุ สถาบันโภชนาการ*. ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ลภัสภาส์ หิรินทรานุกูล. (2561). *WEEK 5 การใช้ภาพอินโฟกราฟิก.* ค้นเมื่อ 19 เมษยายน 2565, จาก http://www.mtrs.ac.th/krupu/week-5/

อัญชริกา จันจุฬา สกล สมจิตต์ และสุภาพร จันทรคีรี. (2563). *การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย จังหวัดยะลา*. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

MEE. (2560). *ทำไมต้องใช้ Infographic*. ค้นเมื่อ 9 เมษยายน 2565, จาก https://mrmeestudio.com/ทำไมต้องใช้-infographic/

Taey Ch. (2560). *มารู้จักตัวเองมากขึ้น ด้วยแบบวัดบุคลิกภาพ MBTI*. ค้นเมื่อ 9 เมษายน 2565, จาก https://www.mangozero.com/mbti-16-personalities-test/

TKPark. (2564). *5 แบบทดสอบบุคลิกภาพยอดฮิต ให้เราได้รู้จักตัวเองมากขึ้น*. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2565, จาก https://www.tkpark.or.th/tha/articles_detail/1633580835244/5-แบบทดสอบบุคลิกภาพยอดอิต-ให้เรารู้จักตัวเองมากขึ้น/