

## วีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในบทบาท ของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร

### 360 Degree stimulation video for promote the understanding of the role of CSR for agriculture

ระพีพรรณ สัจจะธรรม<sup>1</sup> สูดา สาริบุตร<sup>2</sup> และ กุลชัย กุลตวนิช<sup>3\*</sup>  
Rapeeparn Satjatham,<sup>1</sup> Suda Saributr<sup>2</sup> and Kulachai Kultawanich<sup>3\*</sup>

<sup>1,2,3\*</sup>ภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

<sup>1,2,3\*</sup>Agricultural Communication Program, Faculty of Agricultural Technology,  
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Ladkrabang, Bangkok, 10520, Thailand

\*Corresponding author. Email: kulachai.ku@kmitl.ac.th

รับบทความ: 18 พฤษภาคม 2562 | แก้ไข: 28 มิถุนายน 2562 | ตอรับ: 30 มิถุนายน 2562

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยและพัฒนามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาหลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อวีดิทัศน์ 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร 2) ผลิตสื่อวีดิทัศน์ 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์ 3) วัดความเข้าใจบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร และ 4) ประเมินความพึงพอใจของผู้รับชม หลังรับชมสื่อ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักศึกษาสาขาพัฒนาการเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 30 คน โดยการคัดเลือกอย่างเจาะจง มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ศึกษาหลักการแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 2) ผลิตสื่อ และ 3) วัดความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์และประเมินความพึงพอใจหลังรับชมสื่อ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ 1) แบบทดสอบความเข้าใจ 10 ข้อ จำนวน 2 ชุด และ 2) แบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ผลทดสอบโดยใช้สถิติ t-test ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจบทบาทของตำแหน่งของเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์หลังรับชมสื่อมากกว่าก่อนรับชมสื่อ ( $\bar{x} = 7.20$ , S.D = 1.75 และ  $\bar{x} = 3.83$ , S.D = 2.02 ตามลำดับ) โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .05 และมีการประเมินความพึงพอใจหลังรับชมสื่อ พบว่ามีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D = 0.77)

**คำสำคัญ:** สื่อวีดิทัศน์ 360 องศา วีดิทัศน์ปฏิสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร

#### Abstract

This research and development aimed: 1) to study about principles, concepts, and theories of 360-degree stimulation video promoting the understanding role of CSR for agriculture, 2) to develop the 360-degree stimulation video promoting the understanding role

of CSR for agriculture, 3) to test the understanding role of CSR for agriculture, and 4) to evaluate the audience's satisfaction in 360-degree stimulation video. The sample group was the agricultural development field students in Faculty of Agricultural Technology King Mongkut's Institute of Technology, Prince of Songkla Ladkrabang. The research was conducted in the 2nd semester of the academic year 2018 with the amount of 30 students selected by using purposive sampling. There were 3 steps of research as follows: 1) to explore principles, concepts and theories, 2) to product the 360-degree stimulation video, and 3) to measure the understanding of the role of staff relations organization positions and to assess satisfactions after watching the media. The research instruments were used to collect data included: 1) the knowledge and understanding tests 10 questions for 2 sets; and 2) the satisfaction questionnaire. The statistics used in this research consisted of mean, standard deviation, and t-test. The research results showed the understanding of the role of staff relations organization positions that the overall of participants after watching the 360 video were at the higher level than before watching the video ( $\bar{x} = 7.20$ , S.D = 1.75 and  $\bar{x} = 3.83$ , S.D = 2.02, respectively) with differences at the significant level of 0.05. The audience's satisfaction after watching the media indicated that the overall satisfaction was at a high level ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D = 0.77).

**Keywords:** 360 degree stimulation video; agricultural relations organization officer; interactive video

## บทนำ

ปัญหาภาวะความยากจนของเกษตรกร เนื่องจากขาดหลักประกันอาชีพและรายได้ที่มั่นคง เกษตรกรจึงไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความสามารถในการชำระหนี้สินต่ำ ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ไม่ดี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559) จากการศึกษาภาวะความยากจนของครัวเรือนเกษตรกร ปีเพาะปลูก 2556-2557 ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557) พบว่า ภาวะความยากจนของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของเกษตรกร โดยผู้ที่อยู่ในกลุ่มยากจนส่วนใหญ่มีการศึกษต่ำกว่าผู้ที่อยู่ในกลุ่มไม่ยากจน ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างจริงจัง ด้วยการส่งเสริม สนับสนุน และขยายโอกาสทางการศึกษาให้กับหัวหน้าครัวเรือนและครอบครัวเกษตรกร เพื่อให้เกิดการพัฒนาแรงงานให้เกษตรกรมีความสามารถที่สูงขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ ตลอดจนช่วยลดความยากจนให้แก่ครัวเรือนเกษตรกร ดังนั้นการส่งเสริม สนับสนุน และการขยายโอกาสทางการศึกษาให้กับเกษตรกรจึงมีความสำคัญ หน่วยงานที่สามารถทำงานส่งเสริมให้กับเกษตรกรได้ มีทั้งในส่วนที่เป็นภาครัฐ และเอกชน ซึ่งบริษัทเอกชนเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถเข้าไปช่วยเหลือ ส่งเสริม พัฒนาคุณภาพชีวิตและการศึกษาของเกษตรกรได้ โดยการเข้าไปช่วยเหลือเกษตรกร ก็ถือว่าการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริม ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทางบริษัท จึงจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ที่สามารถให้การสนับสนุนเกษตรกรให้รู้จักพัฒนา

ตนเองเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยเรียกบุคลากรที่ทำหน้าที่ดังกล่าวว่า “เจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์” หรือ “เจ้าหน้าที่ CSR” (คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555)

อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์แม้จะเป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง แต่ก็ยังมีความเข้าใจแบบผิด ๆ อยู่มาก ทำให้เกษตรกร บุคคลทั่วไป หรือนิสิตนักศึกษาที่มีความเกี่ยวข้องกับการเกษตร ยังไม่ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตรได้เท่าที่ควร (อัศวิน จินตกานนท์, 2552) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า การสร้างสื่อเพื่อส่งเสริมความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์จะสามารถช่วยให้เจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตรเป็นที่รู้จักมากขึ้น ช่วยให้ผู้คนเห็นความสำคัญ และต้องการที่จะเข้ามาเป็นเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตรที่มีคุณภาพ สามารถช่วยเหลือเกษตรกรมากยิ่งขึ้น

การใช้สื่อสามารถเลือกใช้ได้หลากหลายตามวัตถุประสงค์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ สื่อวิถีทัศน์ที่มีทั้งภาพและเสียง ผู้ชมจะได้ชมและฟังคำบรรยายไปพร้อมๆ กัน สามารถสอดแทรกความรู้และหลักการ นำเสนอภาพในอดีต อนาคต หรือเหตุการณ์ที่เราไม่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน ทำให้สื่อวิถีทัศน์สามารถให้ความประทับใจ ทำให้จดจำเรื่องราวเนื้อหาได้ (OKNation, 2007) ซึ่งจากทฤษฎีกรวยประสบการณ์ (cone of experience) การเรียนรู้ในชั้นประสบการณ์จำลอง ถือเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมมากที่สุด รองจากประสบการณ์จริง Dale (1969 อ้างถึงใน สมชาย รัตนทองคำ, 2550) การเพิ่มมุมมอง 360 องศาในสื่อวิถีทัศน์จึงเป็นการเพิ่มความเสมือนจริงให้กับสื่อได้ และจากสถิติของ Magna บริษัทด้าน Media Strategy ของ IPG Media Lab พบว่า สื่อโฆษณาแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) สามารถดึงให้ผู้ชมใช้เวลากับโฆษณาแบบมีปฏิสัมพันธ์เพิ่มขึ้นเป็นสามเท่า แม้ผู้ชมจะไม่มีปฏิสัมพันธ์กับโฆษณาแบบมีปฏิสัมพันธ์ แต่จะสามารถจดจำประเด็นของโฆษณาได้ดีกว่าร้อยละ 32 (Thumbsup, 2017) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะสร้างสื่อวิถีทัศน์ 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อสร้างสถานการณ์จำลองเกี่ยวกับบทบาทของตำแหน่งของเจ้าหน้าที่ โดยใช้มุมมองแทนมุมมองบุคคลที่ 1 เพื่อให้ผู้ชมได้รับประสบการณ์เสมือนจริง สอดแทรกหลักการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่ 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี 2) สิทธิมนุษยชน 3) ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน 4) สิ่งแวดล้อม 5) การปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม 6) ประเด็นด้านผู้บริโภค และ 7) การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (ISO 26000, 2551 อ้างถึงใน วาริน สิมะวัฒนา, 2551) เพื่อให้ผู้ชมได้เข้าใจบทบาทของเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าสื่อวิถีทัศน์สถานการณ์จำลอง 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์ จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ และแรงบันดาลใจให้นิสิตนักศึกษาที่มีความเกี่ยวข้องกับการเกษตรได้ตระหนักรู้ถึงบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตรมากยิ่งขึ้น และนำหลักการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์มาใช้เพื่อประโยชน์ของเกษตรกรและองค์กรสืบไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาหลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อวีดิทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร
2. เพื่อผลิตวีดิทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร
3. เพื่อวัดความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตรของนิสิต นักศึกษาศาสาส่งเสริมการเกษตร หลังรับชมวีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชม วีดิทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร

## สมมติฐานการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างได้คะแนนแบบทดสอบความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ หลังรับชมสื่อมากกว่าก่อนรับชมสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วีดิทัศน์ 360 องศา เป็นสื่อวีดิทัศน์ที่มีมุมมองกว้าง สามารถเห็นได้รอบทิศ มีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้ชมสามารถโต้ตอบและสัมผัสกับเนื้อหาได้มากกว่าสื่อวีดิทัศน์โดยทั่วไป โดยวีดิทัศน์ 360 องศา ให้มุมมองที่สามารถมองได้รอบด้าน ซึ่งผู้ชมแต่ละคนสามารถเลือกมุมมองที่จะดูได้เอง โดยวีดิทัศน์ 360 องศา มีการถ่ายทำด้วยกล้องที่บันทึกในแบบ 360 องศา ซึ่งแตกต่างจากกล้องถ่ายวีดิทัศน์ทั่วไป (YouTube Creator, 2016) ภาพที่ได้จะมีลักษณะเป็นภาพพาโนรามาแบบ 2:1 (equirectangular)

สื่อมัลติมีเดียแบบมีปฏิสัมพันธ์ หมายถึง การผสมผสานสื่อหลายชนิด เช่น ข้อความ กราฟ ภาพศิลป์ เสียง ภาพเคลื่อนไหวและวีดิทัศน์ โดยการใช้คอมพิวเตอร์ใส่ตัวช่วยควบคุมสื่อ ให้ตอบสนองตามต้องการของผู้ใช้ (Vaughan, 1993 อ้างถึงใน พัลลภ พิริยะสุรวงศ์, 2541) เป็นสื่อที่เน้นให้ผู้ใช้เป็นผู้ควบคุมการนำเสนอ เป็นผู้เลือกเส้นทาง (navigator) การโต้ตอบ การให้ความรู้หรือกิจกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ โดยจะมีจุดเด่นในเรื่องของการได้มีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ ที่จะส่งผลให้ผู้ชม โดยเฉพาะการเรียนรายบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (learner center) (พรพรรณ เพ็ญสุนทร, 2558)

ดังนั้น วีดิทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ หมายถึง การบันทึกวีดิโอรอบทิศทางในช่วงเวลาเดียวกัน โดยใช้กล้องที่สามารถถ่ายภาพรอบทิศทางได้ ซึ่งมุมมองนั้นจะแสดงถึงตัวบุคคลที่ 1 ในเหตุการณ์ และใช้โปรแกรมสำหรับการทำสื่อปฏิสัมพันธ์ ทำระบบสื่อวีดิทัศน์ที่ทำให้เกิดการโต้ตอบ (interactive) โดยเน้นให้ผู้ชมเป็นผู้ควบคุมการนำเสนอ และผู้เลือกทางในการดำเนินเรื่อง ซึ่งในการเลือกแต่ละครั้งจะทำให้พบกระบวนการเรียนรู้ ส่งผลให้ผู้ชมสามารถจดจำ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้

เจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย (2555) ให้ความหมายของ CSR ไว้

ว่า การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจ ดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ทั้งนี้การปฏิบัติตามนิยาม CSR จะต้องไม่ผิดศีลธรรมจรรยา ไม่เบียดเบียนทุกฝ่าย โดยการทำ CSR สามารถยึดตามองค์ประกอบหลักของ CSR 7 ประการจาก ISO 26000 ได้ ดังนี้ 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี (organization governance) องค์กรธุรกิจต้องมีการดำเนินงานโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ 2) สิทธิมนุษยชน (human rights) ไม่มีการเลือกปฏิบัติในเรื่องเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา อายุ เพศ หรือความคิดเห็นทางการเมือง 3) ประเด็นด้านแรงงาน (labor practices) ปฏิบัติต่อผู้ใช้แรงงานอย่างเป็นธรรม แสดงถึงความรับผิดชอบ พึงตระหนักว่าแรงงานไม่ใช่สินค้า 4) สิ่งแวดล้อม (environment) ในการดำเนินการผลิตและบริการของธุรกิจต้องคำนึงถึงหลักการป้องกันปัญหามลพิษ การบริโภคอย่างยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากกิจกรรมการผลิตและบริการ 5) การปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม (fair operating practices) เป็นการแสดงออกขององค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แสดงออกถึงความโปร่งใสกับผู้ทำธุรกิจด้วยกัน 6) ประเด็นด้านผู้บริโภค (consumer issues) องค์กรธุรกิจจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้บริโภครายข้อมูลในการใช้สินค้าและบริการอย่างเหมาะสม และ 7) การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (contribution to the community and society) เป็นการร่วมพัฒนาชุมชน ด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืนในด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ โดยคำนึงถึงสวัสดิภาพของปัจจุบันและอนาคต โดยอาชีพที่ยึดหลัก CSR มาใช้ในการทำงาน เรียกว่า “เจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์”

วิทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ จึงเป็นสื่อที่พัฒนามาจากแนวคิดของ สื่อวิทัศน์ 360 องศา และสื่อมัลติมีเดียแบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสื่อให้มากยิ่งขึ้น ด้วยการนำการมีปฏิสัมพันธ์เข้ามารวมกับสื่อวิทัศน์ 360 องศา ทำให้สื่อวิทัศน์ สามารถมองได้รอบทิศทาง และมีการโต้ตอบกับผู้ใช้สื่อ โดยผู้ใช้สื่อจะเป็นผู้เลือกทางในการดำเนินเรื่องของสื่อเอง เป็นการเปิดมุมมองภาพให้กว้างมากขึ้น อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้มีกระบวนการคิดและตัดสินใจ ดังนั้นผู้ใช้สื่อจะเกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างการใช้สื่อ และสามารถนำความรู้ ความเข้าใจหลังจากที่ได้รับชมสื่อไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานต่อไปได้

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. กลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสอบถามความคิดเห็น ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 5 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและการเรียนรู้ จำนวน 5 ท่าน รวมเป็น 10 ท่าน

#### 1.1.1 ผู้เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหา มีคุณสมบัติดังนี้

- 1) เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับงานวิจัย ตำรา เอกสารประกอบการสอนเกี่ยวกับตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์
- 2) เป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์
- 3) เป็นผู้ที่ทำงานหรือเคยทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ โดยมีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี

### 1.1.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและการเรียนรู้ มีคุณสมบัติดังนี้

- 1) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการทำสื่อวีดิทัศน์และสื่อมัลติมีเดีย หรือด้านการเรียนรู้
- 2) เป็นผู้ที่มีผลงานที่เกี่ยวข้องกับการทำสื่อวีดิทัศน์และสื่อมัลติมีเดียหรือ ด้านการเรียนรู้ และเป็นผู้ที่ถูกละเลียงในวงการศึกษา
- 3) เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้โปรแกรมผลิต อยู่เบื้องหลังการผลิตสื่อวีดิทัศน์หรือเชี่ยวชาญด้านกระบวนการการเรียนรู้

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ นักศึกษา สาขาที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเกษตร หรือส่งเสริมการเกษตร ชั้นปีที่ 3 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2/2561 จำนวน 30 คน โดยการคัดเลือกอย่างเจาะจง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีคุณสมบัติที่เหมาะสมในการทดลอง ดังนี้

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างเรียนในหลักสูตรที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการเกษตร

1.2.2 กลุ่มตัวอย่างเรียนในหลักสูตรที่สามารถสมัครเข้าทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตรได้

1.2.3 กลุ่มตัวอย่างเรียนอยู่ชั้นปีที่ 3 ซึ่งเป็นชั้นปีที่ผ่านการเรียนทฤษฎี หลักการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม พัฒนาการเกษตร และต้องเตรียมหาสถานที่ฝึกสหกิจในช่วงปิดภาคเรียน

## 2. ตัวแปรที่ศึกษา

### 2.1 ตัวแปรอิสระ

วิดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร

### 2.2 ตัวแปรตาม

ความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร และความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์

## 3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (research and development) โดยแบ่งระยะการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาหลักการแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 วิเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎี เพื่อกำหนดรูปแบบการผลิตสื่อวีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ และบทบาทเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ เพื่อหาแนวทางและรูปแบบในการผลิตสื่อ จากนั้นออกแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อนำไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อและการเรียนรู้

1.2 ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อและการเรียนรู้

1.3 รวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาร่างบท (script) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากสื่อต่างๆ และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ มาทำการสรุปโดยผู้วิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษา

1.4 ตรวจสอบบท ของสื่อวิดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญ 10 คน ด้วยแบบประเมินความเหมาะสม (IOC) โดยทุกหัวข้อการประเมินต้องมีค่าความเหมาะสมสูงกว่า 0.5 จึงนำไปพัฒนาเป็นสตอรี่บอร์ด โดยสตอรี่บอร์ดจะต้องผ่านการพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสมจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน จึงจะนำไปถ่ายทำสื่อได้

ขั้นตอนที่ 2 การผลิตสื่อวิดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์

2.1 ถ่ายทำสื่อวิดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ ซึ่งมีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตรมือใหม่ ได้รับผิดชอบโครงการปลูกพืชหลังนา ที่ชุมชนแห่งหนึ่ง ซึ่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์จะต้องเลือกทางที่ถูกต้องในการแก้ไขปัญหา เพื่อให้โครงการสำเร็จไปได้ด้วยดี มีการแบ่งขั้นตอนการผลิตตามหลักการผลิตสื่อ 3P ได้แก่

2.1.1 ขั้นตอนการเตรียมความพร้อม (pre-production) วางแผนและกำหนดวันในการถ่ายทำ แล้วจึงดำเนินการขอสถานที่ นักนักแสดงและยืมอุปกรณ์การถ่ายทำ

2.1.2 ขั้นตอนการถ่ายทำสื่อ (production) ดำเนินการถ่ายทำสื่อ โดยบันทึกภาพด้วยกล้อง 360 องศา และบันทึกเสียงโดยใช้เครื่องอัดเสียงต่อกับไมค์ไร้สาย (wireless) เพื่อคุณภาพของเสียงที่ดีขึ้นในการถ่ายทำ โดยกำหนดวันถ่ายทำทั้งหมด 3 วัน ตามสถานที่ถ่ายทำ ทั้งหมด 3 ที่ ได้แก่ วันที่ 1 ห้องหัวหน้าและห้องประชุม วันที่ 2 แปลงภาคเทคนิคเกษตร สจล. และวันที่ 3 บ้านผู้นำชุมชน



ภาพที่ 1 ตัวอย่างสื่อวิดิทัศน์ 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์

2.1.3 ขั้นตอนหลังการถ่ายทำสื่อ (post-production) นำไฟล์วิดีโอที่ได้ เข้าโปรแกรมแปลงไฟล์วิดีโอ เพื่อแปลงวิดีโอให้เป็นแบบ 2:1 (equirectangular 360) จากนั้นตกแต่งไฟล์ภาพ (retouch) เก็บส่วนเกินและขจัดสิ่งกีดขวางออก ก่อนจะนำไปเข้าโปรแกรมตัดต่อเพื่อลำดับภาพและเสียง รวมถึงย้อมสีภาพ เมื่อตัดต่อวิดีโอเสร็จ จึงนำวิดีโอเข้าโปรแกรมสร้างปฏิสัมพันธ์ เพื่อสร้างทางเลือกท้ายคลิปวิดีโอให้สามารถเชื่อมโยงฉากต่อไปตามสตอรี่บอร์ด

2.2 ทดสอบประสิทธิภาพสื่อวิดิทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์

2.3 ตรวจสอบความเหมาะสมของสื่อวิดิทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านเนื้อหาและด้านสื่อและการเรียนรู้จำนวน 10 ท่าน ด้วยแบบประเมินความเหมาะสม

## 2.4 ปรับปรุงสื่อวีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 3 การวัดความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร และประเมินความพึงพอใจ หลังรับชมสื่อ

3.1 ดำเนินการทดลองภาคสนามกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ได้แก่ นักศึกษาสาขาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเกษตรชั้นปีที่ 3 โดยรับชมสื่อผ่านอุปกรณ์แว่นตาความจริงเสมือน (virtual reality eyewear) ซึ่งมีการให้ทำแบบทดสอบวัดความเข้าใจก่อนและหลังรับชมสื่อ และแบบประเมินความพึงพอใจ หลังรับชมสื่อ

## 3.2 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผล แล้วทำการปรับปรุงสื่อวีดิทัศน์

### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบ่งออกเป็นด้านเนื้อหา และด้านสื่อและการเรียนรู้ โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้

**ตารางที่ 1** แสดงตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ แบบกึ่งโครงสร้าง

ด้านเนื้อหา	ด้านสื่อและการเรียนรู้
1. ความหมายของ CSR และเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์	1. การออกแบบสื่อวีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์มีความแตกต่างจากสื่ออื่นอย่างไร
2. หลักการและระบบการทำงานของเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์	2. มุมมองการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์
3. คุณสมบัติของเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์	3. อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการผลิตวีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศา
4. ประสบการณ์พื้นฐานที่เจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ต้องเจอ	4. ผลกระทบและวิธีการลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อวีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์
5. ประสบการณ์ที่เคยได้พบเจอมาแล้วคิดว่ามีความน่าสนใจในการนำมาพัฒนาต่อเป็นบทวีดิทัศน์ 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์	5. ภาพกราฟิกที่เหมาะสมกับสื่อวีดิทัศน์จำลองสถานการณ์ 360 องศาแบบมีปฏิสัมพันธ์
6. ระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอสื่อ	6. ระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอสื่อ
7. ข้อมูลที่รวบรวมมาเพียงพอต่อการนำมาผลิตสื่อ	7. คำบรรยาย เพลง และเสียงประกอบ
8. แนวทางสถานที่ที่ถ่ายทำ	8. เทคนิคการตัดต่อ

4.2 แบบทดสอบความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ก่อนและหลังรับชมสื่อ เป็นข้อสอบแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ ซึ่งมีการดำเนินงานในการพัฒนาแบบทดสอบ ดังนี้

1) คิดข้อคำถามจำนวน 20 ข้อ จำนวน 2 ชุด เป็นข้อสอบแบบคู่ขนาน (parallel tests) โดยมีโครงสร้างข้อสอบตามหลักการดำเนินงานของ CSR 7 ข้อ 2) นำไปการประเมินค่าความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญด้าน



เนื้อหาทั้งหมด 3 ท่าน พบว่าข้อสอบทั้ง 2 ชุด มีค่า IOC ในภาพรวมมากกว่า 0.5 ทั้งสองชุด (IOC = 0.87 และ 0.93) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีค่า IOC อยู่ในระดับที่เหมาะสมทุกข้อ 3) นำแบบทดสอบไปใช้กับกลุ่มเทียบเคียงกลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์หาความยากง่าย (p) และอำนาจจำแนก (r) ซึ่งผลที่ได้จากการทดสอบกับกลุ่มเทียบเคียงกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียด ดังนี้

#### 4.2.1 ข้อสอบชุดที่ 1 มีผลวิเคราะห์ความยากง่าย และอำนาจจำแนก ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์ความยากง่าย และอำนาจจำแนกของข้อสอบชุดที่ 1

ผลการวิเคราะห์	ข้อที่
ข้อสอบที่ดีที่ควรเก็บไว้	1-6 , 8, 10, 13, 16-17, 18-19
ข้อสอบที่ควรปรับปรุง	9, 11
ข้อสอบที่ควรตัดทิ้ง	7, 12, 14-15

จากตารางที่ 2 พบว่าข้อสอบที่ดีที่ควรเก็บไว้ มีจำนวน 14 ข้อ โดยสามารถแยกได้ 3 ประเด็น ได้แก่ 1. ข้อที่ค่อนข้างง่าย อำนาจจำแนกดี (ข้อ 13) 2. ข้อที่ยากง่ายปานกลาง อำนาจจำแนกดี (ข้อ 3, 5, 6, 8, 10, 17 และ 2) และ 3. ข้อที่ค่อนข้างยาก อำนาจจำแนกดี (1, 2, 4, 16, 18 และ 19) ผู้วิจัยจึงทำการคัดเลือกข้อคำถาม จากข้อสอบที่ดีที่ควรเก็บไว้จำนวน 10 ข้อ ซึ่งเป็นตัวแทนข้อสอบที่ดีในแต่ละตัวชี้วัดของแบบทดสอบ ได้แก่ ข้อ 1-5, 8, 10, 13, 17 และ 19 มาดำเนินการทำแบบทดสอบเพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

#### 4.2.2 ข้อสอบชุดที่ 2 มีผลวิเคราะห์ความยากง่าย และอำนาจจำแนก ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ความยากง่าย และอำนาจจำแนกของข้อสอบชุดที่ 2

ผลการวิเคราะห์	ข้อที่
ข้อสอบที่ดีที่ควรเก็บไว้	1-2, 4, 6, 7, 9, 12-15, 17
ข้อสอบที่ควรปรับปรุง	5, 11, 16, 18, 20
ข้อสอบที่ควรตัดทิ้ง	3, 8, 10, 19

จากตารางที่ 3 พบว่าข้อสอบที่ดีที่ควรเก็บไว้ มีจำนวน 11 ข้อ โดยสามารถแยกได้ 2 ประเด็น ได้แก่ 1. ข้อที่ค่อนข้างง่าย อำนาจจำแนกดี (ข้อ 1-2, 4, 7, 9, 12-14 และ 17) และ 2. ข้อที่ยากง่ายปานกลาง อำนาจจำแนกดี (ข้อ 6 และ 15) ผู้วิจัยจึงทำการคัดเลือกข้อคำถาม จากข้อสอบที่ดีที่ควรเก็บไว้จำนวน 10 ข้อ ซึ่งเป็นตัวแทนข้อสอบที่ดีในแต่ละตัวชี้วัดของแบบทดสอบ ได้แก่ ข้อ 1, 2, 4, 6, 7, 9, 12-13, 15 และ 17 มาดำเนินการทำแบบทดสอบเพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4.3 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ชม หลังรับชมสื่อ โดยมีประเด็นในการประเมิน 4 รายการ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน ประเด็นด้านเนื้อหา ด้านคุณภาพ และด้านความน่าสนใจของสื่อวิถีทัศน์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ข้อมูลแบบประเมินความพึงพอใจ

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	จำนวน ข้อคำถาม
1. ข้อมูลทั่วไป	1.1 เพศ	1
	1.2 อายุ	1
2. ด้านเนื้อหาของสื่อวิถีทัศน์	2.1 ท่านเข้าใจบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กร สัมพันธ์ (CSR) ด้านการเกษตรมากขึ้น หลังรับชมสื่อ	1
	2.2 เนื้อเรื่องในวิถีทัศน์มีความน่าสนใจ	1
	2.3 เนื้อหามีประโยชน์ ได้ความรู้	1
	2.4 สถานการณ์ที่เกิดขึ้นมีความน่าสนใจ	
3. ประเด็นด้านคุณภาพของสื่อ วิถีทัศน์	3.1 กราฟิกและภาพเคลื่อนไหวมีความน่าสนใจ	1
	3.2 ความคมชัดของภาพ	
	3.3 ความชัดเจนของเสียงและเสียงบรรยาย	
	3.4 ภาษาที่ใช้เข้าใจง่าย	1
	3.5 ระยะเวลาที่นำเสนอสื่อมีความเหมาะสม	1
	3.6 ทางเลือกของวิถีทัศน์มีความน่าสนใจ	1
4. ความน่าสนใจของสื่อวิถีทัศน์	4.1 สื่อมีผลกระทบทำให้เกิดความสนใจ นำไปสู่การศึกษา ค้นคว้าเพิ่มเติม	1
	4.2 เมื่อรับชมสื่อ ท่านมีความสนใจที่จะทำงานในตำแหน่ง เจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ (CSR	1
	4.3 รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ	1
	4.4 วิถีทัศน์แบบมีตัวเลือก ทำให้ท่านเกิดความเข้าใจ มากกว่าวิถีทัศน์ปกติ	1
	4.5 ความพึงพอใจในภาพรวม หลังชมสื่อวิถีทัศน์	1

#### 5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 10 ท่าน โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาแยกย่อยเป็นประเด็นต่างๆ เช่น ประเด็นที่มีผู้เชี่ยวชาญคิดเห็นที่ตรงกัน จากนั้นสรุปประเด็นออกเป็นโครงสร้าง เพื่อนำประเด็นที่สอดคล้องกันมาวิเคราะห์ข้อมูล และปรับปรุงแก้ไขสื่อต่อไป

5.2 การวิเคราะห์แบบประเมินความเหมาะสม (IOC) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และด้านสื่อและ  
พัฒนาการเรียนรู้ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินทั้งหมด 3 ครั้ง ได้แก่ ประเมินค่าความเหมาะสมของบทร่าง  
(Script) ประเมินค่าความเหมาะสมของแบบทดสอบความเข้าใจ และประเมินค่าความเหมาะสมของสื่อ โจน  
แต่หัวข้อการประเมิน จะต้องมียาค่า IOC มากกว่า 0.5 จึงจะมีความเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ได้

5.3 การวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจ หลังรับชมสื่อ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบ  
ประเมินความพึงพอใจ มาหาค่าทางสถิติด้วยค่าสถิติพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่  
ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.4 การวิเคราะห์แบบทดสอบความเข้าใจในบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ก่อน  
และหลังรับชมสื่อวิถีทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ โดยนำแบบทดสอบความเข้าใจไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง  
แล้วประเมินผลด้วยการหาค่าทางสถิติพรรณนา และเปรียบเทียบสถิติการทดสอบค่าที (t-test dependent)  
เพื่อเทียบเคียงคะแนนแบบทดสอบความเข้าใจก่อนและหลังรับชมสื่อ

## สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

### สรุปผลการวิจัย

1.1 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ การพัฒนาและปรับปรุงวิถีทัศน์จำลองสถานการณ์  
360 แบบมีปฏิสัมพันธ์ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นแนวทางให้การผลิตสื่อ ได้ข้อสรุปว่าสื่อ  
วิถีทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตรมือใหม่ ได้  
รับผิดชอบโครงการปลูกพืชหลังนาที่ชุมชนแห่งหนึ่ง ซึ่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์จะต้องเลือกทางที่ถูกต้องใน  
การแก้ไขปัญหา เพื่อให้โครงการสำเร็จไปได้ด้วยดี โดยใช้หลักการดำเนินงานมาเป็นตัวแปรในการสร้าง  
ทางเลือกให้กับสื่อ โดยแบ่งเนื้อหาของสื่อเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนเตรียมความพร้อมก่อนการรับชม เนื้อเรื่อง  
และส่วนสรุปเนื้อเรื่องหลังการรับชม โดยในส่วนเนื้อหาสามารถแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ เนื้อเรื่องหลัก  
สถานการณ์ทางเลือกที่ถูก สถานการณ์ทางเลือกที่ผิด และสถานการณ์ทางเลือกที่ไม่มีผลต่อเนื้อเรื่อง ซึ่งมี  
สถานการณ์ทางเลือกทั้งหมด 10 ครั้ง แบ่งเป็น สถานการณ์ทางเลือกที่มีหลักการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่  
องค์กรสัมพันธ์เป็นตัวแปร 6 ครั้ง และสถานการณ์ทางเลือกเพิ่มเติม 4 ครั้ง มีคลิปวิดีโอทั้งหมด 21 คลิป แต่  
ละคลิปมีความยาว 1-3 นาที แล้วแต่ความยาวของเนื้อหา โดยทางเลือกจะปรากฏในท้ายคลิปวิดีโอ ซึ่งจะ  
เชื่อมโยง (link) ไปตามสถานการณ์ที่ผู้ชมเลือก

1.2 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความเหมาะสมผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และด้านสื่อและ  
การเรียนรู้ แบ่งผลการประเมินความเหมาะสมเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ผลแบบประเมินความเหมาะสมของบท  
ร่าง (script) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและการเรียนรู้ 5 ท่าน โดยในภาพรวม  
ของบทร่างมีความเหมาะสมที่จะนำไปพัฒนาเป็นสตอรี่บอร์ดและผลิตสื่อได้ (IOC = 0.84 และ 0.78  
ตามลำดับ) 2) ผลการประเมินความเหมาะสมของแบบทดสอบความเข้าใจก่อนและหลังรับชมสื่อ โดย  
ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 3 ท่าน โดยในภาพรวมของแบบทดสอบความเข้าใจก่อนและหลังมีความเหมาะสม  
สามารถนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างได้ (IOC = 0.87 และ 0.93 ตามลำดับ) และ 3) ผลการประเมิน

ความเหมาะสมของสื่อ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 5 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและการเรียนรู้ 5 ท่าน โดยภาพรวมของสื่อมีความเหมาะสมสามารถนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างได้ (IOC = 0.89)

1.3 ผลการวิเคราะห์แบบทดสอบความเข้าใจ ก่อนและหลังรับชมสื่อ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองสื่อ คือ นักศึกษาพัฒนาการเกษตรชั้นปีที่ 3 จำนวน 30 คน พบว่า แบบทดสอบความเข้าใจหลังรับชมสื่อมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 7.20$ , S.D. = 1.75) มากกว่าก่อนรับชมสื่อ ( $\bar{x} = 3.83$ , S.D. = 2.02) ไว้ และเมื่อนำคะแนนก่อนและหลังรับชมสื่อ มาเปรียบเทียบสถิติการทดสอบค่าที (t-test dependent) พบว่าคะแนนแบบทดสอบความเข้าใจก่อน และหลังการรับชมสื่อ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .05 ตามที่ได้ตั้งสมมติฐาน มีรายละเอียดดังตารางที่ 5 และ 6

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความเข้าใจโดยกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ),	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
แบบทดสอบความเข้าใจก่อนรับชมสื่อ	3.83	2.02
แบบทดสอบความเข้าใจหลังรับชมสื่อ	7.20	1.75

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบคะแนนแบบทดสอบความเข้าใจ ก่อนและหลังการรับชมสื่อ

รายการ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{d}$	t	sig
คะแนนก่อนรับชม	30	3.83	2.02	0.37	-8.42	0.00
คะแนนหลังรับชม	30	7.20	1.75	0.32		

1.4 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจ หลังรับชมสื่อ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองสื่อ คือ นักศึกษาพัฒนาการเกษตรชั้นปีที่ 3 จำนวน 30 คน พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 22 คน (ร้อยละ 73.3) และมีเพศชายจำนวน 8 คน (ร้อยละ 27.3) มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 21 ปี มีรายละเอียดผลความพึงพอใจหลังรับชมสื่อ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจ หลังรับชมสื่อ

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ประเด็นด้านเนื้อหาของสื่อวิถีทัศน์	4.08	0.72	มาก
ประเด็นด้านคุณภาพของสื่อวิถีทัศน์	4.03	0.80	มาก
ประเด็นด้านความน่าสนใจของสื่อวิถีทัศน์	4.16	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09	0.77	มาก

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ หลังรับชมสื่อวิถีทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.77) เมื่อแยกผลแบบประเมินเป็นประเด็นความพึงพอใจ พบว่า

ประเด็นด้านความน่าสนใจของสื่อวีดิทัศน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.16 (S.D. = 0.76) รองลงมาคือ ประเด็นด้านเนื้อหา และด้านคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ มีค่าเฉลี่ย คือ 4.08 และ 4.03 ตามลำดับ (S.D. = 0.72 และ 0.80)

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลแบบประเมินความพึงพอใจในข้อที่ 1 เกี่ยวกับความเข้าใจบทบาทของตำแหน่งเจ้าหน้าที่องค์กรสัมพันธ์ด้านการเกษตร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์แบบทดสอบ ที่พบว่า คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างหลังรับชมสื่อมีค่าเท่ากับ  $\bar{x} = 7.20$ , S.D. = 1.75 ซึ่งมากกว่าก่อนรับชมสื่อ  $\bar{x} = 3.83$ , S.D. = 2.02 และเมื่อนำคะแนนก่อนและหลังรับชมสื่อ มาเปรียบเทียบสถิติการทดสอบค่าที (t-test dependent) พบว่าคะแนนของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ.05 ตามที่ได้ตั้งสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม ของ ธนกวรรณ น้อยบุก ศรุต รัตนชีวก และณพวิทย์ พานิชปฐม (2560) ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผลสัมฤทธิ์หลังการเรียนรู้ สูงกว่าก่อนการเรียนรู้ ( $\bar{x} = 16.79$  และ 9.58 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อวีดิทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ และสื่ออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์ เป็นสื่อที่มีการนำเสนอหลายรูปแบบมาผสมผสานกัน เพื่อนำเสนอข้อมูล ความรู้ในลักษณะที่แปลกใหม่ สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้ชมระหว่างการรับชมสื่อ เป็นการกระตุ้นให้ผู้ชมมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับสื่อ ซึ่งผู้ชมสามารถเลือกทางในการดำเนินสื่อได้ด้วยตนเอง ดังที่ ดุสิต ชาวเหลือง (2549) กล่าวว่า สื่อประสม หรือสื่อหลายมิติที่กระตุ้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ บทเรียนมีคุณสมบัติที่ช่วยเอื้อประโยชน์ต่อการเรียน โดยเฉพาะการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การที่ผู้เรียนสามารถกำหนดการเรียนของตนเองได้ จะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นในการเรียนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งตรงกับผลของแบบประเมินความพึงพอใจหลังรับชมสื่อ ในข้อที่ 11 สื่อมีผลกระตุ้นให้เกิดความสนใจ นำไปสู่การศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=4.23$ ) ซึ่งอยู่ในระดับมาก

จากผลวิเคราะห์รายข้อ พบว่าในข้อที่ 15 ความพึงพอใจในภาพรวม หลังชมสื่อวีดิทัศน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับข้อที่ 11 ( $\bar{x} = 4.23$ ) ที่ว่า สื่อมีผลกระตุ้นให้เกิดความสนใจ นำไปสู่การเรียนรู้เพิ่มเติม สอดคล้องกับ Michel Beer (1996) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของคนที่มีความพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง กล่าวคือ แรงจูงใจในการกระทำบางสิ่ง เกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้น ดังนั้นความพึงพอใจหลังรับชมสื่อวีดิทัศน์ จึงมีผลต่อการกระทำหลังรับชมสื่อ ดังที่ว่า สื่อมีผลกระตุ้นให้เกิดความสนใจ จนนำไปสู่การเรียนรู้เพิ่มเติม และในข้อที่ 14 วิถีทัศน์แบบมีตัวเลือก ทำให้ท่านเกิดความเข้าใจมากกว่าวิถีทัศน์ปกติ มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ซึ่งอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.20$ ) สอดคล้องกับผลการวิจัยของยุรนนท์ พลายละหาร (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนแบบผสมผสานและแบบปกติ พบว่า ผลสัมฤทธิ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มที่เรียนแบบผสมผสานมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่เรียนปกติ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Theuri, Greer and Turne (2011) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อมัลติมีเดียแบบมีปฏิสัมพันธ์กับการเรียนรู้ พบว่า สื่อมัลติมีเดียแบบมีปฏิสัมพันธ์จะสามารถ

ช่วยเพิ่มและส่งเสริมผลการเรียนรู้ในภาพรวม (overall performance) ได้มากยิ่งขึ้น และสามารถช่วยเพิ่มระดับความเข้าใจ (understanding) และการนำไปประยุกต์ใช้ (applying) ได้มากกว่าสื่อทั่วไป

### ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยแบบประเมินความพึงพอใจ พบว่า ผู้ชมพอใจในภาพรวมของประเด็นความน่าสนใจของสื่อมากที่สุด ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับบทและสตอรี่บอร์ดของสื่อวีดิทัศน์ เพื่อกำหนดแนวทางการให้สื่อให้มีความน่าสนใจ จนนำไปสู่ความพึงพอใจในสื่อของผู้รับชม
2. ควรคำนึงถึงเวลาของการนำเสนอ เนื่องจากผู้ชมอาจเกิดอาการ motion sickness ได้ หากยังไม่ชินกับการใส่แว่น VR
3. การผลิตสื่อวีดิทัศน์ 360 องศา แบบมีปฏิสัมพันธ์ ควรมีการวางแผนภาพสตอรี่บอร์ดที่ชัดเจน เพื่อป้องกันการสับสนในขั้นตอน post-production
4. การผลิตสื่อวีดิทัศน์ที่มีเนื้อหาเฉพาะเจาะจง โดยเฉพาะสถานการณ์จำลอง ควรศึกษาข้อมูลทั้งระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อหาประเด็นที่น่าสนใจ และผลิตสื่อให้มีความสมจริงมากที่สุด

### เอกสารอ้างอิง

- Academic Collaboration Committee for the Development of Teaching and Research Standards Business Administration of Thailand. (2012). *Næōthāng khwāmrapphitchōp tō sangkhom khōng kitchākān* [Corporate Social Responsibility Guidelines]. Bangkok: Magic Press Co. Ltd. (in Thai)
- คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2555). *แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ*. กรุงเทพฯ: บริษัท เมจิกเพรส จำกัด.
- Chintakanon, A. (2009). *Khaochai CSR sāngsan phatthana yāng mī chāriyatham* [Understand CSR creative, develop, ethically]. Bangkok: Daoroek. (in Thai)
- อัศวิน จินตกานนท์. (2552). *เข้าใจ CSR สร้างสรรค์ พัฒนา อย่างมีจริยธรรม*. กรุงเทพฯ: ดาวฤกษ์.
- Knowleung, D. (2006). *Kārabūnnakānchai sūprasom læ sūlai miti phūā kānsōn læ kān rianrū* [Integration of multimedia and multidimensional media for teaching and learning]. Retrieved from <https://www.tci-thaijo.org/index.php/edubuu/article/download/18686/16454> (in Thai)
- ดุสิต ขาวเหลือง. (2549). *การบูรณาการใช้สื่อประสมและสื่อหลายมิติเพื่อการสอนและการเรียนรู้*. สืบค้นจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/edubuu/article/download/18686/16454>
- Leemawattana, W. (2008). *'Ai'ēt'ō sōngmuñhokphan matrathanā mai sangkhom Thai* [ISO 26000 new standards Thai society]. Retrieved from <http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/p36-40.pdf> (in Thai)
- วาริน ลิ้มวัฒนา. (2551). *ISO 26000 มาตรฐานใหม่สังคมไทย*. สืบค้นจาก <http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/p36-40.pdf>

- Noipook, T., Ratanachikorn, S. and Phanitprathom, N.. (2017). Kānphatthanā sū 'in fokrafik bæp mī pati samphan bon khruākhaī sangkhom rūang krabūankān phalit raīkān thōrathat praphēt banthœng [Interactive media infographics development on social network regarding the production of television programs for entertainment, Mono Broadcast Company Limited]. *Communication Arts Review*, 16(21). Retrieved from <http://commartsreview.siam.edu/2017/images/review/year16-vol21/year16-vol21-02.pdf> (in Thai)
- ถนกวรณ น้อยปุก ศรุต รัตนชีวร และณพิทย์ พานิชปฐม. (2560). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด. *นิเทศสยามปริทัศน์*, 16(21). สืบค้นจาก <http://commartsreview.siam.edu/2017/images/review/year16-vol21/year16-vol21-02.pdf>
- Office of Agricultural Economics. (2016). *Kānsuksā patchai thī mī 'itthiphon tō rāidai rāichāi kān 'ōm nisin patchai thī kamnotkān tatsinchai kō nī læ khwāmtoṅgkān ku khōṅg khruārūan kaset* [Study of factors influencing income, expenditure, saving, debt factors determining debt formation and loan demand of agricultural households]. Retrieved from <http://www.oae.go.th/view/1/การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล/TH-TH#> (in Thai)
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรายได้ รายจ่าย การออม หนี้สิน ปัจจัย ที่กำหนดการตัดสินใจก่อนหนี้และความต้องการกู้ของครัวเรือนเกษตร*. สืบค้นจาก <http://www.oae.go.th/view/1/การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล/TH-TH#>
- Office of Agricultural Economics. (2016). *Phāwa khwām yakchon khōṅg khruārūan kaset pī phopluḅ 2013/14* [Poverty condition of agricultural households, planting year 2013/14]. Retrieved from <http://www.oae.go.th/view/1/ภาวะความยากจนของครัวเรือนเกษตร/TH-TH> (in Thai)
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *ภาวะความยากจนของครัวเรือนเกษตร ปีเพาะปลูก 2556/57*. สืบค้นจาก <http://www.oae.go.th/view/1/ภาวะความยากจนของครัวเรือนเกษตร/TH-TH>
- OKNation. (2008). *Kānchai sū phūā kānprachāsamphan* [Using media for public relations] [Blog]. Retrieved from <http://oknation.nationtv.tv/blog/khonpr/2008/07/27/entry-1> (in Thai)
- OKNation. (2551). *การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์* [บล็อก]. สืบค้นจาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/khonpr/2008/07/27/entry-1>
- Phlailahan, Y.. (2014). *Kānsuksā phon samrit thāngkān rian duāi withīkān rian bæp phasomphasān wicha theknōloyī sarasonthet rūang kānsāng ngān nam sancē khōṅg nakriān chan prathomsuksā pī thī hok Rōngriān Dusit Witthaya* [Study of learning achievement with an integrated approach to information technology Re: Creating presentations of grade 6 students in Dusit Witthaya School]. *Vedian E-Journal*, 7(2). Retrieved from <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-EJournal/article/view/27324/23291> (in Thai)
- ยุรนนท์ พลายละหาร. (2557). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ด้วยวิธีการเรียนแบบผสมผสานวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ เรื่องการสร้างงานนำเสนอของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนดุสิตวิทยา. *วารสารวิชาการ Vedian E-Journal*, 7(2). สืบค้นจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-EJournal/article/view/27324/23291>

Ratanathongkam, S. (2007). *Ēkkasān prakōp kānsōṅ sīroṅchetsiphā c̄hetroṅhāsīpkāo Kānsōṅ thāng kāiyaphāp bat* [The teaching document 475 759 Teaching Physical Therapy]. Retrieved from <http://ams.kku.ac.th/aalearn/resource/edoc/tech/1philos.pdf> (in Thai)

สมชาย รัตนทองคำ. (2550). *เอกสารประกอบการสอน 475 759 การสอนทางกายภาพบำบัด*. สืบค้นจาก <http://ams.kku.ac.th/aalearn/resource/edoc/tech/1philos.pdf>

Theuri, P. M., Greer, B. M., Turner, L. D. (2011). The efficacies of utilizing a multimedia, based instructional supplement on learners' cognitive skills. *The Accounting Educators' Journal*, (21) Retrieved from <http://www.aejournal.com/ojs/index.php/aej/article/view/190/112>.

ThumbsUp. (2560). *Khotsana bāep Interactive dung ch̄ai khon dai mā kwā thām c̄hotcham khōmūn dai dīkō wādūai* [Interactive advertising Draw more people and remembering information better too]. Retrieved from <https://thumbsup.in.th/2017/10/interactive-ads-magna-research/> (in Thai)

หม่อมป้อ. (2560). *โฆษณาแบบ Interactive ดึงใจคนได้มากกว่า แคมจดจำข้อมูลได้ดีกว่าด้วย*. สืบค้นจาก <https://thumbsup.in.th/2017/10/interactive-ads-magna-research/>

Vaughan, Tay. (1993). *Multimedia: Making it work*. New York: McGraw-Hill.