

การพัฒนาสื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม
เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง
บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

The Development of Interactive Infographic Video for
Social Media Platform Entitled “The Production Process
of Entertainment Television Programs of
Mono Broadcast Company Limited”

พรปภัตสร ปริญาญกุล, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, โสพล มีเจริญ*
ถกนวรรณ น้อยปลูก, ศรุตดา รัตนชีวกกร, ฌพิวิทย์ พานิชปฐม**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำนวจความต้องการ (2) ผลิตและหาคุณภาพของสื่อ (3) วัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่าง (4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาสื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย (1) แบบสำวจความต้องการ (2) สื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด (3) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อ (4) แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ (5) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาที่เลือกเรียนวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 2 ห้อง จับฉลากได้ห้อง B จำนวน 48 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสื่อระดับมาก 30 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 (2) สื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ที่พัฒนาขึ้นมีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.11, S.D. = 0.57$) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.43, S.D. = 0.62$) (3) กลุ่มตัวอย่างมีผลสัมฤทธิ์หลังการเรียนรู้สูงกว่าก่อนการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .054) ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24, S.D. = 0.51$) สรุปว่าสื่อวีดิโอ อินโฟกราฟิกที่สร้างขึ้นมีคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่ออยู่ในเกณฑ์ดีสามารถนำเสนอไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ: วิดีโออินโฟกราฟิก, ปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม, กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง

* รองศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

** นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

Abstract

This research was aimed to (1) examine the demands, (2) to produce and assess the quality of media, (3) to evaluate the learning achievement of the sampling group, and (4) to evaluate the satisfaction of the sampling group towards the interactive infographic video for social media platform entitled “The Production Process of Entertainment Television Programs of Mono Broadcast Company Limited”. The tools in this study were comprised of: (1) the needs assessment survey, (2) the interactive infographic video for social media platform entitled “The Production Process of Entertainment Television Programs of Mono Broadcast Company Limited”, (3) the content quality and media content assessment forms, (4) the learning achievement test, and (5) the satisfaction survey. The sampling group was selected using simple random sampling method out of two sections of second year students who enrolled in the Television Program Production course of the Department of Educational Communications and Technology, King Mongkut’s University of Technology Thonburi. In this study, section B was selected and there were 48 people. The research results showed that: (1) The sampling group had high demands for the media. (30 students expressed a high level of demands or 62.50%); (2) The quality of the contents was at a good level ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.57) and the quality of media was at a good level ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.62); (3) The sampling group showed a higher learning achievement after viewing the media at the .05 level of significance; (4) The satisfaction level of the sampling group was high ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.51). In conclusion, the interactive infographic video for social media platform entitled “The Production Process of Entertainment Television Programs of Mono Broadcast Company Limited” was of good

quality in terms of contents and media and it could be used on any social media platform.

Keywords: Infographic Video, Interactive Social Media, The Production Process of Entertainment Television Program

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

สื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) ย่อมาจาก Information Graphic คือภาพหรือกราฟิกซึ่งบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นสถิติความรู้ตัวเลข ฯลฯ เรียกว่าเป็นการย่อข้อมูลเพื่อให้ประมวลผลได้ง่ายเพียงแค่ว่าตามองซึ่งเหมาะสำหรับผู้อ่านในยุคไอทีที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลซับซ้อนมหาศาลในเวลาอันจำกัดอีกด้วย เหตุผลเพราะมนุษย์ชอบและจดจำภาพสวยๆ ได้มากกว่าการอ่าน และในปัจจุบันสื่อวิดีโอและอินโฟกราฟิกกำลังเป็นที่นิยมในโลกของ Social Network

ประโยชน์และพลังของอินโฟกราฟิกนั้นมีอยู่มากเพราะด้วยแผนภาพที่มีความสวยงาม ซึ่งสามารถทำให้คนทั่ว ๆ ไปสามารถเข้าถึง เข้าใจ ข้อมูลปริมาณมากๆ ด้วยแผนภาพภาพเดียวเท่านั้น และด้วยข้อมูลที่ถูกระดมมาเป็นอย่างดีจากฝ่าย Creative Content ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย เป็นวิธีการนำเสนอข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเราสามารถหยิบยกเรื่องราวเล็กๆ ไปจนถึงเรื่องราวใหญ่โตมานำเสนอในมุมมองที่แปลกตา ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ในโลกปัจจุบันโดยรูปแบบหรือประเภทของอินโฟกราฟิกนั้นได้แบ่งไปตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกัน

วิดีโออินโฟกราฟิกเป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของอินโฟกราฟิกผสมกับภาพเคลื่อนไหวซึ่งเป็นการผสมผสานกันระหว่างวิดีโอและอินโฟกราฟิกได้อย่างลงตัวและสมบูรณ์แบบ ซึ่งการใช้งานวิดีโออินโฟกราฟิกนั้นพบว่ามีประโยชน์ในเชิงธุรกิจและการตลาดในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะการสร้างความโดดเด่นเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมรวมไปถึงยังช่วยเพิ่มการจดจำของแบรนด์ของผู้บริโภคเพิ่ม Conversion บนเว็บไซต์และเพิ่มอัตราการคลิกผ่านหรือ CTR หากแบ่งองค์ประกอบของวิดีโออินโฟกราฟิกออกมาเป็น 2 ส่วนที่ประกอบด้วยวิดีโอและอินโฟกราฟิก จะพบว่าทั้งสองล้วนเป็นรูปแบบและเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทรงอิทธิพลและมี

ประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูล ในส่วนของการนำเสนอด้วยวิดีโอพบว่าเป็นรูปแบบในสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างอิสระไม่จำกัด และอีกส่วนประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้คืออินโฟกราฟิกก็ได้ชื่อว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการทำ “Viral Marketing” และ “Social Media Marketing” ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter หรือ Youtube เนื่องจากมีรูปแบบที่เอื้อต่อการนำไปแชร์ต่อได้อย่างสะดวกง่ายดายอีกด้วย

การทำให้สื่ออินโฟกราฟิกมีปฏิสัมพันธ์กันบนเครือข่ายสังคมระหว่างผู้บริโภคกับสื่อที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับสื่อที่เราผลิต เพราะ อินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์ คือการแสดงข้อมูลหรือความรู้ที่ผ่านการสรุปย่อแล้วออกมาในรูปแบบสื่อ เพื่อให้เนื้อหาหรือข้อมูลที่ต้องการนำเสนอสามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย ซึ่งสื่อประเภทนี้จะมีกิจกรรมประกอบระหว่างการรับชมระหว่างผู้รับชมกับสื่อเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ เป็นการกระตุ้นให้ผู้รับชมสื่อมีกิจกรรมร่วมกับสื่อที่เพิ่มมากขึ้น และในปัจจุบันการเผยแพร่สื่อบนเครือข่ายสังคมกำลังเป็นที่นิยมและเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด ทำให้ผู้คนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือสื่อต่าง ๆ ที่ซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ดึงดูดผู้บริโภคได้สูงเพราะมีภาพเคลื่อนไหวเสียงตัวอักษร ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางมีอัตราค่าโฆษณาต่อหัวต่ำ กลุ่มเป้าหมายมีสมาธิในการรับฟังข่าวสารดีและเป็นสื่อที่อยู่ในความทรงจำได้ดี

รายการบันเทิงเป็นการนำเสนอรายการที่เน้นความหลากหลาย สาระความบันเทิง ของประเด็นเรื่องราวที่น่าสนใจแบ่งเป็นช่วงโดยเนื้อหาของแต่ละช่วงอาจเป็นอิสระต่อกันแต่ ต้องเป็นเรื่องราวที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ชมโดยตรง กลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการจะมีลักษณะเป็นกลุ่มเฉพาะจะมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มหรือไม่ก็กำหนดเนื้อหาเฉพาะเรื่อง ดังนั้นแม้จะแบ่งเป็นช่วงๆแต่เนื้อหาจะสอดคล้องกันไป ในทิศทางเดียวกันและมีลักษณะของการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์

บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด คือ กลุ่มบริษัท โมโน หรือ โมโนกรุ๊ป (Mono Group) องค์กรธุรกิจชั้นนำผู้ผลิตสร้างสรรค์ให้บริการด้านมีเดียแพลตฟอร์มคอนเทนต์และความบันเทิงในระดับแนวหน้าของประเทศ เริ่ม

ต้นธุรกิจด้วยการก่อตั้งบริษัทแรกขึ้นในปีพ.ศ. 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานธุรกิจให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจให้บริการข้อมูลข่าวสารและให้บริการความบันเทิงอย่างครบวงจร โดยผลานสอดคล้องไปกับทุกไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตที่ทันสมัยของกลุ่มผู้บริโภคในโลกยุคดิจิทัล

ทั้งนี้ผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งในฝ่ายบันเทิง TV Production บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด จึงมีความสนใจที่จะพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงที่ผลิตโดยฝ่ายบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

(1) เพื่อศึกษาความต้องการและรูปแบบสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมเรื่องกระบวนการผลิตรายการ โทรทัศน์ประเภท บันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

(2) พัฒนาและหาคุณภาพของสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมเรื่องกระบวนการผลิตรายการ โทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

(3) เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

(4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

ประโยชน์และผลที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

(1) ได้สื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

(2) สามารถนำสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอด

คาสท์ จำกัดไปเป็นสื่อ ให้กับนักศึกษาที่สนใจการผลิต โทรทัศน์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่เรียนวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์ต่อไป

ขอบเขตงานวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ภาควิชาเทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา ที่เลือกเรียนวิชาการผลิตรายการ โทรทัศน์ชั้นปีที่ 2 จำนวน 80 คน 2 ห้อง เนื่องจากเป็น รายวิชาที่ศึกษาเกี่ยวข้อง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างนี้ได้มาจากการสุ่มโดยวิธีจับสลาก จาก นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ที่เลือกเรียนวิชาการ ผลิตรายการโทรทัศน์ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 2 ห้อง จับสลาก ได้ห้อง B จำนวน 48 คน

ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ที่มีความรู้ความสามารถมีความชำนาญเพื่อประเมิน คุณภาพงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิก แบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการ ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอด คาสท์ จำกัด โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Specified Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์อย่าง แท้จริงและมีความยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญแบ่งออก เป็น 3 ด้าน ได้แก่

(1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ผู้ที่มีการศึกษา ขั้นต่ำในระดับปริญญาตรีขึ้นไป หรือเป็นผู้ที่มี ประสบการณ์ในการทำงานกับฝ่ายบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ไม่น้อยกว่า 3 ปีโดยวิธีการเลือกแบบ เจาะจงเพื่อประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการพัฒนา สื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่าย สังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภท บันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด จำนวน 3 ท่าน

(2) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ คือ ผู้ที่มีการศึกษาขั้น ต่ำในระดับปริญญาตรีขึ้นไป หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ ในการทำงานด้านการออกแบบสื่อให้กับฝ่ายบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยวิธีการเลือก แบบเจาะจงเพื่อประเมินคุณภาพด้านการพัฒนาสื่อวิดีโอ อินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมเรื่อง

กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด จำนวน 3 ท่าน

(3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบบวัดและ ประเมินผล คือ ผู้ที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาโท เป็นต้นไปในด้านการวัดและประเมินผล ด้านเทคโนโลยี ทางการศึกษา ด้านจิตวิทยาหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือ เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ด้านสื่อสาร มวลชนไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 3 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมี ปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิต รายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงบริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

(1) แบบสำรวจออนไลน์ (Google Doc) ความ ต้องการและรูปแบบการพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิก

(2) สื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บน เครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ประเภทบันเทิงบริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

(3) แบบประเมินคุณภาพ แบบประเมินมาตร วัดค่า 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Likert Scal แบ่งได้ดังนี้

- แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา

- แบบประเมินคุณภาพด้านสื่อ

(4) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง - เป็นแบบปรนัย เลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ

(5) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง แบบประเมินมาตรวัดค่า 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Likert Scale

ขอบเขตเนื้อหา

การพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมี ปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิต รายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงบริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด การจัดทำโครงการงานศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการ ศึกษา 2559 ระหว่างเดือนมกราคม - เดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2560

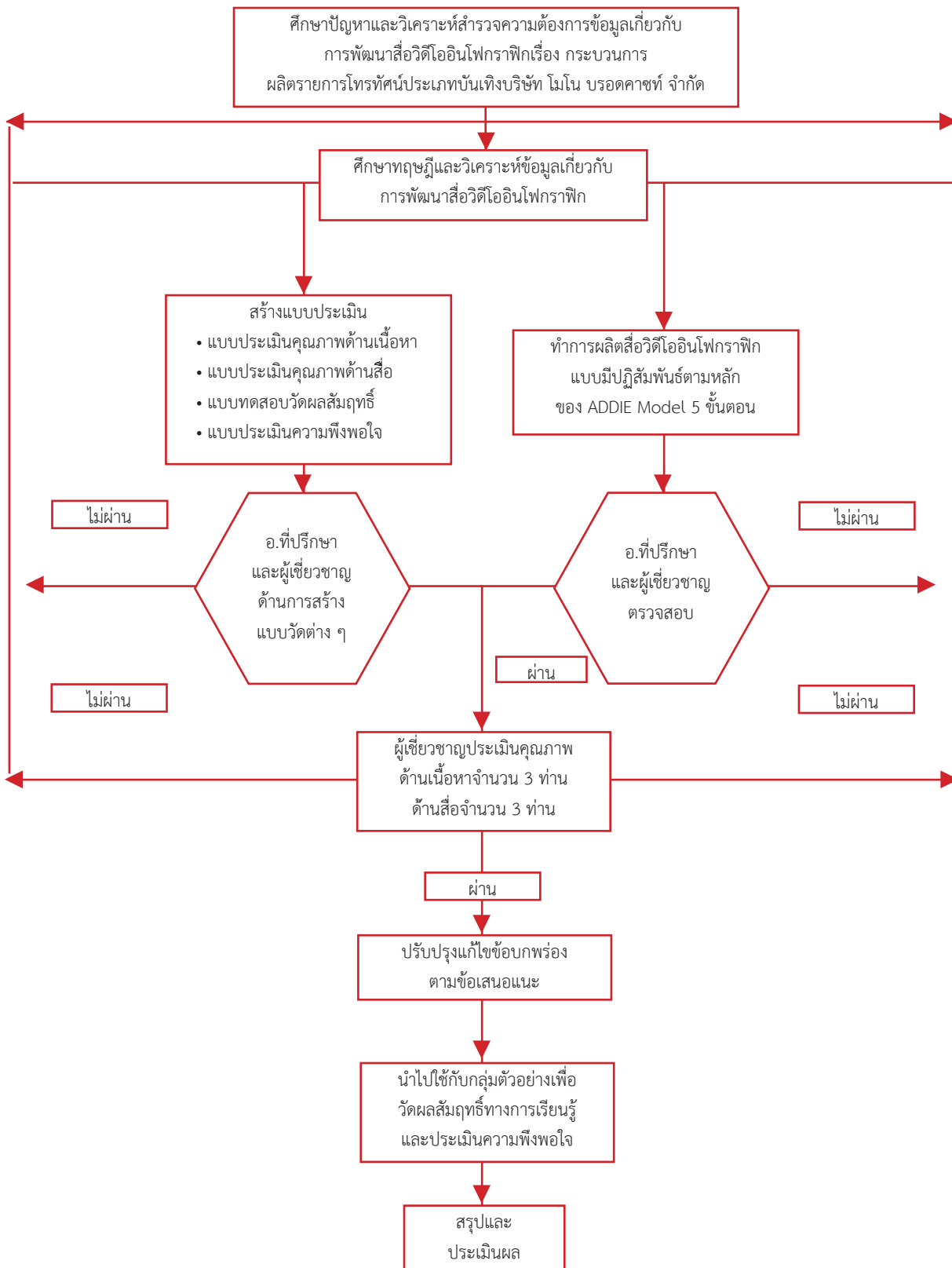


ภาพที่ 1 สื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงบริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ช่วงเปิดตัวคลิกกล่าวถึงการจัดความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ รวมถึงความหมายและขั้นตอน 3P



ภาพที่ 2 สื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงบริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ช่วงบุคคลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตรายการการเผยแพร่สื่อบนเครือข่ายสังคม และการมีปฏิสัมพันธ์

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ



สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลจะทำการเก็บ โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต เภนธ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท 5 Likert Scale การวิเคราะห์ผลจากแบบประเมินคุณภาพ แบบประเมินความพึงพอใจ วิธีการวิเคราะห์ผลโดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยแบบแจกแจงความถี่และวิธีการวิเคราะห์ผลโดยการคำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและผลสัมฤทธิ์การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งนำผลจากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์การรับรู้ก่อนและหลัง โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีผลหลังการรับรู้สูงกว่าก่อนการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาและด้านสื่อ

ภาพรวมของเว็บเพจ	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{X}	S.D.	ผลการประเมิน
1. ผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	4.11	0.57	ดี
2. ผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ	4.43	0.62	ดี

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินรวมการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา สื่อวิดีโออินโฟกราฟิก พบว่า ผลออกมาอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.57) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการศึกษา และผลการประเมินรวมการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกพิจารณาคุณภาพแต่ละด้านพบว่า ผลออกมาอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.62) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการศึกษาเช่นกัน

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบผลจากแบบประเมินผลการรับรู้ก่อนและหลังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการ ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

ผลการทำแบบทดสอบ	จำนวน N	\bar{X}	S.D.	ΣD	\bar{D}	t-test
ก่อนเรียน	48	10.04	4.07	272	5.67	11.49
หลังเรียน	48	15.71	1.54			

*มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

จากตารางที่ 2 เปรียบเทียบผลจากแบบทดสอบการรับรู้ก่อนและหลังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บการพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการ ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัดพบว่าผลสัมฤทธิ์หลังการรับรู้สูงกว่าก่อนการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย โดยสรุปที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการ ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{X}	S.D.	ผลการประเมิน
ด้านเนื้อหา	4.24	0.52	พอใจมาก
ด้านรูปแบบของตัวอักษรและคำอธิบาย	4.31	0.53	พอใจมาก
ด้านเสียง	4.22	0.47	พอใจมาก
ด้านกราฟิก	4.24	0.52	พอใจมาก
การมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม	4.19	0.50	พอใจมาก
เฉลี่ย	4.24	0.51	พอใจมาก

จากตารางที่ 3 จากการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการ ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด สำหรับกลุ่มตัวอย่าง พบว่าคะแนนเฉลี่ยในด้านเนื้อหา พบว่าคะแนนเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.24 มีค่า

เบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.52 ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ด้านรูปแบบของตัวอักษรและคำอธิบายพบว่าคะแนนเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.31 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.53 ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ด้านเสียงพบว่าคะแนนเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.22 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.47 ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ด้านกราฟิกพบว่าคะแนนเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.24 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.52 ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และในด้านการมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมพบว่าคะแนนเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.19 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.50 ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่าทางด้านเนื้อหาที่มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.57) ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ สุดาพร ศรีพรหมมา ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดสื่ออบรมโดยใช้อินโฟกราฟิกเพื่อให้ความรู้ เรื่องลดภาวะโลกอ้วนและปัจจัยเสี่ยงด้วยหลัก 6 อ. ของโรงเรียนสังกัดสำนักเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ชุดสื่อฝึกอบรมมีการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาอยู่ในระดับคุณภาพดี ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.46) สรุปได้ว่าชุดสื่อฝึกอบรมโดยใช้อินโฟกราฟิกเพื่อให้ความรู้ เรื่องลดภาวะโลกอ้วนและปัจจัยเสี่ยงด้วยหลัก 6 อ. ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสงคราม มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ในการให้ความรู้ในเรื่องลดภาวะโลกอ้วนและปัจจัยเสี่ยงด้วยหลัก 6 อ. ได้ ส่วนการประเมินคุณภาพด้านสื่อ ผลการวิจัยพบว่าทางด้านสื่อมีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.62) ทั้งนี้ทางผู้วิจัยได้นำหลักการออกแบบของ ADDIE MODEL มาใช้ในการออกแบบ ตั้งแต่ 1. Analysis (การวิเคราะห์) 2. Design (การออกแบบ) 3. Development (การพัฒนา) 4. Implementation (การนำไปใช้) 5. Evaluation (การประเมินผล) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ชาวสำอางค์ และ อักษรารักษ์ การะเมฆ และนฤพร นาโควงศ์ ได้ศึกษาการวิจัยเรื่องการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกแบบสตอรี่ไลน์ เรื่อง การสอนแบบกระบวนการ สำหรับการจัดการฝึกอบรมของครูโรงเรียนนาโบสถ์ ดังนั้นผลการวิจัยพบว่าสื่อที่ผลิตมีการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้าน

เนื้อหาที่มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.58) สรุปได้ว่าสื่ออินโฟกราฟิกแบบสตอรี่ไลน์ เรื่องการสอนแบบกระบวนการ สามารถนำสื่อไปใช้เพื่อให้ความรู้ได้

ผลจากประเมินผลสัมฤทธิ์การรับรู้ก่อนและหลังของกลุ่มตัวอย่าง ผลสัมฤทธิ์การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยก่อนการชมสื่อเท่ากับ 9.58 และหลังการรับชมสื่อด้วยสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด มีผลสัมฤทธิ์เฉลี่ยทางการเรียนเท่ากับ 16.79 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ กลุ่มตัวอย่างต้องมีผลสัมฤทธิ์หลังรับรู้สูงกว่าก่อนรับรู้อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 ซึ่งจากผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด เป็นสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกที่ช่วยให้ความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งสามารถดูซ้ำไปมาด้วยตนเองได้ ทำให้เพิ่มพูนศักยภาพที่ดีในการรับข้อมูลและเนื้อหา สามารถเพิ่มศักยภาพในการจดจำและทำความเข้าใจในเนื้อหา สำหรับเนื้อหาในสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ที่เน้นถูกแบ่งออกเป็นสัดส่วน หรือสามารถรับชมได้ตามต้องการ ทำให้ง่ายต่อการจดจำ ช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้ชม มีการทดลองใช้และประเมินคุณภาพเพื่อให้ได้สื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ที่มีความสมบูรณ์ถูกต้องมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐนิช ทองดี และพัชรีดา ภิระคัม และสุภรณ์ ไชยจำ ได้วิจัยเรื่องเรื่องการผลิตแอปพลิเคชันแบบสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบชั้นนำบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เรื่อง การวิจัยทางการศึกษา พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มตัวอย่างหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นสามารถนำสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ไปเป็นสื่อ ให้กับนักศึกษาที่สนใจการผลิตโทรทัศน์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่เรียนวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์ต่อไป

ผลจากการประเมินความพึงพอใจ

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 48 คน ที่มีต่อการพัฒนาสื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อที่ ผู้วิจัยผลิตขึ้นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, $S.D. = 0.51$) เนื่องจากสื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด มีเนื้อหาที่ถูกต้อง สื่อมีการออกแบบที่น่าสนใจ รูปภาพประกอบสวยงาม เสียงประกอบมีความน่าสนใจ ดึงดูดต่อผู้ใช้งานเป็นอย่างดี จึงเหมาะสมสำหรับใช้ให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด และผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยากร อ้นแก้ว และศศิมา นิธิศักดิ์เสถียร ได้วิจัยการพัฒนา วิดีทัศน์เรื่อง วัฏจักรน้ำจากภาพเคลื่อนไหวแบบสตอปโมชันประเภท เปเปอร์แอนิเมชัน ดังนั้นผลการวิจัย พบว่า สื่อที่ผลิตมีได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, $S.D. = 0.28$) จึงสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นใกล้เคียงกันว่าวีดิทัศน์เรื่องวัฏจักรน้ำจากภาพเคลื่อนไหวแบบสตอปโมชันประเภทเปเปอร์แอนิเมชัน มีความพึงพอใจในระดับดี แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลวิจัยไปใช้

(1) งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด สามารถนำไปใช้งานได้จริงบนเครือข่ายสังคม เพื่อเพิ่มช่องทางให้สาธารณะชนที่ เข้าถึง ข้อมูลความรู้ ของ บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ได้อย่างดียิ่งขึ้น

(2) งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ รายการของ บริษัทและทำให้บริษัทและรายการเป็นที่ รู้จักและมีผู้ติดตามชมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

(1) การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด สามารถนำไปประยุกต์เป็นแอปพลิเคชัน ในการใช้งานบนระบบ Android และ IOS ได้

(2) การศึกษาพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ชลธิชา ขาวสำอางค์, อักษรภักดิ์ การระเมฆ และนฤพร นาโควงศ์. (2558). *การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกแบบสตอปไลน์การ สอนแบบกระบวนการ สำหรับการจัดการฝึกอบรมของครูโรงเรียนนาโบลส์*. โครงการงานเทคโนโลยีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ณัฐนิช ทองดี, พัชรีดา ภิระคัม และสุภรัตน์ ไชยจำ. (2558). *การผลิตแอปพลิเคชันแบบสื่อวีดิทัศน์อินโฟกราฟิกแบบชี้ นำบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เรื่อง การวิจัยทางการศึกษา*. โครงการงานเทคโนโลยีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ปิยากร อ้นแก้ว และศศิมา นิธิศักดิ์เสถียร. (2553). *วีดิทัศน์เรื่องวัฏจักรน้ำจากภาพเคลื่อนไหวแบบสตอปโมชันประเภท เปเปอร์แอนิเมชัน*. โครงการงานวิทยาศาสตร์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- สุดาพร ศรีพรมมา. (2557). *การพัฒนาชุดสื่ออบรมโดยใช้อินโฟกราฟิกเพื่อให้ความรู้ เรื่อง ลดภาวะโรคอ้วนและปัจจัยเสี่ยงด้วยหลัก 6 อ. ของโรงเรียนสังกัดสำนักเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสงคราม*.โครงการงานเทคโนโลยีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ออนไลน์

ชวลิต ชูกำแหง. (2554). *การสร้างเครื่องมือวัดจิตพิสัยด้วยแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า*. เข้าถึงได้จาก http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/0506704/page06_03_02.html

ณัฐกิจ ชันแก้ว. (2556). *สื่อโทรทัศน์*. Retrieved from <https://sites.google.com/site/natthakij56/sux-thorthas- laea-sux-withyu-kracay-seiyng-1>

สำนักทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (2558). *เทคโนโลยีและสื่อสารมวลชน*. เข้าถึงได้จาก <http://regis.kmutt.ac.th/pstudent/presentstudent.php>

Arjarnrat. (2552). *ประเภทของรายการโทรทัศน์*. Retrieved from <http://www.oknation.net/blog/rt201dpu/2009/09/13/entry-1>

Mono Group. (2557). *ความเป็นมาของMono Group*. Retrieved from <http://www.thairath.co.th/content/419598>

Prapanpongmk. (2555). *ADDIE MODEL การออกแบบสื่อ*. Retrieved from <http://blog.msu.ac.th/?p=4833>

Thumbsupteam. (2556). *“Video Infographic” อีกทางเลือกเพื่อการตลาดยุคดิจิทัล*. Retrieved from <http://thumbsup.in.th/2013/10/why-your-business-should-use-infographics/>

Zidan Rider. (2556). *Infographic*. Retrieved from <http://www.oknation.net/blog/digitalmarketing>
