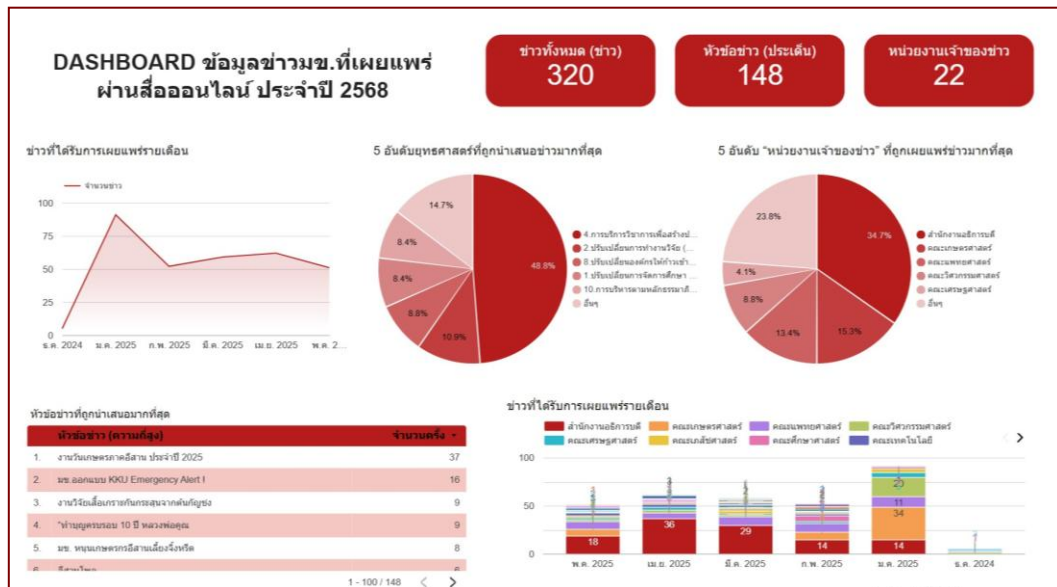


การศึกษาวิเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปปิงข่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568



A study of the analysis of the processing and dissemination of online news clips of Khon Kaen University via the Looker Studio platform, presenting data in the form of a dashboard for the year 2025

โดย

เบญจมาภรณ์ มามุข

นักประชาสัมพันธ์ ชำนาญการ

งานผลิตสื่อ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ.2568

การศึกษาวិเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปป๊อปปูล่าออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568

A study of the analysis of the processing and dissemination of online news clips of Khon Kaen University via the Looker Studio platform, presenting data in the form of a dashboard for the year 2025.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลคลิปป๊อปปูล่าออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในช่วงเดือนมกราคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2568 โดยอาศัยการประมวลผลข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio และนำเสนอผลในรูปแบบ Dashboard เพื่อแสดงผลข้อมูลเชิงสถิติที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เข้าใจง่าย และใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้านการสื่อสารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การรวบรวมข้อมูลอาศัยฐานข้อมูลข่าวที่ถูกเผยแพร่ทั้งหมด 320 ข่าว จากแหล่งสื่อมวลชนทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น โดยมีการจัดเก็บข้อมูลใน Google Sheet และนำเข้าสู่ Looker Studio เพื่อจัดทำกราฟวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ปริมาณข่าวรายเดือน หัวข้อข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุด ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานเจ้าของข่าว สัดส่วนตามประเภทสื่อ และความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

ผลการวิเคราะห์พบว่า ข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุด ได้แก่ “งานวันเกษตรภาคอีสาน ประจำปี 2025” และยุทธศาสตร์ที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด คือ “การบริการวิชาการเพื่อสร้างประโยชน์ให้สังคม” นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อส่วนกลางมีสัดส่วนการเผยแพร่ข่าวมากกว่าสื่อท้องถิ่น และหน่วยงานที่มีการเผยแพร่ข่าวมากที่สุดคือ “สำนักงานอธิการบดี”

การจัดทำ Dashboard จากข้อมูลดังกล่าวช่วยให้สามารถติดตาม ประเมิน และวางแผนการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสะท้อนแนวโน้มของประเด็นที่สาธารณชนให้ความสนใจ พร้อมสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารในด้านการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กรอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

คำนำ

การศึกษาวិเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปป๊ิงข่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568 จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่สื่อมวลชนเผยแพร่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น พร้อมทั้งวิเคราะห์ประเด็น เนื้อหา ยุทธศาสตร์ และแนวโน้มการนำเสนอข่าวในเชิงสถิติ โดยใช้แพลตฟอร์ม Looker Studio เป็นเครื่องมือหลักในการประมวลผลข้อมูล และจัดทำเป็น Dashboard เพื่อให้สามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ ชัดเจน และเข้าใจง่าย

รายงานฉบับนี้มุ่งเน้นการสร้างภาพรวมของการสื่อสารองค์กรผ่านช่องทางออนไลน์ในระยะเวลา 5 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2568 ซึ่งครอบคลุมจำนวนข่าวทั้งหมดที่รวบรวมได้ 320 ข่าว โดยจัดจำแนกตามหัวข้อข่าว ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย แหล่งข่าว หน่วยงานเจ้าของข่าว และประเภทของสื่อที่เผยแพร่ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อคณะผู้บริหาร หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้านการสื่อสารองค์กรในการใช้ข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ ตัดสินใจ และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และเป้าหมายของมหาวิทยาลัยในระยะยาวต่อไป

นางเบญจมาภรณ์ มามุข
นักประชาสัมพันธ์ ชำนาญการ
กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มิถุนายน พ.ศ. 2568

สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์และความสำคัญการจัดทำวิเคราะห์	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการวิเคราะห์	6
คำจำกัดความเบื้องต้น	6

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิเคราะห์วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและคำจำกัดความของ Looker Studio และ Dashboard	8
งานวิเคราะห์วิจัยที่เกี่ยวข้อง	10

บทที่ 3 หลักเกณฑ์และวิธีการวิเคราะห์

แหล่งข้อมูล	17
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
การวิเคราะห์ข้อมูล	18

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำข้อมูลเข้าที่ได้รับการเผยแพร่จากสื่อมวลชนบันทึกใน Google Sheet	19
การออกแบบในแพลตฟอร์ม Looker Studio	20
การประมวลผลจากแพลตฟอร์ม Looker Studio นำเสนอในรูปแบบ Dashboard	25

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา	30
ข้อเสนอแนะ	32
บรรณานุกรม	33

สารบัญภาพ

- ภาพประกอบที่ 1 โครงสร้างองค์กรตามการแบ่งส่วนงานภายใน	3
- ภาพประกอบที่ 2 ช่องทางการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัย	5
- ภาพประกอบที่ 3 การนำข้อมูลข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ จากสื่อมวลชนบันทึกใน Google Sheet	19
- ภาพประกอบที่ 4 การออกแบบในแพลตฟอร์ม Looker Studio หน้า 1 ข้อมูลจริง	20
- ภาพประกอบที่ 5 การนำเสนอข้อมูล หน้า 1 ข้อมูลจริง รูปแบบ Dashboard	21
- ภาพประกอบที่ 6 การออกแบบในแพลตฟอร์ม Looker Studio หน้า 2 รายละเอียดและวิเคราะห์เชิงลึก	22
- ภาพประกอบที่ 7 การนำเสนอข้อมูล หน้า 2 รายละเอียดและวิเคราะห์เชิงลึก รูปแบบ Dashboard	22
- ภาพประกอบที่ 8 การออกแบบในแพลตฟอร์ม Looker Studio หน้า 3 เปรียบเทียบจำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ระหว่างไตรมาสที่ 1 และ 2	23
- ภาพประกอบที่ 9 การนำเสนอข้อมูล หน้า 3 เปรียบเทียบจำนวนข่าว ของแต่ละยุทธศาสตร์ ระหว่างไตรมาสที่ 1 และ 2 รูปแบบ Dashboard	24

สารบัญตาราง

- ตารางที่ 1 สรุปเปรียบเทียบ Looker Studio และ Dashboard	16
- ตารางที่ 2 ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่รายเดือน	25
- ตารางที่ 3 หัวข้อข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุด (Top 5)	26
- ตารางที่ 4 ยุทธศาสตร์ที่ถูกนำเสนอมากที่สุด (Top 5)	26
- ตารางที่ 5 หน่วยงานเจ้าของข่าวที่ถูกเผยแพร่ข่าวมากที่สุด (Top 5)	26
- ตารางที่ 6 หน่วยงานที่ได้รับการเผยแพร่ข่าวมากที่สุด	27
- ตารางที่ 7 ประเด็นหัวข้อข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอมากที่สุด	27
- ตารางที่ 8 จำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ (ม.ค. - มี.ค.68) ไตรมาสที่ 1	28
- ตารางที่ 9 จำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ (เม.ย. - มิ.ย.68) ไตรมาสที่ 2	29

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กองสื่อสารองค์กร (Communication Affairs Division) สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ถูกจัดตั้งขึ้นครั้งแรกตามการปรับโครงสร้างการบริหารงานของสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ฉบับที่ 5/2555 เรื่อง การจัดตั้งหน่วยงานภายในสำนักงานอธิการบดี ประกาศ ณ วันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2555 ต่อมาได้ปรับโครงสร้างอีกครั้ง ตามประกาศมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับที่ 312/2561 ลวท. 12 ก.พ. 2561) เรื่อง การแบ่งหน่วยงานสำนักงานอธิการบดี และ ประกาศมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับที่ 120/2562 ลวท. 14 ม.ค. 2562) เรื่อง การแบ่งหน่วยงานสำนักงานอธิการบดี

การสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้าง "การรับรู้" และ "ความเชื่อมั่น" แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภายในและภายนอก ซึ่งในยุคดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารต้องมีความทันสมัย ตอบสนองเร็ว และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังเชื่อมโยงกับการชี้นำสังคม ผ่านบทบาทเชิงสื่อสารที่โปร่งใส น่าเชื่อถือ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยในระดับประเทศ และนานาชาติ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2568 - 2571 ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เน้นการยกระดับการบริหารจัดการองค์กรในยุคดิจิทัล การสื่อสารภาพลักษณ์ และการสร้างความเชื่อมั่นของชุมชน ต่อมหาวิทยาลัย

การติดตามและวิเคราะห์ข่าวสาร หรือ News Clipping เป็นเครื่องมือสำคัญในงานประชาสัมพันธ์ ขององค์กร โดยมีบทบาทสำคัญดังนี้

1. ติดตามภาพลักษณ์และการรับรู้ของสาธารณชน

ช่วยให้องค์กรรู้ว่า สื่อมวลชนและสาธารณชนรับรู้ และ สะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กร อย่างไร ทั้งในเชิงบวก และลบ เพื่อวางแผนการสื่อสารที่เหมาะสม

2. วิเคราะห์ทิศทางกระแสสังคมและข่าวสาร ช่วยให้เข้าใจ แนวโน้ม หรือ ประเด็นสำคัญในสื่อ ที่อาจส่งผลกระทบหรือสร้างโอกาสให้กับองค์กร เช่น การเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ เทรนด์ของสังคม หรือวิกฤตสื่อ

3. ประเมินผลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ใช้เป็นเครื่องมือวัด ผลลัพธ์จากการเผยแพร่ข่าว หรือกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ ว่าได้รับการนำเสนอในสื่อมากน้อยเพียงใด อยู่ในทิศทางที่องค์กรต้องการหรือไม่

4. จัดการและวางแผนการสื่อสารในอนาคต จากการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวที่ได้ จะสามารถนำไปใช้ ในการ ปรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เช่น การเลือกประเด็นที่จะสื่อสาร การเลือกสื่อ และการบริหาร ความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

News Clipping ไม่ใช่เพียงการเก็บข่าว แต่คือการ แปลงข้อมูลข่าวสารเป็นข้อมูลเชิงกลยุทธ์ เพื่อเสริมพลังการสื่อสารองค์กรให้แม่นยำ ทันสถานการณ์ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กร ในสายตาสาธารณชน

ขณะเดียวกัน ในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารถูกผลิตขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การจัดการข้อมูล ข่าวสารออนไลน์จำนวนมาก เพราะฉะนั้น การจัดการข้อมูลข่าวสารออนไลน์จำนวนมากต้องอาศัย เทคโนโลยี วิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ร่วมกับ บุคลากรที่มีวิจรรย์ญาณและความสามารถในการสื่อสาร เพื่อ กลั่นกรอง ตอบสนอง และวางกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในโลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

ด้วยเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิเคราะห์จึงได้นำเครื่องมือ ที่ช่วยอำนวยความสะดวก ในการปฏิบัติงานด้านการเก็บข้อมูลข่าวมหาวิทยาลัยที่เผยแพร่โดยสื่อมวลชน ของกองสื่อสารองค์กร เช่น Looker Studio ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการแปลงข้อมูลจำนวนมากให้เป็น “ข้อมูลที่มีความหมาย” เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้อง Looker Studio สามารถ รวมข้อมูลจาก Google Sheets มาสร้างภาพรวมแบบบูรณาการ และแสดงผลในรูปแบบ Dashboard ที่ เข้าใจง่าย ทันต่อสถานการณ์ เป็นเครื่องมือยุทธศาสตร์ ที่ช่วยให้ข้อมูลกลายเป็น เครื่องมือขับเคลื่อนการตัดสินใจ และยกระดับการสื่อสาร ในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการศึกษาวิเคราะห์ **เรื่อง การศึกษาวิเคราะห์การประมวลผลและการ เผยแพร่คลิปปิ้งข่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอ ข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568**

วิสัยทัศน์

เราสื่อสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นสู่ประชาคมโลก (We communicate KGU to citizen of the world)

พันธกิจ บทบาทหน้าที่

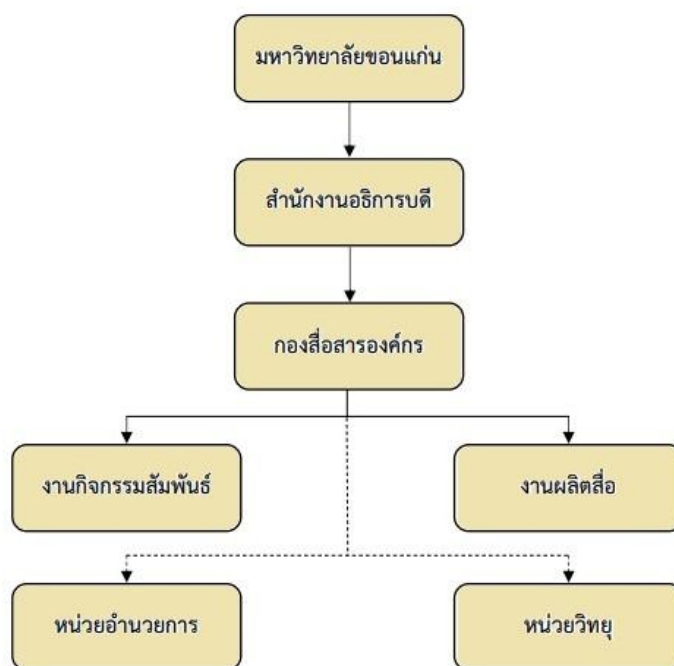
กองสื่อสารองค์กร มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์และกิจกรรม ของมหาวิทยาลัย การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทิวบ์ สถานีวิทยุและโทรทัศน์ วารสารข่าว ข่าวกิจกรรมมหาวิทยาลัย ป้ายประชาสัมพันธ์ ข่าวการเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการ การเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยให้ชุมชน สังคม หรือสาธารณชน เพื่อสื่อสารและส่งเสริม การสร้างภาพลักษณ์ สร้างความเข้าใจที่ดีของมหาวิทยาลัย ส่งเสริมสนับสนุนสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ต่อสื่อมวลชน งานพิธีต่างๆ ของมหาวิทยาลัย การต้อนรับบุคคลสำคัญ กิจกรรมของชุมชน สังคม หรือสาธารณชน หรือองค์กร ทั้ง การสื่อสาร การสร้างความเข้าใจที่ดี การสื่อสารและกิจกรรม เพื่อสร้างความผูกพันของบุคลากรกับมหาวิทยาลัย และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น. เกี่ยวกับเรา [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2568. แหล่งที่มา:

https://cad.kku.ac.th/?page_id=1203

การแบ่งโครงสร้างภายใน ภาพประกอบที่ 1 โครงสร้างองค์กรตามการแบ่งส่วนงานภายใน

โครงสร้างองค์กรตามการแบ่งส่วนงานภายใน



กองสื่อสารองค์กร ประกอบด้วย 3 งาน และ 1 หน่วย ดังนี้

ผู้อำนวยการกอง

งานผลิตสื่อ

งานกิจกรรมสัมพันธ์

หน่วยวิทยุ (จัดตั้งภายใน)

หน่วยอำนวยการ (จัดตั้งภายใน)

รวม 28 คน

วัฒนธรรมองค์กร

TEAM

- T=Trust** ความไว้วางใจซึ่งกันและกันจะทำให้ทีมงานทำงานอย่างมีความสุข รักและผูกพันกับองค์กร ส่งผลให้งานมีประสิทธิภาพ
- E=Everyone** ทีมงานทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร ร่วมคิด ตัดสินใจและแก้ปัญหา
- A=Activeness** ทำงานด้วยความมุ่งมั่นเพื่อบรรลุความสำเร็จ
- M=More** ให้บริการเหนือความคาดหมาย

คุณค่า

เชื่อถือในคุณค่าของคน มุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม มีจิตสำนึกในการทำงานเป็นทีมโดยมีเป้าหมายร่วมกัน

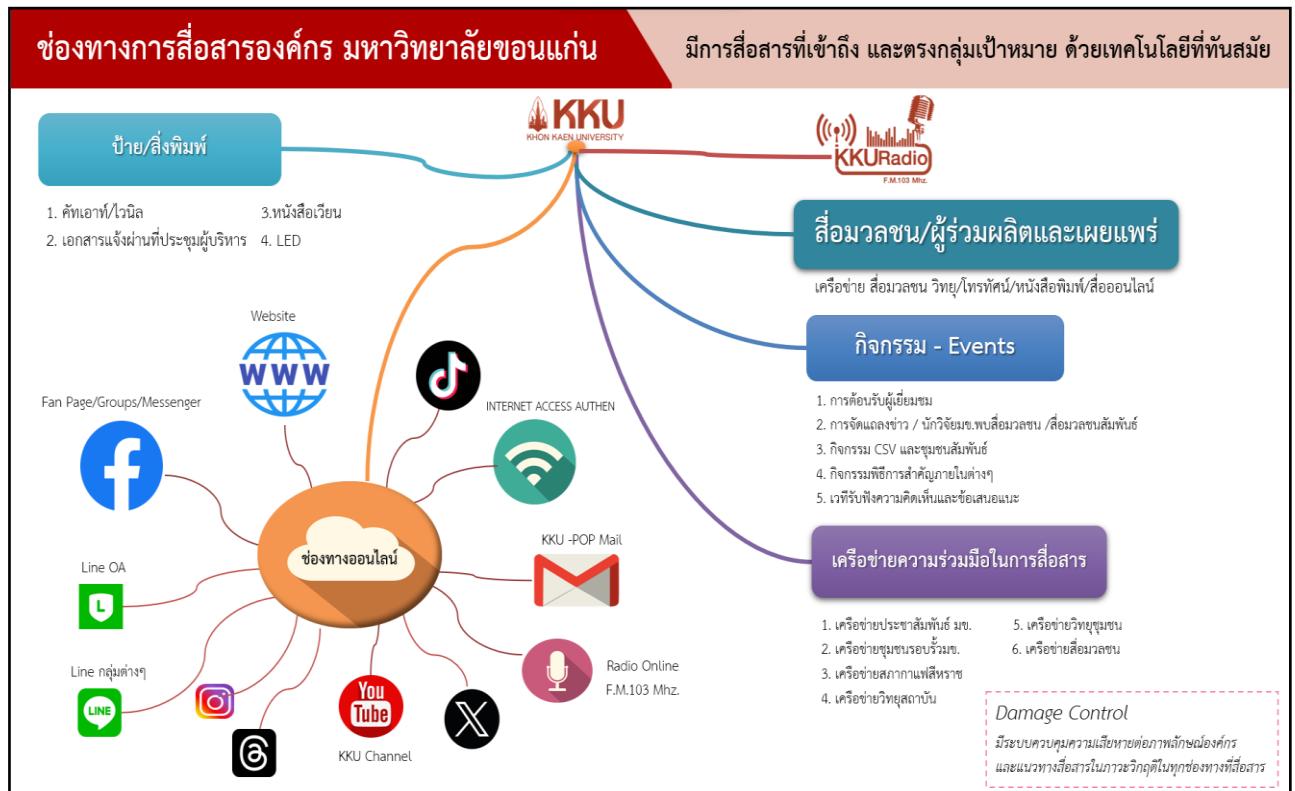
ภารกิจกองสื่อสารองค์กร

(ตามประกาศมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฉบับที่ 77/2567 เรื่อง การแบ่งหน่วยงานและหน่วยงานย่อย หน่วยงานบริหารจัดการกลางของมหาวิทยาลัย สำนักงานอธิการบดี ประกาศ ณ วันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2567)

1. การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมของมหาวิทยาลัย
2. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทิวบ์ ทวิตเตอร์ ดิจิตอล โลก อินสตาแกรม สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น เอฟ.เอ็ม.103 เมกะเฮิรตซ์ อีเมล บัญชีประชาสัมพันธ์ ตลอดจนช่องทางการสื่อสารต่างๆ
3. การจัดทำและเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัย
4. การเผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานทางวิชาการและความรู้สู่นักศึกษา บุคลากรและสาธารณชน
5. เป็นช่องทางการสื่อสารสำหรับหน่วยงานภายในและภายนอก
6. สื่อสารและส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างความเข้าใจที่ดี
7. เฝ้าระวังความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
8. ส่งเสริมสนับสนุนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อมวลชน ชุมชนและสังคม
9. จัดงานพิธีการต่างๆ ของมหาวิทยาลัย
10. การต้อนรับผู้เยี่ยมชมมหาวิทยาลัย
11. การอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานแหล่งข่าว การให้ข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ดำเนินงานเครือข่ายความร่วมมือส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

ช่องทางการสื่อสารและกระบวนการที่สำคัญ

ภาพประกอบที่ 2 ช่องทางการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัย



กองสื่อสารองค์กร. เกี่ยวกับเรา (ออนไลน์) แหล่งที่มา https://cad.kku.ac.th/?page_id=1203 (สืบค้น วันที่ 2 พฤษภาคม 2568)

1.2 วัตถุประสงค์และความสำคัญการจัดทำวิเคราะห์

1.2.1 เพื่อสร้าง Dashboard ที่ช่วยแสดงผลข้อมูลในรูปแบบภาพรวมและภาพจำแนกเชิงลึก ทำให้สามารถมองเห็นข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ เข้าใจง่าย และสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2.2 เพื่อประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารองค์กร และพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในอนาคต ใช้ข้อมูลเป็นแนวทางในการปรับปรุงการสื่อสารให้สอดคล้องกับเป้าหมายและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 เพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและประเมินผลการสื่อสารองค์กร การใช้ Dashboard ที่สร้างจาก Looker Studio ช่วยให้สามารถติดตามข้อมูลข่าวสารได้แบบเรียลไทม์ พร้อมทั้งสามารถประเมินประสิทธิภาพของการเผยแพร่ข่าวในแต่ละเดือน ยุทธศาสตร์ หรือหัวข้อข่าวได้อย่างเป็นระบบ ทำให้หน่วยงานสามารถวางแผนการสื่อสารให้ตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

1.3.2 มองเห็นภาพรวมและแนวโน้มการสื่อสารของมหาวิทยาลัย การนำเสนอข้อมูลผ่านกราฟและแผนภาพในรูปแบบ Dashboard ช่วยให้ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถมองเห็นแนวโน้มและประเด็นข่าวที่มีความสำคัญ เช่น เดือนที่มีการเผยแพร่ข่าวมากที่สุด หน่วยงานที่ผลิตข่าวบ่อยที่สุด หรือหัวข้อข่าวที่ได้รับความสนใจจากสื่อ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ขอบเขตของการวิเคราะห์

การศึกษาวิเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปปิ้งข่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio รอบปี พ.ศ. 2568 มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเฉพาะกระบวนการเก็บรวบรวม ประมวลผล (จาก Google Sheet) และการเผยแพร่ (ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio) คลิปปิ้งข่าวออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร/กลุ่มตัวอย่าง เป็นข้อมูลจากการเก็บคลิปปิ้งข่าวออนไลน์ ที่บันทึกใน Google Sheet ที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในรอบปี 2568 (ใช้กลุ่มเดือนตัวอย่างเดือน มกราคม กุมภาพันธ์ มีนาคม เมษายน พฤษภาคม 2568 ซึ่งครอบคลุมการประเมินปี 2568 ที่เริ่มเดือนมิถุนายน 2567 - พฤษภาคม 2568)

1.5 คำจำกัดความเบื้องต้น

มหาวิทยาลัย หมายถึง มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กองสื่อสารองค์กร หมายถึง กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ข่าว หมายถึง ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2542 ให้ความหมายว่า คำบอกเล่าเรื่องราวซึ่งโดยปกติมักเป็นเรื่องเกิดใหม่หรือเป็นที่สนใจ, คำบอกกล่าว, คำเล่าลือ คำว่า ข่าว ถ้ามองในแง่ของการสื่อสารข้อมูล ก็จัดว่าเป็นข้อมูลชนิดหนึ่งที่จะต้องมีส่วนทำให้เกิดข่าว ผู้ส่งข่าว สื่อกลางที่ใช้ในการส่งข่าว และผู้รับข่าว ในที่นี้หมายถึงข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ข่าวเด่น หมายถึง ข่าว กิจกรรม ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ศิลปะและวัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ การเกษตร วิทยาศาสตร์และวิจัย ข่าวสังคมและสตรี ข่าวกีฬา บันเทิง สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ ที่โดดเด่น มีผลกระทบ (Impact) ต่อสังคม ที่ถูกคัดเลือกนำมาวิธีเพื่อส่งให้สื่อมวลชนเผยแพร่ในสื่อที่ตนรับผิดชอบ

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อมวลชน (Mass media) บุคคลหรือคณะบุคคล ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ตาม ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำข่าวสารและเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่มวลชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัลหรือในรูปอื่นใดที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้เป็นการทั่วไป

คลิปปิ้งข่าวออนไลน์ (Online News Clipping) หมายถึง ข่าวสาร บทความ หรือเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ (เว็บไซต์ข่าว, สื่อสังคมออนไลน์) ที่กล่าวถึงหรือเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

การประมวลผลด้วย AI (AI Processing) หมายถึง การนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการจัดการคลิปปิ้งข่าว เช่น การคัดกรองความเกี่ยวข้อง, การจัดหมวดหมู่, การวิเคราะห์ความรู้สึก (Sentiment Analysis), การสกัดคำสำคัญ (Keyword Extraction)

Looker Studio หมายถึง แพลตฟอร์มสำหรับสร้างรายงานและแดชบอร์ดแบบโต้ตอบได้ เพื่อนำเสนอข้อมูลจากการประมวลผลคลิปปิ้งข่าว

การเผยแพร่ข้อมูล (Data Dissemination) หมายถึง กระบวนการนำเสนอข้อมูลสรุปและผลการวิเคราะห์คลิปปิ้งข่าวแก่ผู้เกี่ยวข้องผ่านแดชบอร์ดใน Looker Studio

ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การดำเนินงานที่ใช้ทรัพยากร (เวลา, กำลังคน, ค่าใช้จ่าย) น้อยลง แต่ได้ผลลัพธ์เท่าเดิมหรือมากขึ้น

ประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง การดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เช่น การสร้างความเข้าใจ, การสนับสนุนการตัดสินใจ

Dashboard หมายถึง การนำข้อมูลต่างๆ ที่อาจจะเป็นข้อมูลใน report อยู่แล้วหรือข้อมูลใหม่ๆ มาสรุปให้สามารถเห็นภาพได้ในหน้าเดียว และเป็นข้อมูลที่อัปเดตสม่ำเสมอ เพื่อให้องค์กรสามารถตัดสินใจได้ทันเวลา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิเคราะห์วิจัยที่เกี่ยวข้อง

News Clipping ไม่ใช่เพียงการเก็บข่าว แต่คือการ แปลงข้อมูลข่าวสารเป็นข้อมูลเชิงกลยุทธ์ เพื่อเสริมพลังการสื่อสารองค์กรให้แม่นยำ ทันสถานการณ์ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กร ในสายตาสารณชน ขณะเดียวกัน ในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารถูกผลิตขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การจัดการข้อมูลข่าวสารออนไลน์จำนวนมาก เพราะฉะนั้น การจัดการข้อมูลข่าวสารออนไลน์จำนวนมาก ต้องอาศัย เทคโนโลยีวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ร่วมกับ บุคลากรที่มีวิจรรย์ญาณและความสามารถในการสื่อสาร เพื่อกลั่นกรอง ตอบสนอง และวางกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในโลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ด้วยเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิเคราะห์จึงได้นำเครื่องมือ ที่ช่วยอำนวยความสะดวก ในการปฏิบัติงานด้านการเก็บข้อมูลข่าวมหาวิทยาลัยที่เผยแพร่โดยสื่อมวลชน ของกองสื่อสารองค์กร เช่น Looker Studio ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการแปลงข้อมูลจำนวนมากให้เป็น “ข้อมูลที่มีความหมาย” เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้อง Looker Studio สามารถ รวมข้อมูลจาก Google Sheets มาสร้างภาพรวมแบบบูรณาการ และแสดงผลในรูปแบบ Dashboard ที่ เข้าใจง่าย ทันต่อสถานการณ์ ผ่านรายงาน การศึกษาวิเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปปิ้งข่าวออนไลน์ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568 เป็นเครื่องมือยุทธศาสตร์ ที่ช่วยให้ข้อมูลกลายเป็น เครื่องมือขับเคลื่อนการตัดสินใจ และยกระดับการสื่อสารในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1 ความหมายและคำจำกัดความของ Looker Studio และ Dashboard

2.2 งานวิเคราะห์และวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายและคำจำกัดความของ Looker Studio และ Dashboard

ความหมายและคำจำกัดความของ Looker Studio

Looker Studio ตามความหมายของ Skooldio ซึ่งเป็นองค์กร Education Technology (EdTech) หรือเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ผู้ให้บริการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับวัยทำงาน ในเครือ Learn Corporation คือ Business Intelligence Tool จาก Google สำหรับทำ Data Visualization ที่ช่วยเปลี่ยนข้อมูล อ่านยากๆ ในตารางมาเป็นภาพให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยเป็นเครื่องมือที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน สามารถปรับแต่ง Dashboard ได้หลากหลาย รวมไปถึงทำ Interactive Dashboard ได้อีกด้วย และในความหมายของงานวิเคราะห์ หมายถึง แพลตฟอร์มสำหรับสร้างรายงานและแดชบอร์ดแบบโต้ตอบได้ เพื่อนำเสนอข้อมูลจากการประมวลผลคลิปปิ้งข่าวมหาวิทยาลัยขอนแก่น

Skooldio. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.skooldio.com/about> [วันที่ค้นข้อมูล: 5 พฤษภาคม 2568].

Google Cloud ได้ให้ความหมายไว้ว่า **Looker Studio** (ชื่อเดิม: Google Data Studio) คือเครื่องมือแสดงข้อมูล (data visualization tool) จาก Google ที่ใช้สำหรับสร้างรายงานและแดชบอร์ดแบบ interactive ที่สามารถเชื่อมต่อกับแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น Google Analytics, BigQuery, Google Sheets และอื่น ๆ เพื่อแสดงข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและนำไปใช้ในการตัดสินใจได้ “**Looker Studio is a free business intelligence and data visualization tool that helps you turn your data into informative, easy-to-read, customizable dashboards and reports.**” Google. Looker Studio [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://lookerstudio.google.com/> [วันที่ค้นข้อมูล: 5 พฤษภาคม 2568].

NerdOptimize Web-admin เขียนบทความเรื่อง Looker Studio คืออะไร ? สอนวิธีการใช้งานสำหรับมือใหม่ อัปเดตข้อมูลล่าสุด November 22, 2024 กล่าวว่า Looker Studio คือเครื่องมือที่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ Google พัฒนาและเปิดให้บริการสำหรับผู้ใช้งานที่ต้องการวิเคราะห์และแสดงผลข้อมูลในรูปแบบ Data Visualization ที่เข้าใจง่าย และเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ รวมถึงการติดตามและปรับปรุงประสิทธิภาพของเว็บไซต์ในด้าน SEO (Search Engine Optimization) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการใช้งาน Looker Studio สามารถช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างแดชบอร์ด (Dashboard) รายงาน (Report) และการวิเคราะห์ข้อมูล Performance ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการเขียนโค้ด ช่วยให้ทีมหรือทุกคนในบริษัทสามารถเข้าใจและเข้าถึงข้อมูลของเว็บไซต์ชุดเดียวกัน NerdOptimize. Looker Studio คืออะไร ? สอนวิธีการใช้งานสำหรับมือใหม่ [ออนไลน์]. 22 พฤศจิกายน 2567. แหล่งที่มา: <https://nerdoptimize.com/tools/looker-studio/> [วันที่ค้นข้อมูล: 5 พฤษภาคม 2568].

และบทความจาก data lazy กล่าวถึง Looker Studio ไว้ว่า Looker Studio เป็นเครื่องมือสร้าง Data Visualization จาก Google ที่ช่วยให้เราสามารถสร้างกราฟต่างๆ แล้วนำมาประกอบเป็น Dashboard ได้ โดยสามารถเชื่อมต่อกับข้อมูลจากหลายๆ ที่ (Data Sources) เช่น Google Sheets, Excel, SQL ต่างๆ (BigQuery, Postgresql) และอื่น ๆ Data Lazy. สอนวิธีใช้ Looker Studio (Google Data Studio) เบื้องต้น [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://datalazy.com/articles/how-to-build-create-basic-looker-studio-dashboard/> [วันที่ค้นข้อมูล 5 พฤษภาคม 2568].

9experttraining. ให้ความหมายว่า **Dashboard** คือหน้ากระดานที่ใช้ในการสรุปข้อมูลแบบ Executive ในมุมมองต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดูได้ง่าย ๆ ใช้เวลาในการตีความสั้น ๆ และสามารถตอบโจทย์ในทางธุรกิจได้ใช้ในการติดตามเรื่องที่สนใจ เพื่อเห็นการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลตลอดเวลา 9experttraining. "Dashboard คืออะไร" [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.9experttraining.com/> [วันที่ค้นข้อมูล: 5 พฤษภาคม 2568].

บริษัท ฟิวชั่น โซลูชั่น จำกัด บริษัท Software House สร้าง โปรแกรมจัดการระบบต่างๆ ในองค์กร ให้ความหมายว่า **Dashboard** คือ หน้าจอที่สรุปข้อมูลทุกอย่างให้อยู่ในหน้าจอเดียว เพื่อให้ผู้บริหาร ดูข้อมูล แล้วเข้าใจได้ทันที ฟิวชั่น โซลูชั่น. Dashboard [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.fusionsol.com/blog/dashboard/> [วันที่ค้นข้อมูล: 5 พฤษภาคม 2568].

และเว็บไซต์ Wisesight เผยแพร่บทความ ที่เกี่ยวข้องกับ ความหมายและบทบาทของ **Dashboard** เรื่อง Performance Dashboard คืออะไร ทำไมนักการตลาดต้องใช้ ว่า Dashboard คือ หน้าจอที่สรุปหรือย่อข้อมูลที่สำคัญ ออกมาให้ผู้ใช้งานเข้าใจง่าย ๆ ในรูปแบบของรูปภาพ (หรือ Data Visualization) เช่น กราฟ แผนภูมิ มีการใช้ไอคอน หรือตัวเลขสรุปขนาดใหญ่ ฯลฯ เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานหรือผู้อ่านแดชบอร์ดเข้าใจข้อมูลได้แทบจะในทันที ลักษณะโดยทั่วไปของแดชบอร์ด นอกจากจะใช้ภาพในการสรุปและนำเสนอข้อมูลแล้ว แดชบอร์ดยังมักออกแบบให้นำเสนอข้อมูลเพียงหน้าตาเดียว มองเห็นภาพรวมและสถานการณ์ในหน้าจอเดียว รวมไปถึง มักออกแบบให้มีลักษณะแบบ Interactive หรือสามารถตอบสนองกับผู้ใช้งานได้ เช่น สามารถเลือกกรองข้อมูลเฉพาะที่ต้องการดูได้ สามารถเลือกเปรียบเทียบข้อมูลได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ด้วยเทคโนโลยีปัจจุบันและการแข่งขันทางการตลาดที่ดุเดือด รวดเร็ว แดชบอร์ดจึงมักถูกออกแบบให้สามารถดึงและประมวลผลข้อมูลที่เกิดขึ้นมานำเสนอได้แทบจะในทันที แดชบอร์ดหนึ่งแดชบอร์ดจะทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นหลัก เช่น Marketing Dashboard, Business Dashboard, Financial Dashboard, Project Mangement Dashboad, Brand Performance Dashboard และอื่น ๆ อีกมากมายตามแต่ละวัตถุประสงค์

Wisesight. (18 กรกฎาคม 2567). What is performance dashboard? [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://wisesight.com/news/what-is-performance-dashboard/> [วันที่ค้นข้อมูล 7 พฤษภาคม 2568].

2.2 งานวิเคราะห์วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐพล ม่วงท่า (Nattapon Muangtum) เจ้าของเพจการตลาดวันละตอน / อาจารย์พิเศษวิชา Data-Driven Communication ที่ปรึกษา Data-Driven Advisor กล่าวในบทความการตลาดวันละตอน บนเว็บไซต์ everydaymarketing เรื่อง Looker Studio เริ่มต้น Analytics แบบง่ายๆ ที่นักการตลาดยุคใหม่ ต้องรู้ ถึง 4 ข้อดีของการใช้ Looker Studio ว่า ทำให้ทุกคนในทีมเห็น Insight เดียวกัน ทุกคนในทีมสามารถเห็น Data ภาพเดียวกันได้ ทำให้เราสามารถตัดสินใจร่วมกันได้ง่ายๆ ว่าตกลงเราควรจะต้องเดินไปในทิศทางใด สามารถสร้าง Dashboard ที่สวยงามได้ ซึ่งเดิมทีการจะสร้าง Report นั้นเป็นเรื่องที่น่าเบื่อ เพราะขาดความสวยงามในการเล่าเรื่อง หรือถ้าจะทำออกมาเป็น Dashboard ก็ต้องใช้ความรู้ที่คนทั่วไปไม่มี ยิ่งจะทำให้เป็น Interactive หรือคลิกเพื่อดูได้โดยไม่ต้องพุดถึง แต่ด้วย Data studio ทำให้การทำทั้งหมดที่ว่ามันนั้นเป็นเรื่องง่ายแค่ปลายนิ้วคลิก อยากเห็น Report แบบไหนก็กดแค่ไม่กี่คลิก ยิ่งถ้าอยากทำให้

กดเลือกดูข้อมูลใน Dashboard ได้แค่ก็กดเพิ่มไปอีกไม่กี่คลิกเท่านั้นเอง ส่วนการตั้งค่าการเข้าถึง Dashboard ทำได้ไม่ยาก ทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบันได้ง่าย

รวมถึงทำงานร่วมกันง่าย แชนจ์ข้อมูลให้กันง่าย เครื่องมือนี้ทำให้ทุกคนในองค์กรสามารถเรียนรู้เพื่อใช้งาน และร่วมกันสร้าง Interactive Dashboard ด้วยกัน ทำให้งานไม่ต้องกระจุกอยู่กับแค่คนใดคนหนึ่ง และทำให้ทุกคนในองค์กรสามารถเห็นข้อมูลร่วมกันทั้งองค์กรเพียงเข้าไปดู Dashboard หรือ Report ก่อนจะมาตัดสินใจและวางแผนการปฏิบัติงานร่วมกัน ส่งผลให้การประชุมเร็วขึ้นและมีประสิทธิภาพ ขึ้นกว่าเดิม

ม่วงท่า, ญัฐพล. "Looker Studio เริ่มต้น Analytics แบบง่ายๆ ที่นักการตลาดยุคใหม่ต้องรู้." การตลาด วันละตอน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://everydaymarketing.co/knowledge/looker-studio-start-marketing-analytics-for-sme/> [วันที่ค้นข้อมูล: 14 พฤษภาคม 2568].

จากบทความของ 9 experttraining บนเว็บไซต์ <https://www.9experttraining.com/> เรื่อง **Looker Studio** คืออะไร กล่าวไว้ว่า Looker Studio คือเครื่องมือด้าน Business Intelligence ของ Google โดยที่ทุกคนสามารถใช้งานได้ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายและไม่จำเป็นต้องเป็น Account ขององค์กร ก็สามารถใช้งาน Looker Studio ได้ ข้อมูลจาก Gartner ในปี 2024

โดยจากการจัดอันดับล่าสุดใน Magic Quadrant รายงานที่จัดทำโดย Gartner ได้จัดอันดับเครื่องมือ ด้าน Business Intelligence โดยล่าสุด Looker Studio ที่อยู่ภายใน Google ถูกจัดอยู่ในกลุ่ม Leaders เช่นเดียวกันกับ Power BI (Microsoft), Tableau (Salesforce), Qlik, Oracle และ ThoughtSpot นอกจากนี้ Looker Studio รองรับการเชื่อมต่อข้อมูลที่หลากหลาย เช่น กลุ่ม Database, กลุ่มเครื่องมือ Google Marketing Platform, กลุ่มเครื่องมือ Google ทั่วไป, ไฟล์ที่เป็นตระกูล CSV ที่ถูกอัปโหลดขึ้น Google Cloud Storage, ไฟล์จาก Microsoft Excel (xlsx), กลุ่มช่องทาง Social Media ที่สำคัญการแชร์ และทำงานร่วมกันบน Looker Studio สามารถแชร์ได้ง่าย ๆ เหมือนกับการแชร์บน Google Sheet, Google Docs และ Google Slide ด้วยเหตุนี้ Looker Studio จึงเป็นที่นิยม ผวนกับใช้งานง่าย ไม่ต้องเขียนโค้ด โดยที่เราไม่ต้องมีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมก็สามารถสร้างรายงานที่มีคุณภาพฟรี ในขณะที่เครื่องมือด้าน BI ตัวอื่น ๆ จะต้องมีการมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมหรือมีข้อจำกัดต่าง ๆ และแชร์ Dashboard ได้ง่าย

9experttraining. "Looker Studio คืออะไร." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.9experttraining.com/articles/looker-studio-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3>

[วันที่ค้นข้อมูล: 14 พฤษภาคม 2568].

ส่วนงานวิจัยและบทความทางวิชาการเพิ่มเติมเกี่ยวกับ **Looker Studio** เช่น กรณีศึกษาองค์กร ขนาดใหญ่ (Case Studies) คือ REI (Recreational Equipment, Inc.) ห้างสรรพสินค้าในอเมริกา เป็น

เครือข่ายร้านค้าปลีกและสหกรณ์การกลางแจ้งในสหรัฐอเมริกา ซึ่งก่อตั้งขึ้นในรูปแบบสหกรณ์ มีร้านค้า 181 แห่ง ใน 41 รัฐ และยังดำเนินธุรกิจผ่านการสั่งซื้อทางไปรษณีย์และอินเทอร์เน็ต Looker Studio REI เปลี่ยนแปลงธุรกิจด้วย Looker Studio ได้อย่างไร: โดย Recreational Equipment, Inc. (REI) นั้น ได้รับการยอมรับมายาวนานว่าเป็นผู้นำด้านการค้าปลีกกลางแจ้ง โดยนำเสนออุปกรณ์และเครื่องแต่งกาย คุณภาพสูงสำหรับผู้ชื่นชอบกิจกรรมกลางแจ้ง ขณะเดียวกันก็รักษาความมุ่งมั่นในการดูแลสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของชุมชน อย่างไรก็ตาม เช่นเดียวกับผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำนวนมากที่เผชิญกับการปฏิวัติทางดิจิทัล REI จำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ข้อมูลเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่เน้นออนไลน์มากขึ้น

กรณีศึกษานี้ตรวจสอบว่า REI ใช้ประโยชน์จาก Looker Studio ของ Google (เดิมเรียกว่า Google Data Studio) ได้อย่างไรในการเปลี่ยนแปลงความสามารถด้านปัญญาทางธุรกิจ ซึ่งช่วยให้สามารถตัดสินใจ โดยอิงจากข้อมูลทั่วทั้งองค์กรได้ ตั้งแต่การปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าไปจนถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลังและการปรับปรุงผลตอบแทนจากการลงทุนทางการตลาด การนำ Looker Studio ของ REI มาใช้นั้นให้บทเรียนอันมีค่าสำหรับธุรกิจที่ต้องการใช้ประโยชน์จากพลังของการแสดงภาพข้อมูล และการวิเคราะห์ ซึ่งก่อนที่จะนำ Looker Studio มาใช้ REI เผชิญกับความท้าทายที่สำคัญเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานข้อมูล, แหล่งข้อมูลที่กระจัดกระจาย โดยข้อมูลกระจัดกระจายอยู่ในหลายระบบ รวมถึงระบบจุดขาย (POS) แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ซอฟต์แวร์การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ระบบการจัดการสินค้าคงคลัง และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย การเข้าถึงข้อมูลที่จำกัด เพราะการวิเคราะห์ ข้อมูลต้องใช้ทักษะทางเทคนิคเฉพาะทาง ทำให้เกิดคอขวดที่ผู้ใช้ทางธุรกิจต้องพึ่งพาฝ่ายไอทีในการขอข้อมูล เชิงลึก ยังมีเรื่องการตัดสินใจที่ล่าช้า ระยะเวลาที่ล่าช้าระหว่างการร้องขอข้อมูลและการรับข้อมูลเชิงลึก ที่ดำเนินการได้มักส่งผลให้พลาดโอกาสและกลยุทธ์ทางธุรกิจแบบตอบสนองมากกว่าเชิงรุก ยังมีการรายงาน ที่ไม่สอดคล้องกัน แผนกต่างๆ มีการใช้ตัวชี้วัดและวิธีการรายงานที่แตกต่างกัน ทำให้การทำงานร่วมกันข้าม ฟังก์ชันทำได้ยาก ส่วนข้อจำกัด ในการปรับขนาด ในขณะที่ REI ยังคงเติบโต เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่ ก็ประสบปัญหาในการจัดการกับปริมาณข้อมูลที่เพิ่มขึ้นและความซับซ้อน แล้วยังมีช่องว่างการมองเห็น แบบ Omnichannel การทำความเข้าใจการเดินทางของลูกค้าทั้งหมดผ่านร้านค้าจริง การช้อปปิ้งออนไลน์ และการโต้ตอบผ่านแอปมือถือเป็นเรื่องที่ท้าทายเป็นอย่างยิ่ง

หลังจากประเมินแพลตฟอร์มปัญญาทางธุรกิจหลายแพลตฟอร์มแล้ว REI ก็เลือก Looker Studio ของ Google เนื่องจากความสามารถในการแสดงภาพที่ทรงพลัง อินเทอร์เฟซที่ใช้งานง่าย และการผสานรวม ที่ราบรื่นกับโครงสร้างพื้นฐาน Google Cloud ที่มีอยู่ของ REI กระบวนการนำไปใช้งานเกี่ยวข้องกับขั้นตอน สำคัญหลายขั้นตอน กล่าวโดยสรุปแล้ว การนำ Looker Studio ของ REI มาใช้แสดงให้เห็นว่าผู้ค้าปลีก แบบดั้งเดิมสามารถใช้ประโยชน์จากเครื่องมือการแสดงผลข้อมูลและการวิเคราะห์ที่ทันสมัยได้อย่างไร เพื่อประสบความสำเร็จในตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน REI ได้ปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพ

การดำเนินงาน และปรับปรุงประสิทธิภาพทางการเงิน โดยการทำลายกำแพงข้อมูล การเข้าถึงข้อมูลเชิงลึก
อย่างเป็นประชาธิปไตย และการส่งเสริมวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

สิ่งสำคัญที่ได้จากการเดินทางของ REI คือ การเปลี่ยนแปลงการวิเคราะห์ที่ประสบความสำเร็จนั้น
ต้องการมากกว่าแค่การนำเทคโนโลยีมาใช้เท่านั้น แต่ยังต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร
การทำงานร่วมกันระหว่างฟังก์ชันต่างๆ การจัดการการเปลี่ยนแปลงที่รอบคอบ และการลงทุนอย่างต่อเนื่อง
ในด้านความรู้และการกำกับดูแลข้อมูล

สำหรับองค์กรต่างๆที่กำลังพิจารณาเริ่มโครงการที่คล้ายกัน กรณีของ REI นำเสนอบทเรียนอันมีค่าเกี่ยวกับการ
ใช้แนวทางแบบเป็นขั้นตอน การเน้นที่ความต้องการของผู้ใช้ และการมองการวิเคราะห์เป็นการเดินทาง
ที่ต่อเนื่องมากกว่าจุดหมายปลายทาง ในขณะที่ REI ยังคงพัฒนาแผนกลยุทธ์ด้านข้อมูลต่อไป พวกเขาอยู่ใน
ตำแหน่งที่ดีที่จะรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันในภูมิทัศน์การค้าปลีกในขณะที่ยังคงยึดมั่นในการกิจในการ
เชื่อมต่อผู้คนกับธรรมชาติ

Data Dashboard Hub. "How REI Transformed Its Business with Looker Studio: A

Comprehensive Case Study. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.datadashboardhub.com/post/rei-looker-studio-case-study> [วันที่ค้นข้อมูล: 15

พฤษภาคม 2568].

ขณะที่กรณีศึกษาขององค์กรการศึกษา คือโรงเรียน IDN Akhwat (อินโดนีเซีย) มีการพัฒนาระบบ
ติดตามผลการเรียน “IDN Hebat” โดยใช้ Naive Bayes ร่วมกับ Looker Studio เพื่อจำแนกความสำเร็จ
ของนักเรียน ช่วยลดภาระงานคีย์และสรุปข้อมูลได้เร็วกว่าเดิม โดยเว็บไซต์
<https://www.researchgate.net/> ได้อ้างอิงบทความงานวิจัยที่เผยแพร่ทาง Indonesian Journal
of Multidisciplinary Science 3(11) เมื่อ August 2024 เรื่อง การนำ Naive Bayes Method
มาใช้ใน Looker Studio สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการบรรลุผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน IDN ที่ยอดเยี่ยมในโรงเรียน
IDN Akhwat (Implementation of the Naive Bayes Method in Looker Studio for data on the
achievement of Great IDN in IDN Akhwat School)

มีเนื้อหาสรุปดังนี้

โปรแกรม IDN Hebat เป็นเครื่องมือสำคัญที่โรงเรียนใช้ในการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลผลสัมฤทธิ์
ของนักเรียน อย่างไรก็ตาม เมื่อมีกิจกรรมที่กำหนดเป้าหมายในโปรแกรม IDN ความท้าทายในการจัดการและ
วัดผลสัมฤทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพก็เกิดขึ้น งานวิจัยนี้มุ่งหวังที่จะพัฒนาระบบการจัดการข้อมูลบนเว็บ
บนคลาวด์สำหรับผลสัมฤทธิ์ของ IDN Hisbat ที่โรงเรียน IDN Akhwat โดยใช้ Google Looker Studio
และอัลกอริทึม Naive Bayes แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้คือการใช้ชุดข้อมูลการจำแนกประเภทที่ได้จาก
ข้อมูลผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนในโปรแกรม Great IDN ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่าความแม่นยำสูงสุด

ของผลสัมฤทธิ์ทางการสอนตกอยู่ที่สถานะเกินเป้าหมายโดยมีเปอร์เซ็นต์ 89% และชั้นเรียนที่มีสถานะสูงกว่าเป้าหมายสูงสุดคือชั้นเรียน 9A โดยมีเปอร์เซ็นต์เฉลี่ย 35%

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์นี้ยังช่วยให้ผู้ประสานงานและโรงเรียนวางแผนโปรแกรมที่มีประสิทธิภาพ และมีกลยุทธ์มากขึ้นในอนาคตได้ โดยรวมแล้ว การศึกษานี้ให้ประโยชน์สำคัญในการปรับปรุงคุณภาพการสอน และการฝึกสอนนักเรียน ตลอดจนสนับสนุนการตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล คาดว่าการศึกษาครั้งนี้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความแม่นยำ และประสิทธิผลในการจัดการผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน ขณะเดียวกัน ก็สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการศึกษาที่ดีที่สุดสำหรับนักเรียนแต่ละคนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จที่ไม่ธรรมดา

Yuma Akbar, Haura Salsabila Az-Zahra, Kiki Setiawan และ Raisah Fajri. "Implementation of the Naive Bayes Method in Looker Studio for Data on the Achievement of Great IDN in IDN Akhwat School." Indonesian Journal of Multidisciplinary Science. ปีที่ 3 ฉบับที่ 11 (สิงหาคม 2567): doi:10.55324/ijoms.v3i11.981. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

https://www.researchgate.net/publication/383487788_Implementation_of_the_Naive_Bayes_Method_in_Looker_Studio_for_data_on_the_achievement_of_Great_IDN_in_IDN_Akhwat_School [วันที่ค้นข้อมูล: 15 พฤษภาคม 2568].

และในแวดวงของสื่อและสิ่งพิมพ์ ได้กล่าวเกี่ยวกับ Looker Studio ไว้เช่นกัน คือ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของ Looker Studio ของ **The Telegraph (สหราชอาณาจักร)** กรณีศึกษาที่ครอบคลุมของการนำไปใช้งาน พร้อมแจงเหตุที่เลือกใช้ Looker Studio เนื่องจากเข้าถึงง่ายแม้ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญเทคนิค สามารถรองรับ real-time insights เชื่อมระบบเดิมอย่าง Google Analytics ได้สิ้นไหล ต้นทุนต่ำแต่ปรับแต่งได้สูง และรองรับการทำงานร่วมแบบทีม ดังเนื้อหาตามบทความ Looker Studio Case Studies ที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ Data Dashboard Hub (<https://www.datadashboardhub.com/>) ดังบทนำนี้

The Telegraph ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของสหราชอาณาจักรซึ่งมีประวัติยาวนานกว่า 160 ปี ได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลที่น่าทึ่งเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ยอดจำหน่ายสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิมยังคงลดลงและรูปแบบการบริโภคแบบดิจิทัลได้ปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรม The Telegraph จึงตระหนักถึงความจำเป็นอย่างยิ่งในการใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนการตัดสินใจด้านบรรณาธิการ เพิ่มประสิทธิภาพการมีส่วนร่วมของผู้อ่าน และเร่งการเติบโตของการสมัครสมาชิก กรณีศึกษานี้ตรวจสอบวิธีที่ The Telegraph นำ Looker Studio ของ Google มาใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงแนวทางการแสดงภาพข้อมูลและการวิเคราะห์ ซึ่งช่วยให้สามารถตัดสินใจได้อย่างคล่องตัวมากขึ้นในด้านการบรรณาธิการ การตลาด และการดำเนินธุรกิจ

ประเด็นสำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของ Looker Studio ของ The Telegraph โดยข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญจากการนำ Looker Studio ของ The Telegraph มาใช้ ได้แก่ ผลกระทบต่อรายได้ The Telegraph

ประสบความสำเร็จในการเพิ่มอัตราการสมัครรับข้อมูลดิจิทัลถึง 35% ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพกลยุทธ์เนื้อหาที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล, ประสิทธิภาพของบรรณาธิการ ผู้สร้างเนื้อหาลดเวลาที่ใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพลง 60% ทำให้สามารถมุ่งเน้นไปที่การสื่อสารมวลชนที่มีคุณภาพสูงได้มากขึ้น, การเติบโตของผู้ชม การนำไปใช้ส่งผลให้มีเมตริกการมีส่วนร่วมของผู้อ่านเพิ่มขึ้น 28% และการสมัครรับจดหมายข่าวเพิ่มขึ้น 22%, การประหยัดต้นทุน องค์กรประหยัดเงินได้ประมาณ 180,000 ปอนด์ต่อปีด้วยการรวมเครื่องมือวิเคราะห์หลายตัวเข้าไว้ใน Looker Studio, ความเร็วในการตัดสินใจ ขณะนี้ทีมบรรณาธิการสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับเนื้อหาได้เร็วขึ้น 70% ด้วยข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสิทธิภาพแบบเรียลไทม์, การขยายตัวทั่วโลก ข้อมูลเชิงลึกทำให้สามารถใช้กลยุทธ์การเปลี่ยนเนื้อหาสำหรับตลาดต่างประเทศได้อย่างประสบความสำเร็จ, มูลค่าผู้โฆษณา การวิเคราะห์ผู้ชมที่ได้รับการปรับปรุงทำให้ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายผู้โฆษณาดีขึ้น ทำให้รายได้จากโฆษณาเพิ่มขึ้น 18%

ส่วนภูมิหลังด้านความท้าทายด้านดิจิทัลของ The Telegraph จากภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ในปี 2022 The Telegraph เผชิญกับความท้าทายด้านการดำรงอยู่แบบเดียวกันที่ก่อวงองค์กรสื่อดั้งเดิมทั่วโลก การจำหน่ายสิ่งพิมพ์ลดลงอย่างมาก รายได้จากการโฆษณาดิจิทัลตกอยู่ภายใต้แรงกดดันจากยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยี และความคาดหวังของผู้อ่านต่อเนื้อหาคุณภาพสูงที่ปรับแต่งตามความต้องการยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์กรจำเป็นต้องเปลี่ยนจากแนวคิดของผู้จัดพิมพ์แบบดั้งเดิมไปเป็นบริษัทสื่อที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ซึ่งก่อนที่จะนำ Looker Studio มาใช้ ภูมิทัศน์การวิเคราะห์ของ The Telegraph มีลักษณะเฉพาะหลายประการ เช่น แหล่งข้อมูลที่กระจัดกระจาย โดยทีมบรรณาธิการพึ่งพา Google Analytics การวิเคราะห์พื้นฐานของโซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์มสมัครสมาชิก และเครื่องมืออื่นๆ มากมาย ทำให้ยากต่อการได้รับมุมมองที่เป็นหนึ่งเดียวเกี่ยวกับประสิทธิภาพของเนื้อหา ทำให้การตัดสินใจด้านบรรณาธิการมักทำขึ้นโดยอิงจากข้อมูลประสิทธิภาพที่ล่าช้าหรือล้าสมัย

ทำให้ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากหัวข้อที่เป็นกระแสหรือเนื้อหาไวรัลลดลง, มีช่องว่างที่สำคัญระหว่างนักวิเคราะห์ข้อมูลและทีมบรรณาธิการ ทำให้เกิดความล่าช้าในการเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกเป็นกลยุทธ์บรรณาธิการที่ดำเนินการได้ ประกอบกับ

ความซับซ้อนของช่องทางการสมัครสมาชิก ซึ่งการทำความเข้าใจเส้นทางของผู้อ่านตั้งแต่ผู้เยี่ยมชมทั่วไปจนถึงสมาชิกที่ชำระเงินนั้นจำเป็นต้องเชื่อมต่อข้อมูลจากจุดสัมผัสและแพลตฟอร์มต่างๆ นอกจากนั้นยังมีเรื่องการรายงานที่ใช้ทรัพยากรจำนวนมาก ทำให้การสร้างรายงานประสิทธิภาพใช้เวลาอย่างมากจากทั้งทีมบรรณาธิการและทีมวิเคราะห์ ทำให้เวลาที่ใช้ในการสร้างเนื้อหาและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ลดลง ยังมีตัวชี้วัดที่ไม่สอดคล้องกัน แผนกต่างๆ ใช้คำจำกัดความที่แตกต่างกันสำหรับตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพหลัก ส่งผลให้การตีความความสำเร็จขัดแย้งกัน

ความท้าทายเหล่านี้กระตุ้นให้ผู้นำของ The Telegraph แสวงหาแนวทางที่บูรณาการและเข้าถึงได้มากขึ้นสำหรับการแสดงภาพข้อมูลและการวิเคราะห์ที่สามารถให้บริการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในบรรณาธิการและ

ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ The Telegraph ตัดสินใจนำ Looker Studio มาใช้ ในช่วงต้นปี 2022 The Telegraph ได้เริ่มการประเมินแพลตฟอร์มการแสดงผลข้อมูลอย่างครอบคลุม หลังจากการประเมินที่ครอบคลุมซึ่งเกี่ยวข้องกับทีมบรรณาธิการ การตลาด และเทคนิค พวกเขาได้เลือก Looker Studio ของ Google โดยพิจารณาจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์หลายประการ เช่น การเข้าถึงบรรณาธิการ อินเทอร์เฟซที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ของ Looker Studio ทำให้ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการสามารถเข้าถึงและตีความข้อมูลได้โดยตรงโดยไม่ต้องมีความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค, ความสามารถของแพลตฟอร์มในการให้ข้อมูลเชิงลึกแบบเกือบเรียลไทม์ที่สอดคล้องกับลักษณะที่รวดเร็วของการเผยแพร่ข่าว, การเชื่อมต่อที่ราบรื่นกับ Google Analytics, Google Ad Manager และเครื่องมือ Google Workspace อื่นๆ ที่ The Telegraph ใช้ไปแล้ว สิ่งสำคัญอีกประการที่ The Telegraph พิจารณา คือ ความคุ้มค่า เมื่อเปรียบเทียบกับทางเลือกระดับองค์กร Looker Studio มอบคุณค่าที่น่าสนใจสำหรับองค์กรสื่อ โดยสร้างสมดุลระหว่างคุณภาพกับความยั่งยืนทางการเงิน

Data Dashboard Hub. The Telegraph's Looker Studio Digital Transformation: A Comprehensive Case Study of Its Implementation. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

https://www.datadashboardhub.com/post/telegraph-s-looker-studio-digital-transformation?utm_source=chatgpt.com [วันที่ค้นข้อมูล: 7 พฤษภาคม 2568].

จากความหมายและคำจำกัดความดังกล่าว สามารถเปรียบเทียบ Looker Studio และ Dashboard ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปเปรียบเทียบ Looker Studio และ Dashboard

สรุปเปรียบเทียบ

รายการ	Looker Studio	Dashboard
ประเภท	เครื่องมือ	รูปแบบการนำเสนอข้อมูล
ใช้ทำอะไร	สร้างรายงานแบบภาพ	แสดงข้อมูลแบบรวม สรุป และวิเคราะห์
ผู้พัฒนา	Google (ภายใต้ Google Cloud)	เป็นแนวคิดทั่วไป (ใช้ได้หลายแพลตฟอร์ม)
ลักษณะเด่น	เชื่อมต่อแหล่งข้อมูลหลากหลาย, ฟรี	ใช้แสดง KPI, การแจ้งเตือน, เทรนด์ข้อมูล

บทที่ 3

หลักเกณฑ์และวิธีการวิเคราะห์

การศึกษาวเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปปิงข่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568 การศึกษาวเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปปิงข่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลข่าวมหาวิทยาลัยที่ถูกเผยแพร่โดยสื่อมวลชนทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของสื่อมวลชนแต่ละสำนัก ซึ่งเรียกว่าคลิปปิงข่าว ข้อมูลที่ได้จากการเก็บคลิปปิงข่าวจะถูกนำไปเผยแพร่บนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในรูปแบบ Google Sheet ซึ่งดำเนินการตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มีความเป็นระบบ เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง แม่นยำ และข้อมูลนี้จะเป็นฐานข้อมูลที่มีค่า ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม 2568 - พฤษภาคม 2568 (เป็นรอบการประเมินเดือนมิถุนายน 2567 - พฤษภาคม 2568 ซึ่งหลังจากสรุปข้อมูลในรอบนี้เสร็จสิ้น ผู้ศึกษาจึงได้ดำเนินการเก็บข้อมูลต่อเนื่องเพื่อให้เป็นปัจจุบัน) รวมจำนวนข่าวทั้งสิ้น 320 ข่าว แล้วนำไปบันทึกใน Google Sheet เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการนำเข้าสู่แพลตฟอร์ม Looker Studio จนเข้าสู่การประมวลผลแล้วนำเสนอในรูปแบบ Dashboard ซึ่งดำเนินการตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มีความเป็นระบบ เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง แม่นยำ และข้อมูลนี้จะเป็นฐานข้อมูลที่มีค่า สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับการวางแผนและการตัดสินใจทางการสื่อสารของมหาวิทยาลัย โดยผู้ศึกษาได้ใช้หลักเกณฑ์และวิธีการวิเคราะห์ที่มีการจำแนกดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูล

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและน่าเชื่อถือ ดังนี้ ข้อมูลคลิปปิงข่าว จากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค ที่ถูกจัดเก็บอย่างเป็นระเบียบในรูปแบบ Google Sheet โดยใช้ข้อมูลเดือน มกราคม กุมภาพันธ์ มีนาคม เมษายน และพฤษภาคม 2568 (อยู่ในรอบปีประเมิน มิถุนายน 2567 - พฤษภาคม 2568) ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข่าวจากแบบบันทึกข้อมูลข่าว มข.ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น ประจำปี 2568 ใน Google Sheet รอบดังกล่าว จำนวน 320 ข่าว ตามแบบบันทึกข้อมูลข่าว มข.ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ประจำปี 2568 <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hLqUp9VVREEGh2jIE9vnNeFTKbL8Nx9K7STAP3aJ4s/edit?usp=sharing>

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำแนกได้ดังนี้

3.2.1 Google Sheets สำหรับการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลเบื้องต้น โดยผู้ศึกษาเก็บข้อมูลการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อออนไลน์ มาบันทึกไว้แยกเป็น รายเดือน ซึ่งใช้ฐานข้อมูลเดือน มกราคม กุมภาพันธ์ มีนาคม เมษายน และพฤษภาคม 2568 แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hLqUp9VvREEGh2lJE9vnNeFTKbL8Nx9K7STAP3aJ4s/edit?usp=sharing>

3.2.2 Looker Studio (Google Data Studio) แพลตฟอร์มหลักในการสร้างรายงานและแดชบอร์ด โดยนำข้อมูลจาก Google Sheets มาแปรผลตามหัวข้อต่างๆ ที่ตั้งไว้ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้จะเป็นข้อมูลสำหรับมหาวิทยาลัย คณะ และหน่วยงานต่างๆ นำไปใช้เป็นฐานข้อมูลอ้างอิง และใช้เป็นเครื่องมือสำหรับช่วยในการวางแผนและวิเคราะห์ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานของตนเอง DASHBOARD ข้อมูลข่าวฯ. ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ประจำปี 2568 <https://lookerstudio.google.com/reporting/9a176a85-918a-42b2-b22d-c1889afc0425>

3.3 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

มีการเก็บและรวบรวมข้อมูลข่าวที่สื่อมวลชน เผยแพร่ต่อในช่องทางสื่อออนไลน์ที่แต่ละสำนัก ทั้งส่วนกลางและท้องถิ่นรับผิดชอบ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบ Google Sheet โดยกำหนดหัวข้อของการจัดเก็บเป็น 13 หมวดหมู่ดังนี้ ปี พ.ศ., ปีงบประมาณ, เดือน, วัน เดือน ปี, หัวข้อข่าว, พาดหัวข่าว, ยุทธศาสตร์ มข., แหล่งที่มาของข่าว, ช่องทางที่เผยแพร่, ประเภทองค์กรสื่อ, ชื่อหน่วยงานสื่อ, หลักฐาน(link) และหน่วยงานเจ้าของข่าว

ผู้ศึกษาเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม 2568 - พฤษภาคม 2568 แล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมไปบันทึกใน Google Sheet เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการนำเข้าสู่แพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard ต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปปิงข่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568 เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) การแจกแจงความถี่ วิเคราะห์จำนวนข่าวตามหมวดหมู่และช่วงเวลา และการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Comparative Analysis) เปรียบเทียบรายเดือนโดยวิเคราะห์ความแตกต่างของแต่ละเดือน, เปรียบเทียบตามหน่วยงานโดยเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างคณะ หน่วยงาน, เปรียบเทียบตามประเภทข่าวโดยวิเคราะห์ประเภทข่าวที่ได้รับความสนใจ

ลิงก์แบบบันทึกข้อมูลข่าวมข.ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ประจำปี 2568

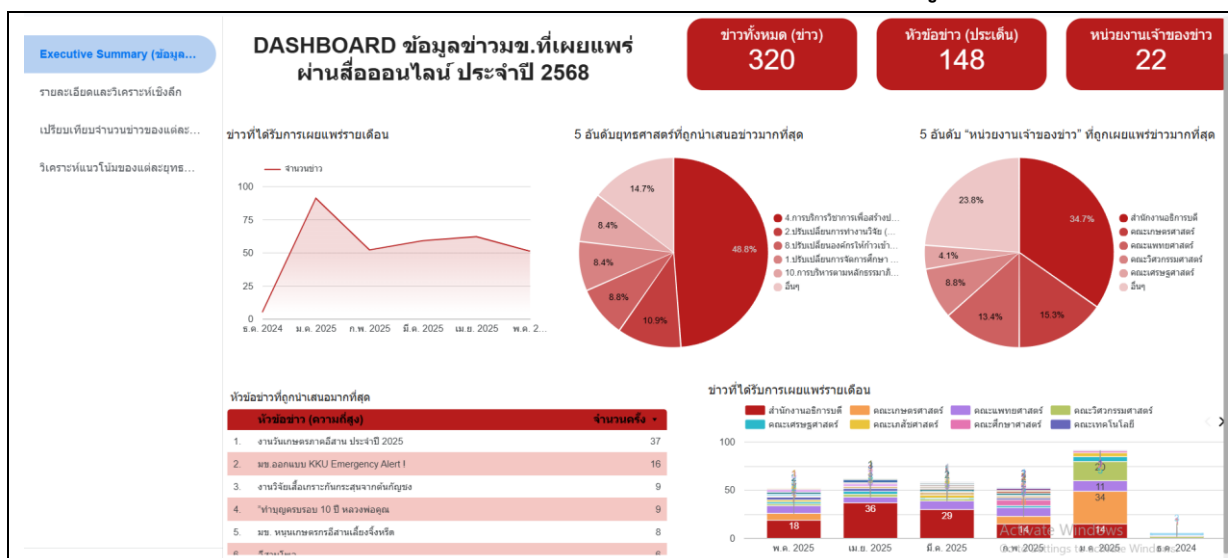
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hLqUp9VVREEGh2JiIE9vnNeFTKbL8Nx9K7STAP3aJ4s/edit?usp=sharing>

2. หลังจากนำข้อมูลข่าวที่ได้รับการเผยแพร่จากสื่อมวลชนบันทึกใน Google Sheet ดังตัวอย่างภาพประกอบที่ 1 และตามลิงก์ด้านบนแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การนำข้อมูลที่กำหนดไว้ใน Google Sheet ที่มีการกำหนดหัวข้อของการจัดเก็บเป็น 13 หมวดหมู่ดังนี้ ปี พ.ศ., ปีงบประมาณ, เดือน, วัน เดือน ปี, หัวข้อข่าว, พาดหัวข่าว, ยุทธศาสตร์ มข., แหล่งที่มาของข่าว, ช่องทางที่เผยแพร่, ประเภทองค์กรสื่อ, ชื่อหน่วยงานสื่อ, หลักฐาน (link) และหน่วยงานเจ้าของข่าว มาออกแบบในแพลตฟอร์ม Looker Studio ผู้ศึกษา ดำเนินการออกแบบทั้งหมด 3 หน้า แต่ละหน้ามีรายละเอียดข้อมูลที่แสดงผล ดังนี้

หน้า 1 ข้อมูลจริง ประกอบไปด้วย

- ข่าวทั้งหมด (ข่าว), หัวข้อข่าว (ประเด็น), หน่วยงานเจ้าของข่าว ทั้ง 3 หมวดนี้ แสดงข้อมูลเป็นแสดงในรูปแบบ Word Cloud และมีการแสดงตัวเลขที่อัปเดตทันทีที่ผู้ดูแลระบบใส่ข้อมูลใหม่ลงไป
- ข่าวทั้งหมดที่เผยแพร่รายเดือน แสดงผลเป็นกราฟเส้น (Line chart) เห็นความเคลื่อนไหวของจำนวนข่าว
- หัวข้อข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุด แสดงในรูปแบบแผนภูมิข้อความแบบภาพ Word Cloud แฉงหัวข้อข่าว (ความถี่สูงไปหาความถี่ต่ำ) และจำนวนครั้งที่ถูกนำเสนอ
- 5 อันดับยุทธศาสตร์ที่ถูกนำเสนอข่าวมากที่สุด และ 5 อันดับหน่วยงานเจ้าของข่าวที่ถูกเผยแพร่ข่าวมากที่สุด แสดงในรูปแบบแผนภูมิวงกลม Pie Chart
- ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่รายเดือน แสดงในรูปแบบกราฟแท่งชั้น (Clustered Stacked Column Chart) ของแต่ละคณะ หน่วยงานที่ได้รับการเผยแพร่ข่าวจากมากอยู่ฐานขึ้นไปหาน้อยด้านบนกราฟ ดังตัวอย่างตามภาพประกอบที่ 2 แสดงถึงการนำข้อมูลเข้าสู่แพลตฟอร์ม Looker Studio

4. ภาพประกอบที่ 4 การออกแบบในแพลตฟอร์ม Looker Studio หน้า 1 ข้อมูลจริง

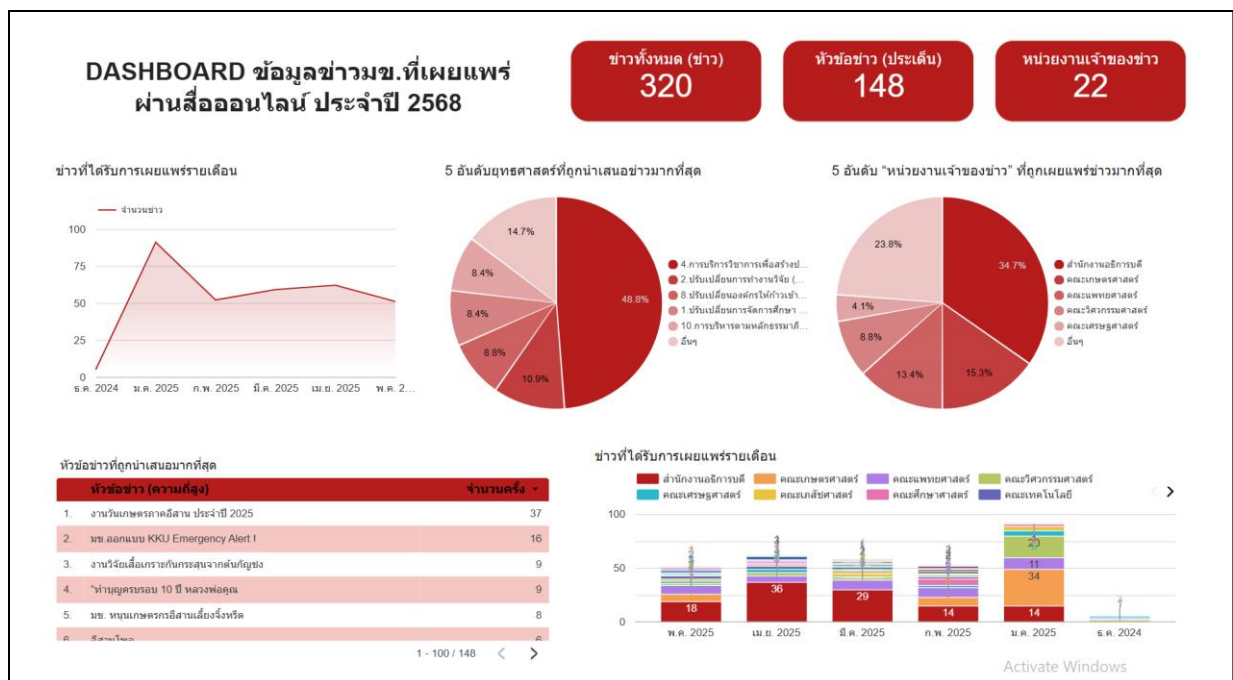


การศึกษาวិเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปปิงข่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio

พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568 โดย เบนญามกรณมีมาช นักประชาสัมพันธ์ ข้าราชการ pg. 20

ตัวอย่างภาพประกอบที่ 3 แสดงถึงการนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard

5. ภาพประกอบที่ 5 การนำเสนอข้อมูล หน้า 1 ข้อมูลจริง รูปแบบ Dashboard

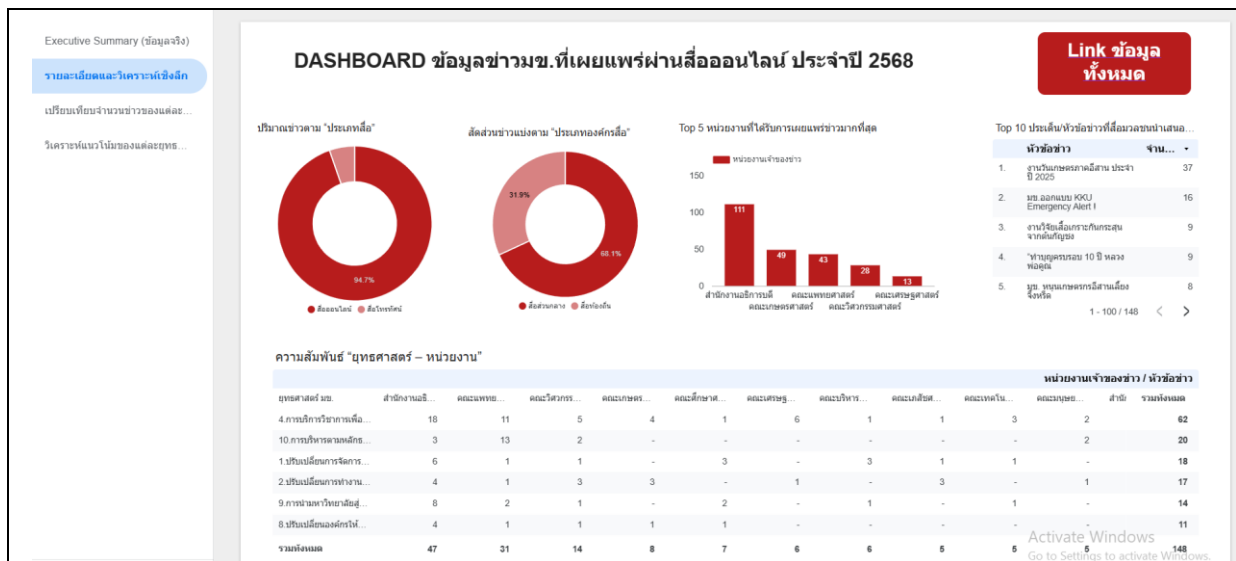


หน้า 2 รายละเอียดและวิเคราะห์เชิงลึก ประกอบไปด้วย

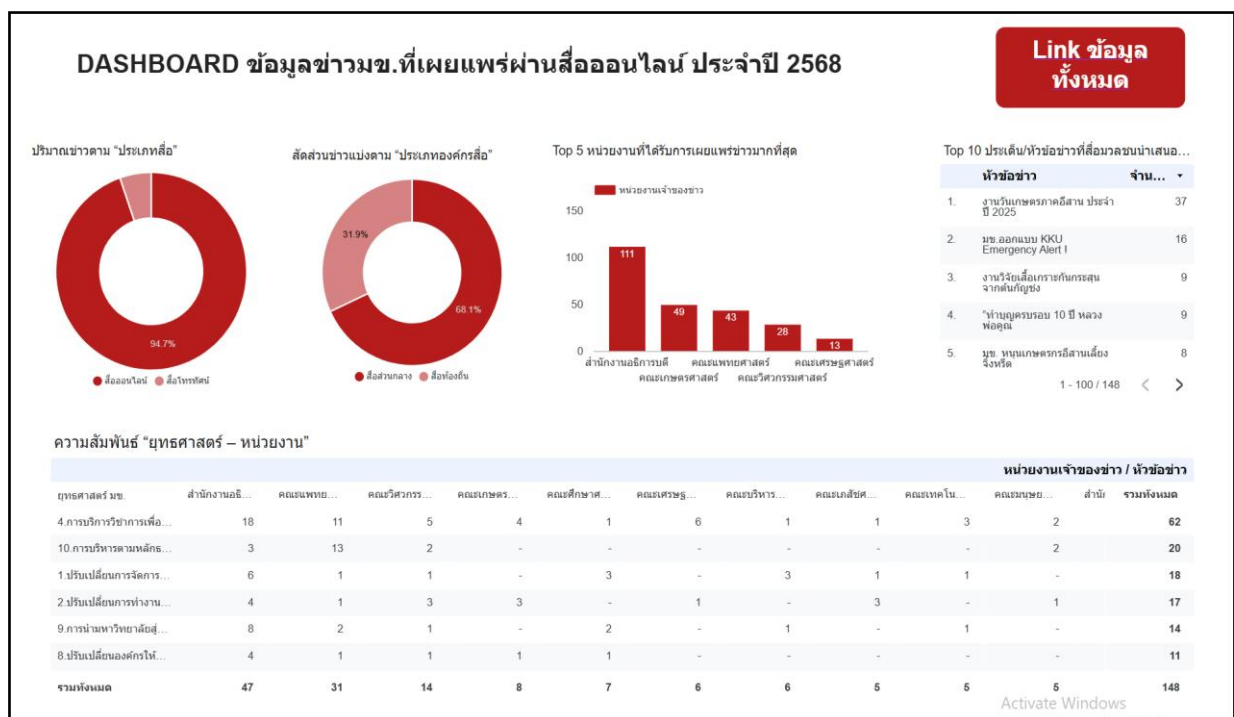
- ปริมาณข่าวตามประเภทสื่อ แสดงในรูปแบบแผนภูมิวงกลม Pie Chart แยกเป็นสื่อออนไลน์และสื่อโทรทัศน์
- สัดส่วนข่าวแบ่งตามประเภทองค์กรสื่อ แสดงในรูปแบบแผนภูมิวงกลม Pie Chart แยกเป็นสื่อส่วนกลางและสื่อท้องถิ่น
- Top 5 หน่วยงานที่ได้รับการเผยแพร่ข่าวมากที่สุด (หน่วยงานเจ้าของข่าว) แสดงในรูปแบบกราฟแท่ง (Bar Chart) แยกเป็น สำนักงานอธิการบดี คณะ หน่วยงาน ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น
- Top 10 ประเด็นหัวข้อข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอมากที่สุด แสดงในรูปแบบแผนภูมิข้อความแบบภาพ Word Cloud แง่หัวข้อข่าว (ความถี่สูงไปหาความถี่ต่ำ) และจำนวนครั้งที่ถูกนำเสนอ
- ความสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์ – หน่วยงาน แสดงในรูปแบบ Pivot Table ที่รวบรวมข้อมูลจากข้อมูลที่บันทึกใน Google Sheet นำมาแยกจัดกลุ่มข่าวตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานเจ้าของข่าว เรียงจากยุทธศาสตร์ที่ถูกนำเสนอเป็นข่าวมากที่สุดและคณะหน่วยงานที่นำเสนอข่าวตามยุทธศาสตร์
- Link ข้อมูลทั้งหมด เป็นการลิงก์ระบบหลังบ้านที่จัดเก็บเป็นฐานข้อมูลใน Google Sheet

ดังตัวอย่างตามภาพประกอบที่ 4

6. ภาพประกอบที่ 6 การออกแบบในแพลตฟอร์ม Looker Studio หน้า 2 รายละเอียดและวิเคราะห์เชิงลึก



7. ภาพประกอบที่ 7 การนำเสนอข้อมูล หน้า 2 รายละเอียดและวิเคราะห์เชิงลึก รูปแบบ Dashboard



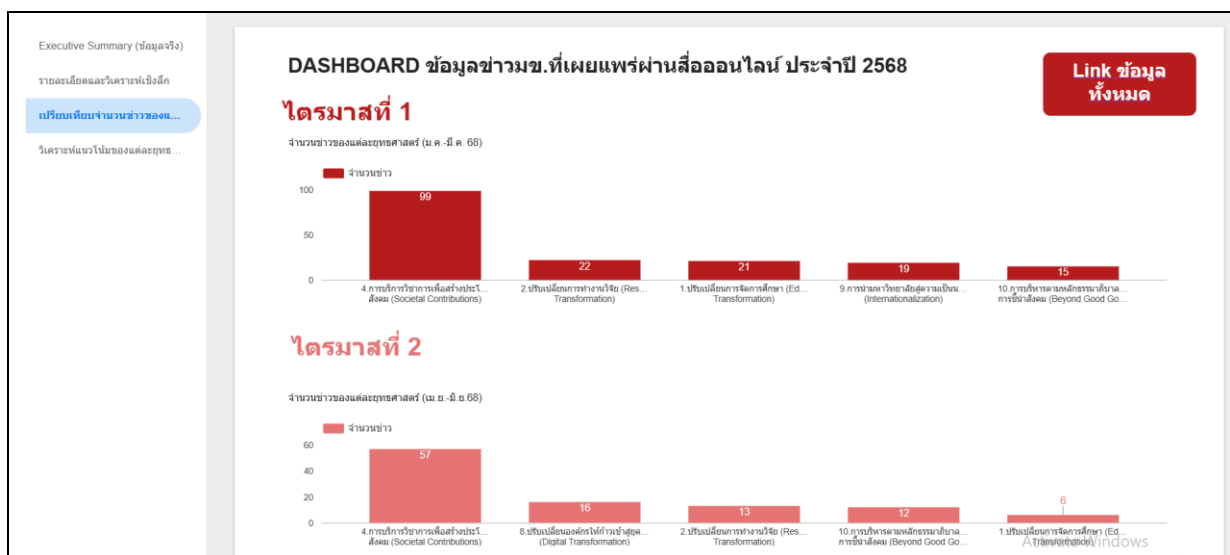
หน้า 3 เปรียบเทียบจำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ระหว่างไตรมาสที่ 1 และ 2 ประกอบไปด้วย

- ไตรมาสที่ 1 จำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ (ม.ค. - มี.ค.68) แสดงในรูปแบบกราฟแท่ง (Bar Chart) แยกเป็น ยุทธศาสตร์ที่ถูกเผยแพร่เป็นข่าว (จำนวนข่าว)

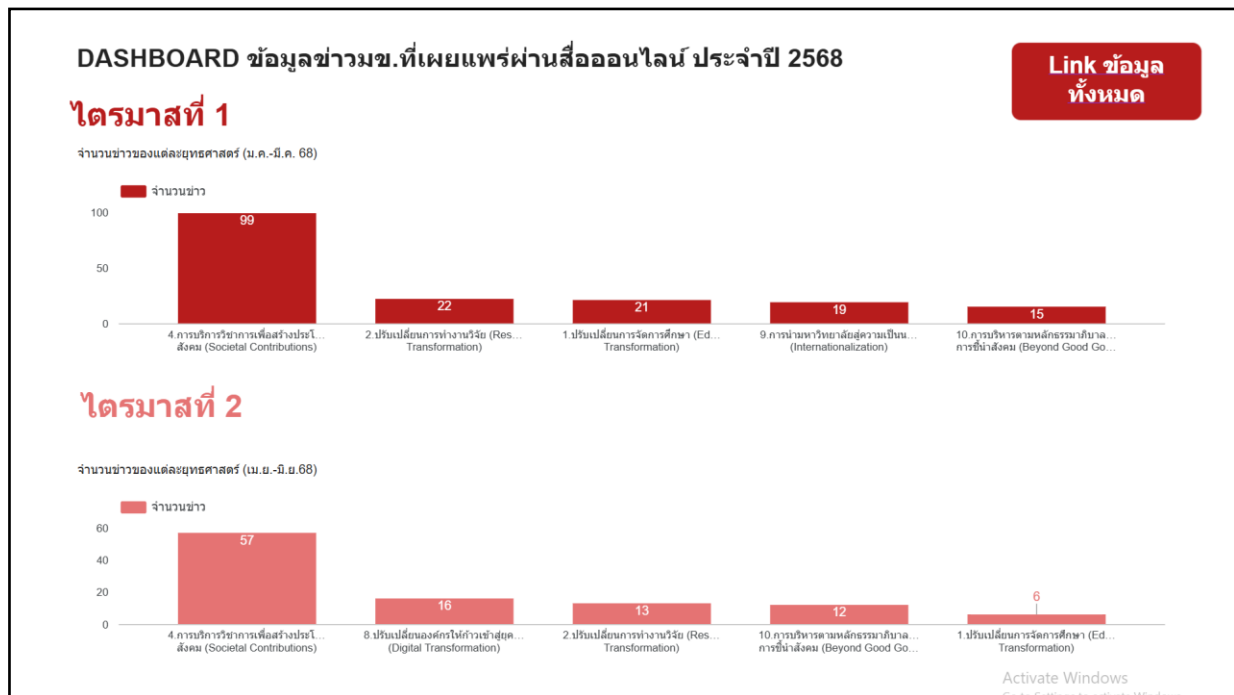
- ไตรมาสที่ 2 จำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ (เม.ย. - มิ.ย.68) แสดงในรูปแบบกราฟแท่ง (Bar Chart) แยกเป็น ยุทธศาสตร์ที่ถูกเผยแพร่เป็นข่าว (จำนวนข่าว) ข้อมูลไตรมาสที่ 2 แสดงถึงเดือน พฤษภาคม 2568 หลังจากผู้ศึกษาสรุปข้อมูลถึงเดือนพฤษภาคม 2568 แล้วเสร็จ จะได้เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลให้อัพเดทต่อไป

- Link ข้อมูลทั้งหมด เป็นการลิงก์ระบบหลังบ้านที่จัดเก็บเป็นฐานข้อมูลใน Google Sheet ดังตัวอย่างตามภาพประกอบที่ 4

8. ภาพประกอบที่ 8 การออกแบบในแพลตฟอร์ม Looker Studio หน้า 3 เปรียบเทียบจำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ระหว่างไตรมาสที่ 1 และ 2



9. ภาพประกอบที่ 9 การนำเสนอข้อมูล หน้า 3 เปรียบเทียบจำนวนข่าว ของแต่ละยุทธศาสตร์ระหว่าง ไตรมาสที่ 1 และ 2 รูปแบบ Dashboard



ลิงก์ DASHBOARD ข้อมูลข่าวมข. ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ประจำปี 2568

<https://lookerstudio.google.com/reporting/9a176a85-918a-42b2-b22d-c1889afc0425>

การศึกษาวิเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปโป๊ง่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568 ผู้ศึกษา ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม 2568 - พฤษภาคม 2568 รวมจำนวนข่าวทั้งสิ้น 320 ข่าว แล้วนำไปบันทึกใน Google Sheet เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการนำเข้าสู่แพลตฟอร์ม Looker Studio จนเข้าสู่การประมวลผล แล้วนำเสนอในรูปแบบ Dashboard สามารถสรุปการรายงานผล โดยแยกเป็นประเด็น ดังนี้

การประมวลผลจากแพลตฟอร์ม Looker Studio นำเสนอในรูปแบบ Dashboard

รายงานข้อมูลข่าวที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ประจำปี 2568

หน้า 1 ข้อมูลจริง

การประมวลผลจากแพลตฟอร์ม Looker Studio นำเสนอในรูปแบบ Dashboard สามารถสรุปการรายงานผล โดยแยกเป็นประเด็น ดังนี้

1. ภาพรวมการเผยแพร่ข่าว

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ระหว่างเดือนมกราคม - พฤษภาคม 2568 พบว่า

- จำนวนข่าวที่เผยแพร่ทั้งหมด 320 ข่าว
- หัวข้อข่าว (ประเด็น) ที่ไม่ซ้ำกันทั้งหมด 148 ประเด็น
- หน่วยงานเจ้าของข่าวที่ร่วมเผยแพร่รวมทั้งสิ้น 22 หน่วยงาน

2. ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่รายเดือน

ตารางที่ 2 ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่รายเดือน

เดือน	จำนวนข่าว
ม.ค. 2568	66 ข่าว
ก.พ. 2568	50 ข่าว
มี.ค. 2568	54 ข่าว
เม.ย. 2568	53 ข่าว
พ.ค. 2568	43 ข่าว

- เดือนที่มีการเผยแพร่ข่าวมากที่สุด คือ เดือน มกราคม 2568 จำนวนข่าว 66 ชิ้น

3. หัวข้อข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุด (Top 5)

ตารางที่ 3 หัวข้อข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุด (Top 5)

หัวข้อข่าว	จำนวนครั้ง
งานวันเกษตรภาคอีสาน ประจำปี 2025	37 ครั้ง
มข.ออกแบบ KKU Emergency Alert!	16 ครั้ง
งานวิจัยเสริมสร้างการรักษาสภาพจากภัยคุกคาม	9 ครั้ง
ทำบุญครบรอบ 10 ปี หลวงพ่อคุณ	9 ครั้ง
มข. หนุนเกษตรกรเลี้ยงสัตว์พื้นที่เสี่ยง	8 ครั้ง

4. ยุทธศาสตร์ที่ถูกนำเสนอมากที่สุด (Top 5)

ตารางที่ 4 ยุทธศาสตร์ที่ถูกนำเสนอมากที่สุด (Top 5)

ยุทธศาสตร์	ร้อยละ
การบริหารจัดการเพื่อสร้างร่วมกัน	48.8%
ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	10.9%
ปรับเปลี่ยนองค์ความรู้ใหม่ให้ชาว ขข.	8.8%
ปรับเปลี่ยนการจัดการศึกษา	8.4%
การบริหารความหลากหลายของมหาวิทยาลัย	8.4%

5. หน่วยงานเจ้าของข่าวที่ถูกเผยแพร่ข่าวมากที่สุด (Top 5)

ตารางที่ 5 หน่วยงานเจ้าของข่าวที่ถูกเผยแพร่ข่าวมากที่สุด (Top 5)

หน่วยงาน	ร้อยละ
สำนักงานอธิการบดี	34.7%
คณะเกษตรศาสตร์	15.3%
คณะแพทยศาสตร์	13.4%
คณะวิศวกรรมศาสตร์	8.8%
คณะเศรษฐศาสตร์	4.1%

หน้า 2 รายละเอียดและวิเคราะห์เชิงลึก

การประมวลผลจากแพลตฟอร์ม Looker Studio นำเสนอในรูปแบบ Dashboard สามารถสรุปการรายงานผล โดยแยกเป็นประเด็น ดังนี้

ปริมาณข่าวตามประเภทสื่อ สัดส่วนข่าวแบ่งตามประเภทองค์กรสื่อ Top 5 หน่วยงานที่ได้รับการเผยแพร่ข่าวมากที่สุด (หน่วยงานเจ้าของข่าว) Top 10 ประเด็นหัวข้อข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอมากที่สุด และความสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์ – หน่วยงาน

1. ปริมาณข่าวตามประเภทสื่อ

- ข่าวส่วนใหญ่ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นสัดส่วน 94.7%
- ส่วนที่เหลือเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นสัดส่วน 5.3%

2. สัดส่วนข่าวแบ่งตามประเภทองค์กรสื่อ

- สื่อส่วนกลาง เป็นผู้เผยแพร่ข่าวในสัดส่วนที่มากที่สุด คือ 68.1%
- สื่อท้องถิ่น เผยแพร่ข่าวในสัดส่วน 31.9%

3. Top 5 หน่วยงานที่ได้รับการเผยแพร่ข่าวมากที่สุด

ตารางที่ 6 หน่วยงานที่ได้รับการเผยแพร่ข่าวมากที่สุด

หน่วยงาน	จำนวนข่าว
สำนักงานอธิการบดี	111 ข่าว
คณะเกษตรศาสตร์	49 ข่าว
คณะแพทยศาสตร์	43 ข่าว
คณะวิศวกรรมศาสตร์	28 ข่าว
คณะเศรษฐศาสตร์	13 ข่าว

4. Top 10 ประเด็นหัวข้อข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอมากที่สุด

ตารางที่ 7 ประเด็นหัวข้อข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอมากที่สุด

หัวข้อข่าว	จำนวนข่าว
งานวันเกษตรภาคอีสาน ประจำปี 2025	37 ข่าว
มข. ออกแบบ KCU Emergency Alert!	16 ข่าว
งานวิจัยสื่อเกราะกันกระสุนจากต้นกล้วย	9 ข่าว
ทำบุญครบรอบ 10 ปี หลวงพ่อคุณ	9 ข่าว
มข. หนุนเกษตรกรสานเลี้ยงจิ้งหรีด	8 ข่าว

5. ความสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์ – หน่วยงาน

- ยุทธศาสตร์ที่มีการเผยแพร่ข่าวมากที่สุด คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 เรื่องการบริการวิชาการเพื่อสร้างประโยชน์ให้สังคม (Societal Contributions) รวมทั้งสิ้น 62 ข่าว

โดยมีหน่วยงานหลักที่ผลิตข่าวภายใต้ยุทธศาสตร์นี้มากที่สุด คือ

สำนักงานอธิการบดี เผยแพร่ 18 ข่าว

คณะแพทยศาสตร์ เผยแพร่ 11 ข่าว

- หน่วยงานที่ผลิตข่าวเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ต่าง ๆ มากที่สุด

สำนักงานอธิการบดี เผยแพร่ 47 ข่าว

คณะแพทยศาสตร์ เผยแพร่ 31 ข่าว

หน้า 3 เปรียบเทียบจำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ระหว่างไตรมาสที่ 1 และ 2 ประกอบไปด้วย

ไตรมาสที่ 1 จำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ (ม.ค. - มี.ค.68) แยกเป็น ยุทธศาสตร์ที่ถูกเผยแพร่เป็นข่าว (จำนวนข่าว)

ไตรมาสที่ 2 จำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ (เม.ย. - มิ.ย.68) แสดงในรูปแบบกราฟแท่ง (Bar Chart) แยกเป็น ยุทธศาสตร์ที่ถูกเผยแพร่เป็นข่าว (จำนวนข่าว)

การประมวลผลจากแพลตฟอร์ม Looker Studio นำเสนอในรูปแบบ Dashboard สามารถสรุปการรายงานผล โดยแยกเป็นประเด็น ดังนี้

1. ไตรมาสที่ 1 (มกราคม - มีนาคม 2568)

ตารางที่ 8 จำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ (ม.ค. - มี.ค.68) ไตรมาสที่ 1

ยุทธศาสตร์	จำนวนข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 4: การบริการวิชาการเพื่อสร้างประโยชน์ให้สังคม	99 ข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 2: ปรับเปลี่ยนการทำงานวิจัย	22 ข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 1: ปรับเปลี่ยนการจัดการศึกษา	21 ข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 9: การนำมหาวิทยาลัยสู่ความเป็นนานาชาติ	19 ข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 10: การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลและการชี้นำสังคม	15 ข่าว

2. ไตรมาสที่ 2 (เมษายน - มิถุนายน 2568)

ตารางที่ 9 จำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ (เม.ย. - มิ.ย.68) ไตรมาสที่ 2

ยุทธศาสตร์	จำนวนข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 4: การบริการวิชาการเพื่อสร้างประโยชน์ให้สังคม	57 ข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 8: ปรับเปลี่ยนองค์กรให้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล	16 ข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 2: ปรับเปลี่ยนการทำงานวิจัย	13 ข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 10: การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลและการขึ้นาสังคม	12 ข่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 1: ปรับเปลี่ยนการจัดการศึกษา	6 ข่าว

สรุปและเปรียบเทียบจำนวนข่าวในไตรมาสที่ 1 และ ไตรมาสที่ 2

- จากสถิติภาพรวม จำนวนข่าวในไตรมาสที่ 2 ลดลงจากไตรมาสที่ 1 ในทุกยุทธศาสตร์ที่ปรากฏในทั้งสองไตรมาส (ข้อมูลไตรมาสที่ 2 แสดงถึงเดือนพฤษภาคม 2568 ซึ่งผู้ศึกษาจะดำเนินการเก็บอย่างต่อเนื่องต่อไป)

- ยุทธศาสตร์ที่มีข่าวมากที่สุด คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 (Societal Contributions) ซึ่งยังคงเป็นยุทธศาสตร์ที่มีจำนวนข่าวมากที่สุดในทั้งสองไตรมาส แต่ลดลงจาก 99 ข่าว เหลือ 57 ข่าว (ข้อมูลไตรมาสที่ 2 แสดงถึงเดือนพฤษภาคม 2568 ซึ่งผู้ศึกษาจะดำเนินการเก็บอย่างต่อเนื่องต่อไป)

- การเปลี่ยนแปลงของยุทธศาสตร์ จากข้อมูลที่ปรากฏ

ยุทธศาสตร์ที่ 9 (Internationalization) ไม่ติด Top 5 ในไตรมาสที่ 2

ยุทธศาสตร์ที่ 8 (Digital Transformation) ปรากฏใหม่ในไตรมาสที่ 2 ด้วย 16 ข่าว

- ยุทธศาสตร์ที่ 1, 2 และ 10 มีจำนวนข่าวลดลงในไตรมาสที่ 2 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 (ข้อมูลไตรมาสที่ 2 แสดงถึงเดือนพฤษภาคม 2568 ซึ่งผู้ศึกษาจะดำเนินการเก็บอย่างต่อเนื่องต่อไป)

สำหรับ หน้า 3 เปรียบเทียบจำนวนข่าวของแต่ละยุทธศาสตร์ระหว่างไตรมาสที่ 1 และ 2 นั้น ข้อมูลไตรมาสที่ 2 แสดงถึงเดือนพฤษภาคม 2568 หลังจากผู้ศึกษาสรุปข้อมูลถึงเดือนพฤษภาคม 2568 แล้วเสร็จ จะได้เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลให้อัพเดทต่อไป

ลิงก์ DASHBOARD ข้อมูลข่าวฯ. ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ประจำปี 2568

<https://lookerstudio.google.com/reporting/9a176a85-918a-42b2-b22d-c1889afc0425>

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวเคราะห์การประมวลผลและการเผยแพร่คลิปปิงข่าวออนไลน์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบ Dashboard รอบปี พ.ศ. 2568 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลข่าวมหาวิทยาลัยที่ถูกเผยแพร่โดยสื่อมวลชนทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของสื่อมวลชนแต่ละสำนัก ซึ่งเรียกว่าคลิปปิงข่าว ข้อมูลที่ได้จากการเก็บคลิปปิงข่าวจะถูกนำไปเผยแพร่บนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในรูปแบบ Google Sheet เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการนำเข้าสู่แพลตฟอร์ม Looker Studio จนเข้าสู่การประมวลผล แล้วนำเสนอในรูปแบบ Dashboard สามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการวางแผนและการตัดสินใจ ด้านการสื่อสารของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลคลิปปิงข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในช่วงเดือนมกราคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2568 โดยประมวลผลข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม Looker Studio และจัดทำเป็น Dashboard พบว่า

- จำนวนข่าวที่เผยแพร่ทั้งหมด รวม 320 ข่าว โดยมี หัวข้อข่าวที่ไม่ซ้ำกัน ทั้งสิ้น 148 ประเด็น และมีหน่วยงานเจ้าของข่าวที่ร่วมเผยแพร่รวม 22 หน่วยงาน เดือนที่มีการเผยแพร่ข่าวสูงสุด คือ มกราคม 2568 (66 ข่าว)

- หัวข้อข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ งานวันเกษตรภาคอีสาน 2025 (37 ครั้ง), KKU Emergency Alert! (16 ครั้ง), งานวิจัยเกี่ยวกับกัญชาและกัญชง และกิจกรรมเกี่ยวกับบุคคลสำคัญ

- ยุทธศาสตร์ที่ถูกนำเสนอมากที่สุด คือ “การบริหารจัดการเพื่อสร้างร่วมกัน” (48.8%) รองลงมาคือ “การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย” (10.9%)

- หน่วยงานที่มีสัดส่วนการเผยแพร่ข่าวสูงสุด คือ สำนักงานอธิการบดี (34.7%) ตามด้วยคณะเกษตรศาสตร์ (15.3%) และคณะแพทยศาสตร์ (13.4%)

- สื่อส่วนกลางเป็นช่องทางหลัก ในการเผยแพร่ข่าว (68.1%) ขณะที่สื่อท้องถิ่นคิดเป็น 31.9%

- ข่าวส่วนใหญ่เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ คิดเป็น 94.7% ของทั้งหมด

- ข่าวที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ที่ 4 (Societal Contributions) ปรากฏมากที่สุด โดยมี 62 ข่าว เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 1 และ 2 (ม.ค.-พ.ค. 2568) พบว่าปริมาณข่าวในไตรมาสที่ 2 มีแนวโน้มลดลงในทุกยุทธศาสตร์หลักที่ปรากฏในไตรมาสแรก

นอกจากนั้น งานศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้สามารถวิเคราะห์ถึงความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และความสำคัญของการวิเคราะห์ตามประเด็นของวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1.2.1 เพื่อสร้าง Dashboard ที่ช่วยแสดงผลข้อมูลในรูปแบบภาพรวมและภาพจำแนกเชิงลึกทำให้สามารถมองเห็นข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ เข้าใจง่าย และสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ พบว่า มีการรวบรวมข้อมูลข่าวจำนวนมากอย่างมีระบบ รวม 320 ข่าว จาก 22 หน่วยงาน ซึ่งครอบคลุมหัวข้อข่าวหลากหลายกว่า 148 ประเด็น แสดงถึงความครอบคลุมและความหลากหลายของเนื้อหาที่สื่อมวลชนนำเสนอ สามารถแสดงแนวโน้มการเผยแพร่ข่าวรายเดือน ได้อย่างชัดเจน เช่น เดือนมกราคมมีข่าวเผยแพร่มากที่สุดที่ 66 ข่าว ข้อมูลนี้ช่วยให้ทราบช่วงเวลาที่มีความเคลื่อนไหวของข่าวสารมากเป็นพิเศษ มีการจัดอันดับ Top 5 หัวข้อข่าว หน่วยงาน และยุทธศาสตร์ ที่ถูกนำเสนอมากที่สุด โดย Dashboard ช่วยให้เห็น “ภาพรวม” และ “เจาะลึกในประเด็นสำคัญ” ได้อย่างชัดเจน เช่นการเปลี่ยนแปลงของข่าวแต่ละยุทธศาสตร์รายไตรมาส แนวโน้มความสนใจของสื่อมวลชนต่อประเด็นสำคัญ เช่น งานวันเกษตรภาคอีสาน สื่อสารด้วยกราฟ แผนภูมิ และตาราง ที่ส่งผลให้เข้าใจง่าย เห็นภาพเชิงกลยุทธ์และการกระจายตัวของข่าวตามประเด็นต่าง ๆ อย่างชัดเจน สนับสนุนการทำงานของผู้บริหาร บุคลากรฝ่ายสื่อสารองค์กรในการ วิเคราะห์ ประเมินผล และวางแผนพัฒนาต่อไปอย่างมีหลักฐานรองรับ

วัตถุประสงค์ประเด็นที่ 1.2.2 เพื่อประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารองค์กร และพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในอนาคต ใช้ข้อมูลเป็นแนวทางในการปรับปรุงการสื่อสารให้สอดคล้องกับเป้าหมายและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย การวิเคราะห์ทำให้ทราบว่า ข่าวส่วนใหญ่ของมหาวิทยาลัยเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ 4: การบริการวิชาการเพื่อสร้างประโยชน์ให้สังคม (Societal Contributions) ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัย

สามารถติดตามผลการเผยแพร่ของหน่วยงานต่าง ๆ ได้เป็นรายหน่วยงาน เช่น สำนักงานอธิการบดี คณะเกษตรศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งช่วยในการประเมินบทบาทของแต่ละคณะ/หน่วยงานในการสื่อสารองค์กร

เห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของประเด็นที่สื่อให้ความสนใจในแต่ละช่วงเวลา เช่น การเพิ่มขึ้นของยุทธศาสตร์ที่ 8 ด้านดิจิทัลในไตรมาสที่ 2

ช่วยให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดแนวทางการนำเสนอข่าวในอนาคตได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของการกำหนดยุทธศาสตร์เป้าหมาย และการวางแผนความร่วมมือกับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย

เป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินผลลัพธ์ของการดำเนินงานด้านสื่อสารองค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม

การดำเนินการจัดเก็บ วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบ Dashboard ผ่าน Looker Studio นั้น ตอบโจทย์ทั้งในเชิงเทคนิค (1.2.1) และ เชิงกลยุทธ์การบริหาร (1.2.2) ได้อย่างครบถ้วน

โดยใช้หลักฐานเชิงประจักษ์จากข้อมูลจริง ในการแสดงผลและวิเคราะห์ ช่วยให้การตัดสินใจในด้านสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และขับเคลื่อนได้อย่างแม่นยำ

5.2 ข้อเสนอแนะ

การใช้ **Dashboard** เพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ควรส่งเสริมให้หน่วยงานภายในใช้ Dashboard ที่พัฒนาขึ้นในการติดตามภาพรวมข่าวสาร เพื่อวางแผนการสื่อสารองค์กรให้ตรงกับเป้าหมายและยุทธศาสตร์หลักของมหาวิทยาลัย

เสริมความร่วมมือกับสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อกลางยังเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ ควรพัฒนาความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์กับสำนักข่าวทั้งระดับประเทศและท้องถิ่น เพื่อสร้างความถี่และความลึกในการนำเสนอข่าว

เพิ่มบทบาทหน่วยงานที่ยังไม่ถูกนำเสนอมากนัก บางหน่วยงานยังไม่มีปรากฏในข่าว หรือมีจำนวนน้อย ควรส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานมีแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อกระจายความเด่นในทุกด้านของมหาวิทยาลัย

สื่อสารเชิงรุกในยุทธศาสตร์อื่น ๆ ยุทธศาสตร์บางส่วน เช่น ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมหรือสิ่งแวดล้อม ยังไม่ปรากฏชัด ควรพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์เฉพาะทางเพื่อสร้างการรับรู้ในมิติที่มหาวิทยาลัยมีศักยภาพ

วางระบบคลังข้อมูลข่าวสาร การจัดทำฐานข้อมูลข่าวที่เชื่อมโยงกับระบบ Looker Studio ควรถูกวางแผนเป็นระบบคลังข่าวถาวร เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เทรนด์ระยะยาวและเป็นแหล่งอ้างอิงของหน่วยงาน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิเคราะห์ครั้งต่อไป

ขยายระยะเวลาการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมตลอดปี (ม.ค.-ธ.ค.) เพื่อให้เห็นแนวโน้มทั้งปีอย่างชัดเจน รวมถึงฤดูกาลของข่าว หรือช่วงกิจกรรมสำคัญ

วิเคราะห์เชิงลึกด้านเนื้อหา (Content Analysis) เช่น คำหลักที่ใช้ในข่าว, โทนข่าว, การอ้างอิงถึงมหาวิทยาลัย เพื่อวัดภาพลักษณ์อย่างเป็นระบบ

เชื่อมโยงกับผลลัพธ์เชิงกลยุทธ์ (Impact Mapping) เช่น ความถี่ของข่าวที่เกี่ยวข้องกับการจัดอันดับ, การพัฒนา SDGs, หรือความร่วมมือระหว่างประเทศ

เพิ่มตัวชี้วัดด้านคุณภาพของข่าว เช่น จำนวน Engagement (ยอดแชร์ ความคิดเห็น), Reach (ยอดเข้าถึง) หรือ Sentiment (เชิงบวก/ลบ)

พัฒนา Dashboard ที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งานเฉพาะกลุ่ม เช่น แยก Dashboard สำหรับผู้บริหาร, นักประชาสัมพันธ์, นักวิจัย เพื่อให้แต่ละกลุ่มสามารถดึงข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ตรงเป้าหมายมากขึ้น และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ Interactive Dashboard อย่างต่อเนื่อง พร้อมจัดอบรมหรือเวิร์กช็อปให้กับบุคลากรในหน่วยงานสามารถใช้งานและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์ในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบในการ ปรับปรุงกระบวนการจัดการข่าวสาร โดยเฉพาะเมื่อบูรณาการ AI และ Looker Studio อย่างเหมาะสม จะยิ่งส่งเสริมให้การสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความแม่นยำ มีประสิทธิภาพ และตอบสนองยุทธศาสตร์องค์กรได้อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น. เกี่ยวกับเรา [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2568. แหล่งที่มา:

https://cad.kku.ac.th/?page_id=1203

Skooldio. [ออนไลน์]. [วันที่ค้นข้อมูล: 5 พฤษภาคม 2568]. แหล่งที่มา:

<https://www.skooldio.com/about>

Google. Looker Studio [ออนไลน์]. [วันที่ค้นข้อมูล: 5 พฤษภาคม 2568]. แหล่งที่มา:

<https://lookerstudio.google.com/>

NerdOptimize. Looker Studio คืออะไร ? สอนวิธีการใช้งานสำหรับมือใหม่ [ออนไลน์]. [วันที่ค้น

ข้อมูล: 22 พฤศจิกายน 2567]. แหล่งที่มา: <https://nerdoptimize.com/tools/looker-studio/>

Data Lazy. สอนวิธีใช้ Looker Studio (Google Data Studio) เบื้องต้น [ออนไลน์]. [วันที่ค้นข้อมูล 5

พฤษภาคม 2568]. แหล่งที่มา: <https://datalazy.com/articles/how-to-build-create-basic-looker-studio-dashboard/>

9experttraining. "Dashboard คืออะไร" [ออนไลน์]. [วันที่ค้นข้อมูล: 5 พฤษภาคม 2568]. แหล่งที่มา:

<https://www.9experttraining.com/>

ม่วงท่า, ณัฐพล. "Looker Studio เริ่มต้น Analytics แบบง่ายๆ ที่นักการตลาดยุคใหม่ต้องรู้." การตลาด

วันละตอน. [ออนไลน์]. [วันที่ค้นข้อมูล: 14 พฤษภาคม 2568]. แหล่งที่มา:

<https://everydaymarketing.co/knowledge/looker-studio-start-marketing-analytics-for-sme/>

9experttraining. "Looker Studio คืออะไร." [ออนไลน์]. [วันที่ค้นข้อมูล: 14 พฤษภาคม 2568]. แหล่งที่มา:

<https://www.9experttraining.com/articles/looker-studio-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3>

Data Dashboard Hub. "How REI Transformed Its Business with Looker Studio: A Comprehensive Case Study. [ออนไลน์]. [วันที่ค้นข้อมูล: 15 พฤษภาคม 2568]. แหล่งที่มา:

<https://www.datadashboardhub.com/post/rei-looker-studio-case-study>

Yuma Akbar, Haura Salsabila Az-Zahra, Kiki Setiawan และ Raisah Fajri. "Implementation of the Naive Bayes Method in Looker Studio for Data on the Achievement of Great IDN

in IDN Akhwat School." Indonesian Journal of Multidisciplinary Science. ปีที่ 3 ฉบับที่ 11 (สิงหาคม 2567): doi:10.55324/ijoms.v3i11.981. [ออนไลน์]. [วันที่ค้นข้อมูล: 15 พฤษภาคม

2568]. แหล่งที่มา:

https://www.researchgate.net/publication/383487788_Implementation_of_the_Naive_Bayes_Method_in_Looker_Studio_for_data_on_the_achievement_of_Great_IDN_in_IDN_Akhwat_School

Data Dashboard Hub. The Telegraph's Looker Studio Digital Transformation: A Comprehensive Case Study of Its Implementation. [ออนไลน์]. [วันที่ค้นข้อมูล: 7 พฤษภาคม 2568]. แหล่งที่มา: https://www.datadashboardhub.com/post/telegraph-s-looker-studio-digital-transformation?utm_source=chatgpt.com