

การพัฒนาและหาดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง

Develop and find the consistency index of the public relations model using virtual media.

ดร.ดวงกมล แก้วแดง

บทคัดย่อ

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง เพื่อหาดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อเสมือนจริง และเพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้รูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง โดยทำการทดลองกับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง (ปวส.) สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยามบริหารธุรกิจ จำนวน 28 คน ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 125 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ รูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงที่สร้างขึ้นมาเพื่อศึกษาความต้องการเรียนต่อในระดับปริญญาตรี

แบบประเมินดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (IOC)

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง

ผลการวิจัยโดยสรุปมีดังนี้

1. รูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 มีความเหมาะสมสอดคล้องอยู่ในระดับดี

2. ด้านความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมมีความเห็นว่ารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์มีขนาดและสัดส่วนที่ความเหมาะสมตามสถานการณ์ที่นำไปประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.67 มีค่า SD = 0.577 มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และโดยภาพรวมความเหมาะสมของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.21 และมีค่า SD. = 0.240 มีความเหมาะสมในระดับมาก

3. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.38 มีค่า SD = 0.048 มีความพึงพอใจระดับมาก

คำสำคัญ รูปแบบประชาสัมพันธ์ , สื่อเสมือนจริง

Abstract

This research is a developmental research aimed for (1) developing a public relations model using virtual media; (2) finding the consistency index of the public relations model using virtual media and; (3) studying satisfaction of the sample towards the public relation model using virtual media. In this research, 28 of 125 high school diploma students from department of business computer, Siam Business Administration Technological College (SBAC) were selected as a sample group by purposive sampling method. The tools used for collecting data are following: (1) the virtual media model using virtual media for studying the need of Bachelor's Degree education; (2) index of Item Objective Congruence (IOC)'s assessment; (3) expert assessment towards, and; (4) satisfaction assessment form of the sample towards the public relation model using virtual media. The result are summarized as follows: (1) the public relation model using virtual media for Department of Business Computer, Faculty of Information Technology, North Bangkok University has the correspondence between questions and purposes between 0.67-1.00 in good level; (2) The opinion of experts in technology and innovation is that the media format is appropriate and suitable for the current situation with the mean (\bar{X}) = 4.67 and SD = 0.577 in very good level; (3) the overall of suitability of public relation model using virtual media has the mean (\bar{X}) = 4.21 and SD = 0.240 in good level, and; (4) the satisfaction of the sample towards the public relation model using virtual media has the mean (\bar{X}) = 4.38 and SD = 0.048 in very good level

Keywords: public relations model, virtual media

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจธุรกิจของผู้ประกอบการ การลงทุนในการทำธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ และในปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์มากมายหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการติดตั้งวิดิทัศน์ โทรทัศน์ ตามชุมชน หรือตามจุดที่กลุ่มประชากรอยู่กันอย่างหนาแน่น และเป็นการพัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์ที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและก้าวไกล โดยเฉพาะการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพ เสียง วิดีโอ ภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ จะกระตุ้นความสนใจให้ผู้บริโภคได้มากขึ้น การประชาสัมพันธ์ที่เป็นสื่อที่มีชีวิตจะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งการนำเสนอที่สามารถทำให้เห็นภาพ ของ สิ่งของ ที่จะประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจได้เร็วขึ้นของกลุ่มเป้าหมาย (จินตวิวี เกษมศุข.2550)

การใช้สื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์อาจมีการการย้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ (Repeating) จะช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น คงทนถาวรมากขึ้น แต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่า ถ้าย้ำ บ่อย ๆ และกระทำต่อเนื่องกันนาน ๆ อาจถึงจุดอิ่มตัวขึ้นได้ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันทีเพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายหรือ ซินชาเพราะฉะนั้นถ้าจะทำอยู่เรื่อย ๆ ควรให้มีทั้งความต่อเนื่องและความหลากหลาย นอกจากนี้ควรให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation) เช่น ในรายการโทรทัศน์ที่ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย จะมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะให้อะไรอย่างเดียว การให้ผู้รับมีส่วนร่วมนั้นสามารถทำได้ทั้งรายการบันเทิงและรายการที่ให้ความรู้

เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง (Augmented reality) มีความสัมพันธ์ในวัตถุและสภาพแวดล้อมที่แตกต่าง จากเทคโนโลยีต่างๆ ที่เข้ามา ดังนั้นการนำเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง (Augmented reality) มาปรับใช้ในด้านการเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้จุดเด่นของเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงซึ่งลักษณะของเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงเป็นวัตถุเสมือนจริงในรูปแบบ 3 มิติที่รวมอยู่ในสภาพแวดล้อม จริง 3D ซึ่งการใช้องค์ประกอบเสมือนจริงรวมกับสิ่งแวดล้อม จริง จะเป็นประโยชน์ให้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงเป็นโลกเสมือนจริงที่ต่อเนื่องซึ่งเป็นแนวความคิดของ Milgram and Kishino (Marc Ericson C. Santos M.,A. Chen and T. Taketomi et al, 2014 : 39)

โดยเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงเป็นนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่มีมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2004 จัดเป็นแขนงหนึ่งของงานวิจัยด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ ด้วยเทคนิคทางด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก ในการผนวกเทคโนโลยีความจริงเสมือนเข้ากับเทคโนโลยีภาพผ่านซอฟต์แวร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ เช่น เว็บแคม คอมพิวเตอร์ และแสดงผลผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือหน้าจอโทรศัพท์มือถือในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรืออาจจะเป็นสื่อที่มีเสียงประกอบ ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับผู้ใช้งานได้ทันทีในมุมมอง 360 องศา ซึ่งเป็นการแสดงผลแบบ Real Time แนวคิดในการประดิษฐ์เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงเกิดขึ้นโดย Thomas Caudill ซึ่งเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น ด้านอุตสาหกรรม ด้านการแพทย์ ด้าน ธุรกิจ ด้านการโฆษณา ด้านการท่องเที่ยว รวมไปถึงด้านการศึกษา (พินดา ตันศิริ, 2553 :169-171)

กระบวนการทำงานของเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง

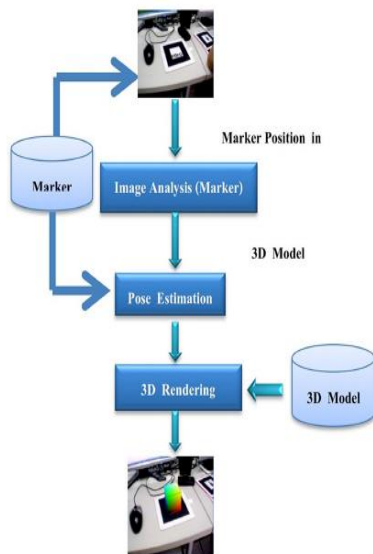
1. การวิเคราะห์ภาพ (Image analysis) เป็นขั้นตอนการค้นหามาร์คเกอร์ (Marker) จากภาพที่ได้จากกล้องวิดีโอ สืบค้นจากฐานข้อมูลมาร์คเกอร์ (Marker database) ที่มีการเก็บข้อมูลขนาดและรูปแบบของมาร์คเกอร์ที่ ออกแบบไว้ซึ่งเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงสามารถแบ่งประเภทตามส่วนการวิเคราะห์ภาพ (Image analysis) ได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) Marker based AR เป็นการวิเคราะห์ ภาพโดยอาศัยมาร์คเกอร์ (วัตถุสัญลักษณ์) เป็นหลักในการ ทำงาน

2) Marker – less Based AR เป็นการวิเคราะห์ ภาพ ที่ใช้คุณลักษณะต่างๆ ที่อยู่ในภาพ (Natural Features) มาทำการวิเคราะห์เพื่อคำนวณหาตำแหน่ง 3 มิติเพื่อนำไปใช้งาน

2. การคำนวณค่าตำแหน่งเชิง 3 มิติ (Pose Estimation) ของมาร์คเกอร์เมื่อเทียบกับกล้องวิดีโอ ซึ่งจะแสดง ในรูปแบบเมตริกซ์ที่ระบุความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของ กล้องและตำแหน่งของมาร์คเกอร์

3. กระบวนการสร้างภาพโมเดล 3 มิติ (3D rendering) เป็นการเพิ่มข้อมูล (โมเดล 3 มิติ) เข้าไปในภาพที่ได้จากกล้อง ณ ตำแหน่งที่ตรวจพบจากขั้นตอนที่ (1) โดยใช้ค่าตำแหน่งจากขั้นตอนที่ (2) (วสันต์ เกียรติแสงทอง, พรชพร พรมมาศ และอนุวัตร เฉลิมสกุลกิจ, 2552 : 7-15)




ภาพที่ 4 แผนภาพแสดงการทำงานของเทคโนโลยีสี่เสมือนจริง

ที่มา : วสันต์ เกียรติแสงทอง, พระษพล พรหมมาศ และ อนุวัตร เฉลิมสกุลกิจ, 2552 : 8

อนาคตการนำเทคโนโลยีสี่เสมือนจริงไปใช้ประกอบเป็นสื่อการเรียนการสอนและใช้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้นเพราะจากแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีสี่เสมือนจริงโดยอ้างอิงงานวิจัย เรื่อง “The Future of Internet III” ของ Pew Internet ที่ทำการสำรวจเกี่ยวกับการประเมินผลกระทบจากอินเทอร์เน็ตในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สังคม การเมืองและเศรษฐกิจของมนุษย์ในอนาคต ปี 2020 จากจำนวนทั้งหมด 1,196 คน แบ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ 578 คน ที่ตอบแบบสอบถามผ่านทาง Facebook และผู้เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการคัดเลือกจากโครงการ 618 คน ที่ตอบแบบสอบถามผ่านทางอีเมลได้สรุปผลวิจัยไว้ดังนี้ในบริบทที่เกี่ยวข้องการใช้โทรศัพท์มือถือและการใช้เทคโนโลยี เสมือนจริงพบว่าผู้เห็นด้วยในประเด็นของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเครื่องมือพื้นฐานของประชากรโลกในปี 2020 ร้อยละ 81 มีผู้เห็นด้วยว่า ในปี2020 โลกเสมือนจริงจะเป็นรูปแบบเครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยมร้อยละ 56 ซึ่งจากผลการวิจัย 2 บริบท แสดงให้เห็นถึงการนำเทคโนโลยีเสมือนจริงไปใช้ในอนาคตผ่านอินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะทำให้การนำมาประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ นั้นเกิดประโยชน์และต้นทุนต่ำ (Lee Rainie L. and J. Anderson,2008)

ความเป็นจริงเสมือนเป็นระบบความเป็นจริงเสมือนที่นำมาใช้เป็นการใช้ผ่านหน้าจอ (Non Immersive VR หรือ Desktop VR) เรียกว่าระบบเสมือนจริงแบบเทียม (Artificial

Reality) ซึ่งเป็นการพัฒนาทางด้านซอฟต์แวร์แทนเพื่อลดการใช้อุปกรณ์เสริมลงให้เหลือเพียงการทำงานบนจอคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ทั่วไปเท่านั้นซึ่งเป็นการสร้างภาพด้วยคอมพิวเตอร์กราฟิกระบบสื่อประสม ประมวลผลด้วยภาษาคอมพิวเตอร์และแสดงที่หน้าจอโมนิเตอร์ มีหลักการการทำงานโดยให้ผู้นั่งอยู่ที่หน้าจอโมนิเตอร์ปัจจุบันได้มีการประยุกต์บนระบบ Smart Phone เป็นการติดตั้ง Application คือ Application Zappar เพื่อช่วยให้รูปแบบประชาสัมพันธ์ที่ผสมผสานด้วยสื่อประสมทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

App Zappar Zappar Application เป็นแอปพลิเคชันที่สร้างจากผู้สร้างประเทศอังกฤษใช้เวลาสร้างและพัฒนาทั้งหมด 4 ปี โดย Dr Simon Taylor และ Connell Gauld ได้ร่วมกันก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2007 สร้างเสร็จและ ปล่อยแอปพลิเคชันออกสู่ตลาดเมื่อปี 2011 จนในปี 2013 ได้มีการผลิตคิดค้น Zapcode ขึ้น และในที่สุดในปี 2014 ได้มีการเปิดให้ผู้คนทั่วไปสร้าง Zapcode ของตัวเองได้ผ่านทางเว็บไซต์นี้คือสัญลักษณ์ Zapcode  <https://zapcode.it/>

zapcode เป็นการทำงานของระบบ Software ที่ทำงานผ่านระบบ Smart Phone ที่เรียกกันว่าระบบ AR (augmented reality) ในระบบ AR ทั่ว ๆ ไปจะมีปัญหาจำนวนมากในเรื่องเกี่ยวกับการตรวจสอบรูปภาพหลาย ๆ รูปภาพซึ่งแต่ละปัญหาจะแตกต่างกันและในเวลาเดียวกันปัญหาต่าง ๆ ก็จะเป็นเรื่องยากที่จะพิจารณาว่าเมื่อภาพจำนวนมากมีลักษณะคล้ายกันปัญหาในการ scan solution ก็มีปัญหามาก แต่ในSolution ของ Zappar จะสามารถแก้ปัญหาเหล่านี้ได้อย่างง่าย โดย zapcode จะมีโค้ด QR บนเตียงรอยดัดโดยใช้อุปกรณ์เป็นเกตเวย์เพื่อ scan เนื้อหาเกี่ยวกับมัลติมีเดียจากไอคอน ของ Zappar

ไอคอนของ Zappar จะช่วยให้ผู้ใช้ทราบว่ามีเนื้อหา AR ที่เกี่ยวข้องอยู่ล้อมรอบ zapcode (bolt) เป็นรูปแบบพิเศษของบาร์ที่เรียกว่า "bits" ซึ่ง bits เหล่านี้จะบอก app ที่เป็นชิ้นส่วนของเนื้อหา AR เพื่อดาวน์โหลดและเพิ่มในภาพ ไม่ว่าภาพจะมีลักษณะคล้ายกันหรือเหมือนกันในระบบหรือไม่ก็ตามเนื่องจากเป็นโค้ด (แทนที่จะเป็นรูปภาพ) ที่สามารถระบุเนื้อหาที่ต้องการทำให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุด อ้างอิง : <https://zap.works/>

การประชาสัมพันธ์หน่วยงานธุรกิจเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างเห็นได้ชัด การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีการปฏิบัติให้

แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย ยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลูกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย คล้อยตามเกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความท้าทายของงานนี้อยู่ที่การคิดค้นกลวิธี โดยจะสร้างสารอย่างไรให้ดึงดูดและกระทบใจ จะใช้กิจกรรมอะไรที่แปลกใหม่แต่อยู่ในวิสัยที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับได้ จะใช้สื่ออะไรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และจะวางแผนการสื่อสารอย่างไร (จินตวีร์ เกษมศุข.)

การพัฒนาารูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ นำมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเพื่อกระตุ้นความสนใจให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนโดยเฉพาะ กลุ่มเป้าหมายผู้เรียนที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือเทียบเท่า เพื่อศึกษาในสาขาวิชาที่ตนเองสนใจศึกษาในระดับปริญญาตรี การใช้สื่อเสมือนจริงช่วยประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายมองเห็นภาพลักษณะของสาขาวิชา ขณะที่สนใจและกล้าที่จะตัดสินใจเลือกเรียน อีกทั้งสื่อเสมือนจริงยังสามารถถ่ายทอดความรู้สึกให้เห็นสภาพจริง การเรียนการสอนที่เป็นรูปธรรม ซึ่งจากเดิมสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจประชาสัมพันธ์โดยใช้เอกสารประกอบ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ Rollup ของสาขาวิชาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม ซึ่งในการประชาสัมพันธ์จะต้องมีผู้บรรยายและให้ความรู้ประกอบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นภาพ ทำให้การประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและในบางครั้งการบรรยายภาพลักษณะของสาขาถ้าอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่มีเวลาไปประชาสัมพันธ์สาขาจะทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นเพียงกระดาษแผ่นหนึ่งทิ้งไว้ให้กลุ่มเป้าหมายอ่านเองและในบางครั้งกลุ่มเป้าหมายก็เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ได้อ่านหรือศึกษารายละเอียดของสาขาวิชามากนักเพียงมองผ่านเท่านั้นทำให้การประชาสัมพันธ์ในสาขาเกิดปัญหาและทำให้เป้าหมายหรือการเพิ่มยอดของสาขาเป็นไปในทางที่ไม่ดีนัก

รูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยแก้ไขปัญหาในเรื่องของการให้ความรู้ และในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ที่มีชีวิตและมีสิ่งกระตุ้นที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลเสมือนจริงทุกประการ ซึ่งประกอบไปด้วยวิดีโอ เสียง อัลบั้มภาพประกอบ โซเชียล ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยในการแก้ปัญหาให้กับสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงในการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ โดยมุ่งเน้นความสอดคล้องกับเทคโนโลยีเสมือนจริงในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาและหาค่าความเหมาะสม ความสอดคล้องของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยามบริหารธุรกิจ จำนวน 125 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 28 คน เลือกแบบเจาะจงที่เข้ารับฟังการประชาสัมพันธ์การศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ได้ศึกษากรอบแนวคิดจากการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม ศึกษาแนวคิดการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ที่ใช้สื่อเสมือนจริงมาช่วยในการประชาสัมพันธ์ ศึกษาการใช้รูปแบบ Application ที่ใช้ได้บน Smart Phone หรือ Tablet

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มีรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่ใช้สื่อเสมือนจริงไว้ใช้ในการออกประชาสัมพันธ์ในปีการศึกษาต่อไป

2. ใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ให้กับสาขา และคณะอื่น ๆ ที่สนใจ นำไปพัฒนาใช้ในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีและแอนิเมชัน สาขาการตลาด สาขาการบัญชี จำนวน 125 คน ที่สนใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี การเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 28 คน เป็นนักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สนใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี

2. พัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาปัญหา รูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม ซึ่งประกอบด้วย

1.1. การแจกแผ่นพับ การแจกใบปลิว หรือ การแจกโบรชัวร์ (Brochure)

1.2. ติดตั้งโรลอป

1.3. การบรรยายในหอประชุม

1.4. การออกบูท

2. ศึกษาวิธีการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์

3. ออกแบบรูปแบบประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยเทคโนโลยีแบบดั้งเดิมผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ประกอบด้วย

3.1 Application ที่ใช้บน Smart Phone หรือ Tablet, Social Network, Face book, Instagram, Linked in, Web Link

3.2 VIDEO, ภาพนิ่ง, อัลบั้มภาพ,

4. นำรูปแบบประชาสัมพันธ์ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ และหาค่าความเหมาะสมของรูปแบบประชาสัมพันธ์ ทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5. นำรูปแบบที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไป Try out กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน นำข้อคิดเห็นจากการ Try out มาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

6. นำรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

7. สรุปผลการทดลองจากกลุ่มตัวอย่าง

8. นำรูปแบบไปใช้แนะแนวการศึกษาต่อในปีการศึกษาต่อไป

ตอนที่ 2 การหาดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง

การดำเนินการวิจัยเพื่อหาดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง มีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

1. นำรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงมาทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน ที่ไม่ใช่กลุ่ม ตัวอย่าง เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2560

2. นำข้อบกพร่องและข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างมาพัฒนาปรับปรุงแก้ไข

3. นำรูปแบบที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 28 คน เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2561

ตอนที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มที่มีต่อรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาจากตำราเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นด้านความพึงพอใจ

2. สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบดัชนีค่าความสอดคล้องและค่าความเหมาะสมของแบบสอบถามความพึงพอใจเพื่อนำไปใช้กับนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

3. นำแบบสอบถามความพึงพอใจที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขไปใช้สอบถามความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีสยามบริหารธุรกิจ วิทยาเขตสะพานใหม่

4. นำแบบสอบถามความพึงพอใจมาพิจารณาเกณฑ์

5. ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้การพิจารณาจะต้องมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป จึงจะถือว่ารูปแบบประชาสัมพันธ์เป็นที่พึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

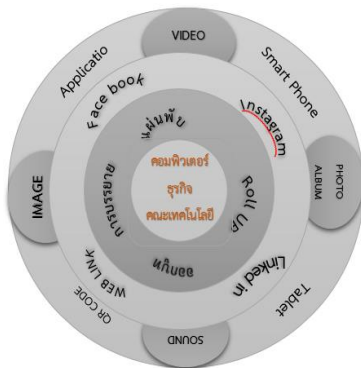
ผลการวิจัย

1. การพัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจะประกอบไปด้วย

1.1 เทคโนโลยี Application บน Smart Phone หรือ Tablet โดยใช้ Application Zapper

1.2 การแสดงผลบน Social Network ได้แก่ Face book, Instagram, Linked in, Web Link

1.3 การใช้สื่อประเภท VIDEO, ภาพนิ่ง, อัลบั้มภาพผลที่ได้จากการพัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงดังภาพที่ปรากฏ



ภาพที่ 1 รูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง

เมื่อนำรูปแบบไปใช้ในประชาสัมพันธ์การศึกษาต่อ ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจ ได้เห็นกิจกรรมที่มีชีวิตชีวาเหมือนได้อยู่ร่วมกิจกรรมจริง ๆ กับรุ่นพี่ กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารทางตรงได้มากกว่าการฟังการบรรยายเพียงอย่างเดียวมีความตื่นตัวกับสื่อประชาสัมพันธ์เสมือนจริงและได้รับรู้มากกว่าแผ่นพับ หรือโบว์ชัวร์ที่นำมาใช้ประชาสัมพันธ์การศึกษาต่อ ทำให้การประชาสัมพันธ์สาขาคอมพิวเตอร์สามารถกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจการศึกษาต่อในสาขาคอมพิวเตอร์มากขึ้น

2. การหาดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง

จากที่ผู้วิจัยได้นำรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงเสนอผู้เชี่ยวชาญประเมินพบว่า รูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงมีค่าความสอดคล้องเหมาะสมของวัตถุประสงค์ระหว่าง 0.67 -1.00 ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 ค่าความเหมาะสมสอดคล้องของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. ความสอดคล้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์	1	1	0	0.67	ใช้ได้
2. ความสอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	1	1	0	0.67	ปรับปรุง
3. ความสอดคล้องเหมาะสมกับสภาพปัจจุบันและปัญหา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. ความเหมาะสมสอดคล้องกับสื่อที่นำมาใช้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. ความเหมาะสมของเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์	1	1	0	0.67	ใช้ได้
6 ความเหมาะสมชัดเจนของเสียง	1	0	1	1.00	ใช้ได้
7. ความเหมาะสมของการบรรยาย	1	0	1	1.00	ใช้ได้
8. ความเหมาะสมกับความสนใจของนักเรียน	0	1	1	0.67	ใช้ได้
9. ความสอดคล้องเหมาะสมกับรูปแบบที่ใช้ประชาสัมพันธ์	0	1	1	0.67	ใช้ได้
10. ความสะดวกในการใช้งาน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
11. ความเหมาะสมกับการตัดสินใจของผู้เรียนและผู้สนใจทั่วไป	1	1	-1	0.67	ใช้ได้

ด้านความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.21 มีค่า SD. เท่ากับ 0.240 มีความคิดเห็นโดยภาพรวมในระดับดีสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ได้

3. ศึกษาความพึงพอใจของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อบรรยากาศประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.38 มีค่า SD. เท่ากับ 0.048 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของความเหมาะสม เสียงเพลงบรรเลง มีความชัดเจนเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.61 มีค่า SD. เท่ากับ 0.629 มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อ ที่	รายการประเมิน	\bar{X}	S.D	ระดับ คุณภาพ
1	การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ	4.54	0.508	มากที่สุด
2	การนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสม	4.43	0.504	มาก
3	เนื้อหาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้	4.54	0.576	มากที่สุด
4	ระยะเวลาของการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.36	0.621	มาก
5	ความเหมาะสมของการออกแบบรูปแบบประชาสัมพันธ์มีความทันสมัย	4.61	0.497	มากที่สุด
6	ความเหมาะสมของการใช้สื่อวิดีโอ	4.25	0.645	มาก
7	ความเหมาะสมของการใช้รูปภาพประกอบ	4.43	0.573	มาก
8	ความเหมาะสมของการใช้สื่อผสมผสานแต่ละประเภทมีความสอดคล้อง	4.68	0.476	มากที่สุด
9	ความเหมาะสมเสียงเพลงบรรเลงมีความชัดเจน เข้าใจง่าย	4.61	0.629	มากที่สุด
10	เสียงการบรรยายมีความชัดเจนเข้าใจเนื้อหาได้	4.46	0.637	มาก
11	การออกแบบขนาดและสัดส่วนมีความเหมาะสมตามแบบประชาสัมพันธ์	4.39	0.567	มาก
12	ความเหมาะสมของการของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง	4.32	0.548	มาก
13	รูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงช่วยในการตัดสินใจเลือกเรียน	4.32	0.612	มาก
โดยภาพรวม		4.46	0.058	มาก

จากตาราง 2 พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.46 มีค่า SD. = 0.058 โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้

ด้านความเหมาะสมของการใช้สื่อผสมผสานแต่ละประเภทมีความสอดคล้องมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.68 มีค่า SD. 0.476 ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเหมาะสมเสียงเพลงบรรเลงมีความชัดเจน เข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.61 มีค่า SD. 0.629 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และสุดท้าย ด้านความเหมาะสมของการออกแบบรูปแบบประชาสัมพันธ์มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.61 มีค่า SD. = 0.497 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

จากการพัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง สรุปได้ว่ารูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงมีค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริง ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง รูปแบบประชาสัมพันธ์มีคุณภาพและมีค่าความเหมาะสมสอดคล้องในระดับดี พึง ดีมาก สามารถนำรูปแบบประชาสัมพันธ์ไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ศึกษาต่อให้กับสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจได้

อภิปรายผล

การพัฒนาในรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมาเมื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสนใจรูปแบบประชาสัมพันธ์ และกลุ่มเป้าหมายได้เห็นหลักสูตรการเรียนการสอนของสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ การจัดกิจกรรมด้านการเรียนการสอนของสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ประหนึ่งว่ากลุ่มเป้าหมายได้ร่วมทำกิจกรรมกับทางสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ กลุ่มเป้าหมายได้เห็นรุ่นพี่และได้ยินรุ่นพี่ที่กล่าวความรู้สึกให้เห็นว่าการเข้ามาเรียนในสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพแล้ว มีความอบอุ่นประทับใจ กับรุ่นพี่ กลุ่มเป้าหมายยังได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารทางตรงได้มากกว่าการฟังการบรรยายเพียงอย่างเดียวมีความตื่นตันทึ่งกับสื่อประชาสัมพันธ์เสมือนจริงและได้รับรู้มากกว่าแผ่นพับหรือโบว์ชัวร์ที่นำมาใช้ ทำให้การประชาสัมพันธ์สาขาคอมพิวเตอร์สามารถกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายที่สนใจการศึกษาต่อในสาขาคอมพิวเตอร์มากขึ้นสอดคล้องกับประหยัด จิระวรพงศ์ ที่ว่า AR หรือเทคโนโลยีผสมผสานความจริงเสมือนเป็นปรากฏการณ์สำคัญ ของการสื่อสารสมัยใหม่ เป็นรูปแบบหนึ่ง ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกิจการต่าง ๆ ของสังคมทั้งการสื่อสาร การแพทย์การ อุตสาหกรรม การ

บันเทิงและการศึกษา เพราะระบบการทำงานของคอมพิวเตอร์กับซอฟต์แวร์ที่สามารถทำให้การผสมระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงและโลกเสมือนให้เห็นอย่างกลมกลืนบนจอที่หลากหลายอย่าง นำอัจฉริยด้วยการออกแบบ AR จะต้องเป็นเทคโนโลยีที่สำคัญในอนาคตต่อไป

ด้านการหาค่าความเหมาะสมสอดคล้องของรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงผู้วิจัยได้นำได้นำรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินพบว่า รูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงมีค่าความสอดคล้องเหมาะสมของวัตถุประสงคระหว่าง 0.67 -1.00 ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.21 มีค่า SD. เท่ากับ 0.240 เป็นรูปแบบที่มีคุณภาพความเหมาะสมมากที่สุด สามารถนำไปใช้ได้ซึ่งสอดคล้องกับ อังราวุฒิ ศรีประไพ และ พจน์ ศิริรินทร์ลิมปนนท์ ที่กล่าวว่าการพัฒนาเทคโนโลยีเสมือนจริงส่งเสริมการท่องเที่ยววัด มหาธาตุสุโขทัยสำเร็จสมบูรณ์และได้รับผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด และมีผลความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายที่ทำการทดลอง อยู่ใน ระดับ มาก ที่ สุด ทั้งนี้ เกิด จาก ใน กระบวนการพัฒนา ที่ผู้ศึกษาได้แบ่งการทำงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน โดยแบ่งขั้นตอนการทำงานออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการออกแบบ Marker ขั้นตอนการเป็นโมเดลและขั้นตอนการเขียนโปรแกรม โดยในแต่ละขั้นตอนผู้ศึกษาได้ให้ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบและให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ศึกษาพบว่าได้ผลลัพธ์หลัก 3 อย่าง คือ

1) Maker วัดมหาธาตุสุโขทัย จำนวน 8 แบบ คือ เจดีย์ประธาน พระวิหารหลวง พระวิหารสูง พระอุโบสถ มณฑปพระอัฐารศ เจดีย์ทรงระฆัง เจดีย์ห้ายอด และพระเจดีย์อื่นๆ

2) โมเดลวัดมหาธาตุสุโขทัย จำนวน 8 โมเดล เจดีย์ประธาน พระวิหารหลวง พระวิหารสูง พระอุโบสถ มณฑปพระอัฐารศ เจดีย์ทรงระฆัง เจดีย์ห้ายอด และพระเจดีย์อื่นๆ

3) แอปพลิเคชัน AR Sukhothai สามารถมองเห็นโมเดลวัดมหาธาตุสุโขทัย ทั้ง 8 โมเดล จาก Marker วัดมหาธาตุสุโขทัยในรูปแบบโมเดล 3 มิติ เทคโนโลยี เสมือนจริงส่งเสริมการท่องเที่ยววัดมหาธาตุสุโขทัย สามารถนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้ออกมาในรูปแบบหนังสือที่มีโมเดล 3 มิติ ออกมาจากหนังสือ ให้ภาพเสมือนเห็นสถานที่นั้นจริงๆ มีการพัฒนาโดยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากที่ปรึกษาและให้คำแนะนำด้วยเทคนิควิธีการแล้วนำสื่อที่

พัฒนาขึ้นไปให้ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์จากนั้นทำการปรับปรุงตามที่ได้รับคำแนะนำ Marker วัดมหาธาตุสุโขทัยมีความสวยงามและเหมาะสมกับงานโมเดล 3 มิติ มีความน่าสนใจ สื่อความหมายตาม Marker

การพัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือน

จริงช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การศึกษาต่อทำให้กลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจได้เห็นกิจกรรมที่มีชีวิตชีวาเหมือนได้เข้าร่วมกิจกรรมจริง ๆ กับรุ่นพี่ กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารทางตรงได้มากกว่าการฟังการบรรยายเพียงอย่างเดียวมีความตื่นเต้นกับสื่อประชาสัมพันธ์เสมือนจริงและได้รับรู้มากกว่าแผ่นพับ หรือโบรชัวร์ที่นำมาใช้ ทำให้การประชาสัมพันธ์สาขาคอมพิวเตอร์สามารถกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจการศึกษาต่อในสาขาคอมพิวเตอร์มากขึ้น มีความสอดคล้องกับ สุชีตา บุญร่วม และ ดวงกมล

โพธิ์นาค ที่ว่าการเลือกให้สื่อให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ว่าจะส่งผลให้ผู้เรียนประสบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้นโดยการนำเทคโนโลยีที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ร่วมกับอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เครื่องคอมพิวเตอร์ กล้องเว็บแคม หรืออื่นๆ เพราะเทคโนโลยีแต่ละอย่างจะมีความสามารถและความโดดเด่นที่แตกต่างกัน จึงทำให้การเรียนรู้เกิดขึ้นรอบ ตัวได้โดยง่าย อาทิเช่น จากการศึกษาของบทความ วิชาการข้างต้นของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง ร่วมกับเทคโนโลยีการประมวลผลแบบก้อนเมฆ ก็เพื่อใช้จุดเด่นของ เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงที่มีลักษณะโดดเด่นในส่วน ของการสร้างสื่อที่สามารถสัมผัสได้จริงจากโลกเสมือนเพราะ การนำเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงมาประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอน จะทำให้เกิดการทำงานระหว่างเทคโนโลยีและการ ศึกษาซึ่งการทำงานร่วมกันนี้เพื่อพัฒนาระบบการเรียนการสอน ทำให้เกิดเป็นบทเรียนแบบโต้ตอบกับผู้เรียน ช่วยเพิ่มศักยภาพการเรียนรู้การค้นคว้าหาความรู้ เพิ่มเติมของผู้เรียนช่วยลดรอยต่อของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างโลกจริงกับโลกเสมือนทำให้การเรียนรู้เข้าใจได้ง่าย เกิดความสนุกสนานใน การเรียน ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เพิ่มจินตนาการของ ผู้เรียนอีกด้วยสร้างสื่อที่สามารถสัมผัสได้จริงจากโลกเสมือนเพราะ การนำเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงมาประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนจะทำให้เกิดการทำงานระหว่างเทคโนโลยีและการ ศึกษา ซึ่งการทำงานร่วมกันนี้เพื่อพัฒนาระบบการเรียนการสอน ทำให้เกิดเป็นบทเรียนแบบโต้ตอบกับผู้เรียน ช่วยเพิ่ม ศักยภาพการเรียนรู้การค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมของผู้เรียน ช่วยลดรอยต่อของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างโลกจริงกับโลก เสมือนทำให้การ

เรียนรู้เข้าใจได้ง่ายเกิดความสนุกสนานในการเรียน ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เพิ่มจินตนาการของ ผู้เรียนอีกด้วย เทคโนโลยีการประมวลผลแบบก้อนเมฆมีจุดเด่นในการให้บริการการประมวลผลแอปพลิเคชัน สนับสนุนเว็บแอปพลิเคชันเข้ามาร่วมด้วยเป็นการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานมีประโยชน์ในการประมวลผลทรัพยากรจำนวนมากมีระบบการจัดเก็บข้อมูลขนาดใหญ่และทำหน้าที่รวม โปรแกรมประยุกต์ จากจุดเด่นที่ได้กล่าวมาทำให้การนำสื่อที่เป็นรูปแบบเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงมาจัดเก็บในเทคโนโลยี การประมวลผลแบบก้อนเมฆ สามารถเพิ่มความสะดวกในการเรียนรู้ของผู้เรียนมากยิ่งขึ้น โดยที่ผู้เรียนไม่จำเป็นต้อง มีความรู้ทางด้านเทคนิคในการใช้เทคโนโลยีการประมวลผลแบบก้อนเมฆมากนักก็สามารถใช้งานในรูปแบบออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

ดังนั้นการใช้การเลือกใช้เทคโนโลยีเพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นสื่อการเรียนรู้จึงมีความสำคัญ เพราะถ้าเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมก็จะสามารถดึงดูดความสนใจในการเรียนรู้จากผู้เรียนได้ ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนเกิดจินตนาการในการเรียนรู้นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. อนาคตควรพัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อเสมือนจริงใช้กับทุกคณะทุกสาขาวิชาเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจะได้ทราบกิจกรรมและเข้าถึงมหาวิทยาลัยได้มากขึ้น
2. ควรเพิ่มเติมในส่วนของเนื้อหาหลักสูตรในสื่อประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และเพิ่มปริมาณของ Application Zappar ให้มีจำนวนการรับข้อมูลเพิ่มขึ้น
3. มหาวิทยาลัยควรให้มีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อเสมือนจริงเพิ่มมากขึ้นทั้งด้านการเรียนการสอนด้วย

อ้างอิง

จินตวิรี เกษมสุข.(2550) หลักการและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
 ประหยัด จิระวรพงศ์.(2553). บทความเชิงวิชาการ : เทคโนโลยีสารสนเทศความจริงเสมือน. (online)
 วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 12 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2553
 พนิดา ตันศิริ. (2553). “โลกเสมือนผสมผสานโลกจริง Augmented Reality”. **Executive Journal**.

(online). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. หน้า 169-173.
 วสันต์ เกียรติแสงทอง, พรรษพล พรหมมาศ และ อนุวัตร เฉลิมสกุลกิจ. (2552). การศึกษาเทคโนโลยีออกเมนต์เตดเรียลลิตี้ : กรณีศึกษาพัฒนาเกมส์ “เมมการ์ด”. โครงการ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. http://facstaff.swu.ac.th/praditm/CP499_2552_AR.pdf
 สุชิตา บุญร่วม, ดวงกมล โพธิ์นาค. (2558.) การนำเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง มาใช้ประกอบสื่อการเรียนรู้บนเทคโนโลยีการประมวลผลแบบก้อนเมฆ. (online) วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เมษายน - ธันวาคม 2558. หน้า P. 38 – 44

อ้างอิงต่างประเทศ

Lee Rainie L. and J. Anderson. (2008). The Future of the Internet III. จาก Pew Internet : [http://www.pewinternet.org/\[11 กันยายน 2257\].2008/12/14/the-future-of-the-internet-iii/](http://www.pewinternet.org/[11 กันยายน 2257].2008/12/14/the-future-of-the-internet-iii/)
 MarcEricson C.Santos, M.,A. Chenand T.Taketomi. (January-March,2014). “Augmented Reality Learning Experiences : SurveyofPrototype Designand Evaluation.” IEEE Transactions on learning technologies. (online). Item : 39.