

การศึกษาความพึงพอใจของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสถาบันสอนภาษา

กรณีศึกษา: บริษัท อิงลิชอินสไพร์บายครูปอ จำกัด

The Study of Media Satisfaction for Public Relation of Language Institute Business

Case Study: English Inspired By KruPor Co., Ltd.

นพดล สายคติกรณ์* และ ชูศักดิ์ อินทร์ถึก

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

Email: noppadol.sai@rmutr.ac.th, groove960aod@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อวิดีโอเพลงสำหรับการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสถาบันสอนภาษา และ 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวิดีโอเพลงสำหรับการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสถาบันสอนภาษา ผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อวิดีโอเพลง โดยการให้สื่อวิดีโอเพลงเล่าเรื่องราวบรรยากาศการเรียนการสอนในสถาบันสอนภาษา โดยเนื้อหามีความยาว 3.40 นาที เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งานทั่วไปบนอินเทอร์เน็ต จำนวนรวม 400 คน ด้วยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า จากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวิดีโอเพลง โดยแบ่งผลการประเมินออกเป็น 3 ด้าน ประกอบไปด้วย 1) ผลการประเมินความพึงพอใจข้อความและการใช้ภาษา 2) ผลการประเมินความพึงพอใจด้านวิดีโอเพลงและการนำเสนอ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจด้านรูปแบบสื่อวิดีโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งระดับความพึงพอใจในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่เท่ากับ 4.23 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 แสดงว่า การศึกษาความพึงพอใจของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสถาบันสอนภาษา กรณีศึกษา: บริษัท อิงลิชอินสไพร์บายครูปอ จำกัด ตามที่ได้ดำเนินการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: โรงเรียนสอนภาษา สถาบันสอนภาษา วิดีโอเพลง สื่อประชาสัมพันธ์

Abstract

This research aims to develop media for music video 1), public relations, business, language institutes and 2) to assess their satisfaction towards the media, music videos for public relations business language school. Researchers have developed a media, music videos, music video by media stories of learning to teach in the language school by 3.40 min-length content, publishing, social media. By a group of samples used in research at this time are common on the Internet, the total number of 400 persons with group selection method, a coincidence. Use the online questionnaire as a tool to collect information. Statistics used in the analysis is the average value and standard deviation. The research found that answered the questionnaire, satisfaction with the media by music video per assessment issued a 3 side consists of 1) satisfaction evaluation of text and language use), 2 satisfaction evaluation side music video and presentation 3) satisfaction evaluation form, video, music, media, for public relations, in

*Corresponding author, e-mail: noppadol.sai@rmutr.ac.th

which satisfaction levels in the image, including the 3 sides, the overall average is equal to the standard deviation value of 0.67 4.23 shows that the study of media satisfaction for public of language institute business case study : English Inspired By KruPor Co., Ltd. As it has done with the satisfaction level very

Keywords: language school, language, music video, public relations media

1. ที่มาและความสำคัญ

สื่อมัลติมีเดีย มีบทบาทสำคัญในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาการให้ความรู้ รวมไปถึงการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ภายในหน่วยงานหรือองค์กร เพื่อให้การสื่อสารนั้นมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสื่อเหล่านั้นมีด้วยกันหลายรูปแบบ อาทิ เช่น สื่อภาพนิ่ง สื่อตัวอักษร สื่อภาพเคลื่อนไหว และสื่อเสียง เป็นต้น โดยสื่อมัลติมีเดียนี้เป็นการนำสื่อต่าง ๆ มาทำงานร่วมกัน ทำให้เข้าใจข้อความที่สื่อสารได้ง่าย และทำให้สื่อเหล่านั้นมีความน่าสนใจ ในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสาร ได้ส่งเสริมให้ใช้สื่อมัลติมีเดียและได้รับการพัฒนาอย่างกว้างขวาง สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้กว้างไกลและรวดเร็ว มีผู้ตอบสนองการใช้สื่อมัลติมีเดียมากยิ่งขึ้น เหมาะสำหรับการใช้สื่อกับการศึกษา

บริษัท อิงลิชอินสไปร์บายครูปอ จำกัด เป็นโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษสำหรับคนวัยทำงานโดยเฉพาะ สอนทั้งการพูดและการเขียนเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวันและทำงาน รวมทั้งสอนภาษาอังกฤษสำหรับองค์กร การออกแบบบทเรียนเพื่อผู้เรียนได้เรียนรู้โดยผ่านกิจกรรม เกม และบทเรียนจากเรื่องราวในชีวิตประจำวันให้ผู้เรียนสามารถนำไปใช้ปฏิบัติในชีวิตจริงได้ทันที กิจกรรมไฮไลท์ คือ Outdoor Trip เป็นกิจกรรมที่โรงเรียนพานักเรียนลงสนามจริงฝึกภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติตัวจริงทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยให้นักเรียนท่องเที่ยว เป็นไกด์กับชาวต่างชาติที่จะมาเป็นแขกรับเชิญ เป็นเพื่อนใหม่และทำความรู้จักกัน แต่เนื่องจากทางโรงเรียนนั้นยังมีปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทางโรงเรียนมีเฉพาะการประชาสัมพันธ์เป็นภาพนิ่ง ยังขาดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอเพลง และยังไม่มียุทธศาสตร์ประจำของโรงเรียน เพื่อให้ผู้ที่สนใจเรียนภาษาอังกฤษได้ติดตามและได้รับชมบรรยากาศภายในห้องเรียน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญปัญหาของโรงเรียนสอนภาษา จึงได้สร้างสื่อวิดีโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์การศึกษา : บริษัท อิงลิชอินสไปร์บายครูปอ จำกัด ที่จะช่วยในการเป็นสื่อกลางที่จะทำให้ผู้ที่สนใจเรียนภาษาอังกฤษนั้นได้รับชมและติดตาม ด้วยตัวสื่อวิดีโอเพลง จะสื่อถึงโรงเรียนสอนภาษา จะช่วยเป็นสื่อที่ทำให้ผู้คนได้รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยทำเป็นสื่อวิดีโอเพลงเกี่ยวกับการเรียนในห้องเรียนและออกทริปต่างจังหวัด โดยให้สื่อเล่าเรื่องราวโรงเรียนสอนภาษา ให้เห็นว่าไม่ได้เรียนแค่ในห้องเรียน โดยจะพานักเรียนไปท่องเที่ยวและสื่อสารกับชาวต่างชาติ และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ที่สนใจเรียนภาษาอังกฤษ

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 พัฒนาสื่อวิดีโอเพลงสำหรับการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสถาบันสอนภาษา
- 2.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวิดีโอเพลงสำหรับการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสถาบันสอนภาษา

3. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 การเล่าเรื่อง เป็นการบอกเล่าเรื่องราวความรู้ต่าง ๆ ที่อยู่เกี่ยวกับบุคคล จากประสบการณ์การดำเนินชีวิตเรื่องที่ซาบซึ้ง ประทับใจ หรือได้จากการศึกษาการทำงานที่สั่งสมเป็นทักษะแนวปฏิบัติที่ดีหรือจากพรสวรรค์ให้บุคคลอื่นฟังเพื่อให้ผู้ฟังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของตนเองได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาเริ่มต้นศึกษาในเรื่องนั้น ๆ ใหม่ โดยกระบวนการเล่าเรื่องนี้จัดเป็นเครื่องมือด้านการจัดการความรู้ที่สามารถจัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สัมผัสไม่ได้ซึ่งการถ่ายทอดเรื่องราว

สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น รูปแบบการเขียนเรื่องเล่า การเล่าเรื่องผ่านสื่อต่าง ๆ (คลิปวิดีโอ สไลด์นำเสนอ) เป็นต้น (เอกกนก พนาตำรง, 2560)

3.2 เทคนิคการเขียนเพลง เมื่อจะลงมือเขียนเพลงเทคนิคเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญและจะทำให้เพลงมีคุณภาพได้

1. กำหนดเรื่องราวในบทเพลง ตั้งแต่ต้นจนจบ (อารมณ์เพลงที่ได้จากการฟังทำนอง)
2. กำหนดเหตุการณ์ขึ้นมาว่ามีเหตุการณ์อะไรในเพลงบ้าง (คล้ายละครสั้น)
3. กำหนดตัวละครขึ้นมาว่าในเหตุการณ์นั้นมีใครเข้ามาเกี่ยวข้องกับบ้าง
4. ผู้ถ่ายทอดออกมาเป็นตัวละครตัวไหนในเหตุการณ์ หรือเป็นอะไรกับเหตุการณ์นั้น ๆ
5. กำหนดเวลา สถานที่ ในการถ่ายทอด
6. การสัมผัสสัมผัสในเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เพลงนั้นฟังแล้วเสนาะหู แต่ไม่จำเป็นต้องมีทุกช่วง
7. คำขึ้นต้นต้องแข็งแรง คือ คำร้องท่อนแรกของเพลงพอฟังแล้วรู้สึกอยากฟังต่อ หรือ อยากรู้ว่ามันมีอะไรเกิดขึ้น
8. กระชับ เข้าใจ ได้ใจความ และสรุปจบแบบลงตัว ต้องสรุป(จบแบบไหน เช่น สมหวัง หรือ ผิดหวัง ฯลฯ)
9. ใช้ธรรมชาติมาช่วยในการบรรยาย หรือ เปรียบเปรยกับธรรมชาติ เช่น สายลม แสงแดด ท้องฟ้า ลำธาร ฯลฯ
10. ยึดมั่นในอารมณ์เพลง อย่าให้อารมณ์เปลี่ยนไป และไม่ควรมีหลายอารมณ์ใน 1 เพลง

(อนวัณน์ ยศพล, 2554)

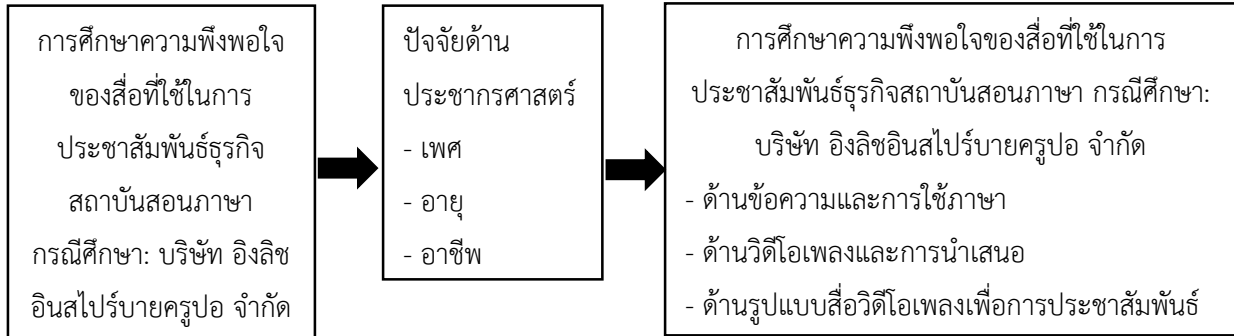
3.3 พัทธนันท์ เด็ดแก้ว (2559) ศึกษาเรื่อง ภาษาและรูปแบบการสื่อสารของแฟนเพจ “ทูนหัวของบ่าว” งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาษาและรูปแบบการสื่อสารของแฟนเพจ “ทูนหัวของบ่าว” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาภาษาที่ใช้ในการสื่อสารของแฟนทูนหัวของบ่าว 2) เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของแฟนทูนหัวของบ่าว ผลการวิจัยพบว่า ในแฟนเพจภาษาที่ใช้มักเข้าข่ายการบรรยายโวหารมากที่สุด ส่วนการวิเคราะห์การใช้ภาษาภาพพจน์พบว่ามีการใช้ภาษานัยมากที่สุด รองลงมา บุคลาธิษฐาน อีกทั้งเจ้าของแฟนเพจ มักนำเสนอตัวตนต่อสังคมในรูปแบบการสื่อสารด้านการแสดงความใส่ใจและความเป็นตัวของตัวเองมากที่สุด รูปภาพส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นภาพลักษณ์หรือภาพที่มองเห็นมากที่สุด

3.4 อุษณีย์ ต่านกลาง และ ดร.บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมวิดีโอคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการรับชมสื่อวิดีโอคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ 2.) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการรับชมสื่อวิดีโอคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ 3.) เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมการรับชมวิดีโอคอนเทนต์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในด้านคุณลักษณะของสื่อวิดีโอคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ ในแต่ละด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับตามความสำคัญของค่าเฉลี่ย คือ ด้านตราสินค้าเจ้าของวิดีโออยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.72) ด้านเนื้อหาของวิดีโออยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.70) ด้านช่องทางการนำเสนอวิดีโออยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.69) และด้านผลิตภัณฑ์เจ้าของวิดีโออยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.65) ตามลำดับ

3.5 สุวิทย์ จุลศรี^{1*} และ ณิชฐพงษ์ พระลัภรักษา² (2558) ศึกษาเรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ในรูปแบบมิวสิควิดีโอโดยใช้เทคนิคสตอปโมชัน ผลการวิจัยพบว่า มีคุณภาพอยู่ใน ระดับปานกลาง (\bar{X} = 2.97, S.D. = 0.67) รายข้อพบว่า ข้อการผลิตสื่อการสร้างเทคนิคพิเศษในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์เพลงคนบนฟ้า มิวสิควิดีโอมีระบบภาพกับเสียงที่ดี โดยรวมของการประเมินคุณภาพ อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.33, S.D. = 1.00) รองลงมา คือ ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องมีความเหมาะสมความสวยงามตื่นตาตื่นใจของเพลง และสถานที่ในการถ่ายทำเหมาะสม โดยรวมของการประเมินคุณภาพ อยู่ในระดับดี (\bar{X} =

3.33, S.D. = 0.58) และข้อคำถามผลิตสื่อการสร้างเทคนิคพิเศษในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ เพลงคนบนฟ้า ความน่าสนใจของตัวละคร และฉากโดยรวมของการประเมินคุณภาพ อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 2.67, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

4. วิธีดำเนินการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

- เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงาน มีรายละเอียดอุปกรณ์และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสื่อวีดิโอเพลง ดังนี้

เครื่องมือทางด้านฮาร์ดแวร์ (Hardware)	เครื่องมือทางด้านซอฟต์แวร์ (Software)
1) คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป จำนวน 1 เครื่อง	1) โปรแกรม Adobe Premiere Pro Version CS6
2) สมาร์ทโฟน 1 เครื่อง	2) แอป Walk Band จาก Play store
3) กีตาร์โปร่ง จำนวน 1 ตัว	
- การสร้างสื่อวีดิโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่
 - การสร้างเพลงด้วยแอป Walk Band จาก Play store
 - การตัดต่อวีดิโอเพลงด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro Version CS6
 - การอัปโหลดวีดิโอเพลงผ่านช่อง YouTube เพื่อการประชาสัมพันธ์
 - การทำแบบสอบถามด้วย Google ฟอรัม และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์
- การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ผ่านสื่อออนไลน์ แอปพลิเคชัน Line และ Facebook โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากผู้ใช้งานบนอินเทอร์เน็ต จำนวนรวม 400 คน ด้วยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยในข้อมูลแบบสอบถามจะมีลิงก์ไปที่วีดิโอให้ชมก่อนการทำแบบสอบถาม โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร่ ยามาเน่ (Tamane, 1967)
- การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิโอเพลงสำหรับการประชาสัมพันธ์ โดยรายละเอียดของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้
 - ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อเสนอแนะ

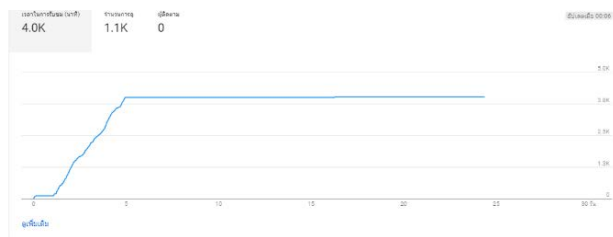
5. ผลและวิจารณ์

5.1 ผลจากการสร้างวีดิโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทำให้ได้เพลงประจำโรงเรียน เพื่อทำให้ผู้สนใจเรียนภาษาอังกฤษได้รับชมวีดิโอเพลงได้เห็นเรื่องราวและบรรยากาศในโรงเรียน เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ที่มีความสนใจเรียนภาษาอังกฤษ เพลงชื่อว่า อิงลิชอินสไปร์บายครูปอ

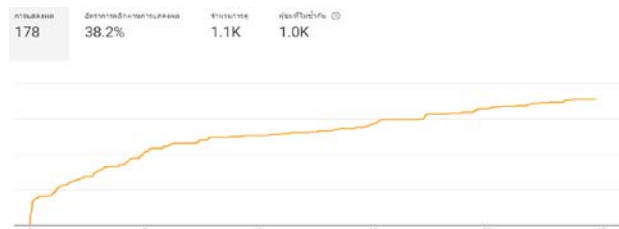


เพลง รังสีอินเดียนาครูปอ
เพลง 1,115 ครั้ง

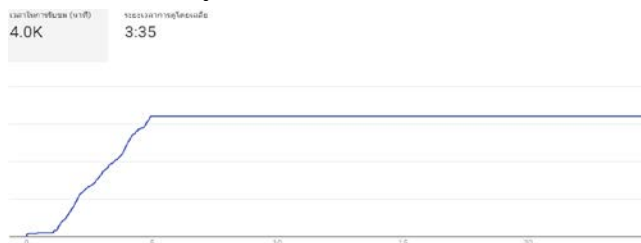
รูปที่ 2 ตัวอย่างสื่อวิดีโอเพลงสำหรับการประชาสัมพันธ์ (สามารถเข้าถึงได้ที่ <https://1th.me/rGUQ>)



รูปที่ 3 กราฟแสดงภาพรวม จำนวนการดู 1.1K และเวลาในการรับชม 4.0K



รูปที่ 4 กราฟแสดงการเข้าถึงของผู้ชม การแสดงผล 178 อัตราการคลิกผ่านการแสดง 38.2%



รูปที่ 5 กราฟแสดงเนื้อหาที่ผู้ชมสนใจ เวลาการดู 4.0K และ 3.35K



รูปที่ 6 กราฟแสดงสร้างฐานผู้ชม ผู้ชมที่ไม่ซ้ำกัน 1.0K ยอดดูต่อผู้ชมโดยเฉลี่ย 1.1

5.2 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวิดีโอเพลงสำหรับการประชาสัมพันธ์ สถาบันสอนภาษา กรณีศึกษา: บริษัท อิงลิชอินสไพร์บายครูปอ จำกัด จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้งานทั่วไปบนอินเทอร์เน็ต จำนวน 400 คน โดยเนื้อหาการประเมินแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

5.2.1 ด้านข้อความและการใช้ภาษา ผู้รับชมมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อตามลำดับ ได้แก่ ภาษาที่ใช้มีความเหมาะสม ภาษาที่ใช้มีความทันสมัย ข้อความที่ใช้มีความน่าสนใจสื่อความหมาย และความสอดคล้องระหว่างข้อความกับภาพประกอบ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พัทธนันท์ เต็ดแก้ว, 2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาษาและรูปแบบการสื่อสารของแฟนเพจ “ทูนหัวของบ่าว” ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านข้อความ อยู่ในระดับมาก

5.2.2 ด้านวิดีโอเพลงและการนำเสนอ ผู้รับชมมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อตามลำดับ ได้แก่ ความเหมาะสมของวิดีโอประกอบ วิดีโอที่นำเสนอมีความน่าสนใจและสื่อความหมาย วิดีโอประกอบมีความเหมาะสมกับเรื่องราวที่นำเสนอ และวิดีโอประกอบที่นำเสนอมีความเหมาะสมต่อการประชาสัมพันธ์ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อุษณีย์ ด่านกลาง และ ดร.บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย, 2559) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมวิดีโอคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์” ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการนำเสนอวิดีโอ อยู่ในระดับมาก

5.2.3 ด้านรูปแบบสื่อวิดีโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผู้รับชมมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อตามลำดับ ได้แก่ สื่อวิดีโอเพลงมีความน่าสนใจ สื่อวิดีโอเพลงบรรยายถึงบรรยากาศของโรงเรียน และวิดีโอประกอบมีความเหมาะสมกับเรื่องราวที่นำเสนอ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุวิทย์ จุลศรี^{1*} และ ญัฐพงษ์ พระลับรักษา², 2558) ได้ทำวิจัยเรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ในรูปแบบมิวสิควิดีโอโดยใช้เทคนิคสตอปโมชัน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 1 แสดงผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ		รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ				3. อาชีพ		
ชาย	171	42.8		นักเรียน/นักศึกษา	255	63.7
หญิง	229	57.3		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36	9
2. อายุ				พนักงานบริษัทเอกชน	36	9
ต่ำกว่า 15 ปี	28	7		ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	30	7.5
15 – 20 ปี	61	15		อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	25	6.3
21 – 30 ปี	206	51.3		เกษตรกร	18	4.5
31 – 40 ปี	74	18.5				
41 – 50 ปี	10	2.5				
51 – 60 ปี	12	3				
มากกว่า 60 ปี	9	2.2				

จากตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ จำนวน 400 คน แบ่งเป็น เพศชาย 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 และเพศหญิง 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 อายุ 21-30 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 อายุ 31-40 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 นักเรียนและนักศึกษา จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวิดีโอเพลงสำหรับการประชาสัมพันธ์

รายการประเมิน	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านข้อความและการใช้ภาษา	4.19	0.69	มาก
1.1 ภาษาที่ใช้มีความเหมาะสม	4.12	0.69	มาก
1.2 ภาษาที่ใช้มีความทันสมัย	4.21	0.65	มาก
1.3 ข้อความที่ใช้มีความน่าสนใจ สื่อความหมาย	4.20	0.69	มาก
1.4 ความสอดคล้องระหว่างข้อความกับภาพประกอบ	4.23	0.72	มาก
2. ด้านวิดีโอเพลงและการนำเสนอ	4.23	0.69	มาก
2.1 ความเหมาะสมของวิดีโอประกอบ	4.22	0.69	มาก
2.2 วิดีโอที่น่าสนใจมีความน่าสนใจและสื่อความหมาย	4.22	0.68	มาก
2.3 วิดีโอประกอบมีความเหมาะสมกับเรื่องราวที่นำเสนอ	4.23	0.68	มาก
2.4 วิดีโอประกอบที่น่าสนใจมีความเหมาะสมต่อการประชาสัมพันธ์	4.23	0.70	มาก
3. ด้านรูปแบบสื่อวิดีโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์	4.28	0.67	มาก
3.1 สื่อวิดีโอเพลงมีความน่าสนใจ	4.25	0.66	มาก
3.2 สื่อวิดีโอเพลงบรรยายถึงบรรยากาศของโรงเรียน	4.25	0.70	มาก
3.3 วิดีโอประกอบมีความเหมาะสมกับเรื่องราวที่นำเสนอ	4.35	0.65	มาก
สรุปผลการประเมิน	4.28	0.67	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของแต่ละด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านรูปแบบสื่อวิดีโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก (\bar{X} = 4.28, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ด้านวิดีโอเพลงและการนำเสนอ มีระดับความพึงพอใจในระดับ มาก (\bar{X} = 4.23, S.D. = 0.69) และด้านข้อความและการใช้ภาษา มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก (\bar{X} = 4.19, S.D. = 0.69) ผลสรุปค่าเฉลี่ยการประเมินในแต่ละด้าน \bar{X} = 4.28, S.D. = 0.67 ผลการประเมินความพึงพอใจทั้ง 3 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

6 สรุปผล

การสร้างสื่อวิดีโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเนื้อหาที่มีความยาว 3.40 นาที โดยการให้สื่อวิดีโอเพลงเล่าเรื่องราวบรรยากาศการเรียนการสอนและมีการเรียน จากกราฟ รูปที่ 3 แสดงภาพรวมจำนวนการดู 1.1K และและเวลาในการรับชม 4.0K รูปที่ 4 แสดงการเข้าถึงของผู้ชม การแสดงผล 178 อัตราการคลิกผ่านแสดง 38.2% รูปที่ 5 แสดงเนื้อหาที่ผู้ชมสนใจเวลาในการดู 4.0K และ 3.35K และรูปที่ 6 แสดงฐานผู้ชม ผู้ชมที่ไม่ซ้ำกัน 1.0K ยอดดูต่อผู้ชมโดยเฉลี่ย 1.1

จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นนักเรียนและนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านรูปแบบสื่อวิดีโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์มาก

ผลจากการวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้งานบนอินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจในแต่ละด้าน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

ด้านข้อความและการใช้ภาษา พบว่า ความพึงพอใจด้านความสอดคล้องระหว่างข้อความกับภาพประกอบ ซึ่งมีความพึงพอใจมาก

ด้านวิดีโอเพลงและการนำเสนอ พบว่า ความพึงพอใจด้านวิดีโอประกอบที่นำเสนอมีความเหมาะสมต่อการ
ประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีความพึงพอใจมาก

ด้านรูปแบบสื่อวิดีโอเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า ความพึงพอใจด้านวิดีโอประกอบมีความเหมาะสมกับ
เรื่องราวที่นำเสนอ ซึ่งมีความพึงพอใจมาก

7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มทร.รัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกล
กังวล ตลอดไปจนถึงพนักงาน บริษัท อิงลิชอินสไปร์บายครูปอ จำกัด ทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษา
ในการทำงานวิจัยฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน

8. เอกสารอ้างอิง

- กมลรัฐ อินทรทัศน์ และพรทิพย์ เย็นจะบก. 2547. **ทฤษฎีการสื่อสาร**. <https://1th.me/pKNj> (26 กุมภาพันธ์ 2562)
เกียรติคุณ เขาวรัตน์. 2560. **กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง
กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ “Runner’s Journeys”**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต.
สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล. คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุษกร จิตรดี รัตน์ทิฎาภรณ์ เลาลาศ อรัญญา ชูขำ ดลฤดี ศรีมันตะ อุไรวรรณ ชาญชุลยทศ วัชรกร รัตนกิจ และ กำพล
ดวงพรประเสริฐ. 2555. **การผลิตมิวสิควิดีโอเพลงเพื่อเสริมสร้างความรู้ในการป้องกันการเกิดโรคกลุ่มไม่ติดต่อ
เรื้อรัง(NCDs) โดยเทคนิคอินโฟกราฟิกแบบ 2 มิติ ให้แก่โรงพยาบาลราชวิถี**. วารสารงานวิจัยสังคมวิทยาและ
การศึกษา. สาขามนุษยศาสตร์. 705-712.
- พัทธนันท์ เต็ดแก้ว. 2559. **ภาษาและรูปแบบการสื่อสารของแฟนเพจ“ทูนหัวของบ่าว”**. วารสารงานวิจัยเศรษฐศาสตร์
และการสื่อสาร ปีที่ 11 ฉบับที่ 2.
- ภูมิสิษฐ์ กฤตพิพัฒน์โชติ. 2558. **การศึกษาเปรียบเทียบการเล่าเรื่องและสื่อความหมายในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งยุค
คลาสสิกกับยุคร่วมสมัย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชานิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์.
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วสนันท์ อธิมิชัย. 2558. **ภาษาและการสื่อความหมายในมิวสิควิดีโอของปาน ธนพร แวกประยูร**. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ. ภาควิชาภาษาไทย. คณะอักษรศาสตร์.
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุวิทย์ จุลศรี และ ญัฐพงษ์ พระลับรักษา. 2558. **การผลิตสื่อวิดีโอทัศน์ในรูปแบบมิวสิควิดีโอโดยใช้เทคนิคสตอปโมชัน**.
วารสารงานวิจัยการประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม. 12-13 พฤษภาคม 2558.
- อนวัฒน์ ยศพล. 2554. **เทคนิคการเขียนเพลง**. <https://1th.me/pcQ7> (5 มีนาคม 2562)
- อุษณีย์ ต่านกลาง และดร.บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย. 2559. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมวิดีโอคอนเทนต์บน
สื่อสังคมออนไลน์**. วารสารงานวิจัยมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2.
- เอกกนก พนาดำรง. 2560. **การเล่าเรื่อง**. <https://joo.gl/FiUeXD> (12 มีนาคม 2562)