

สื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์

Motion Graphics Media to Promote Online Shopping Malls

พัชราภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี* และ พัชราภรณ์ บ่อน้อย

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

E-mail: Patcharaporn.cha@rmutr.ac.th, patcharaporn.bonoi@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษา บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด และ (2) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิกที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้งานสื่อโมชันกราฟิก บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด ได้มาโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ สื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ผลการวิจัยพบว่า (1) สื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์มีรูปแบบสวยงาม น่าติดตาม และเข้าใจง่าย ภาพรวมประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี และ (2) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีหัวข้อประเมินรวม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการดำเนินเรื่อง ด้านการออกแบบ ด้านการเสียงบรรยาย และด้านประโยชน์ใช้งาน สรุปว่า สื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น ช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลการประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด ด้วยตัวเองได้ง่ายเป็นอย่างดี ส่งผลให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจต่อข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอในรูปแบบสื่อโมชันกราฟิก และทำให้การใช้งานข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

คำสำคัญ: สื่อโมชันกราฟิก ประชาสัมพันธ์ ห้างสรรพสินค้าออนไลน์

Abstract

The objective of this research is to (1) develop graphic media for Motion graphics media to promote online shopping malls: case studies of Top Value Co., Ltd., and (2) assess user satisfaction with motion media improved graphics. The sample group are users of Top Value Corporate Co., Ltd., obtained by simple random method of 30 people. The tools used in the research consisted of 2 parts are motion graphics media to promote online shopping malls and user satisfaction questionnaires. Research findings were as follows (1) Motion graphics media to promote online shopping malls are beautiful, attractive and easy to understand. The overall performance is at a good level and (2) the results of the assessment Satisfaction of users. The overall is at the highest level. There are 5 assessment topics including content, subject matter, design terms of voice narration and the usefulness of the use. Concluded that the motion graphics media to promote online shopping malls developed help users understand the publicity

* Corresponding author, e-mail: Patcharaporn.cha@rmutr.ac.th

information of Top Value Co., Ltd., by themselves easily. As a result, users are satisfied with the publicity information presented in the form of graphic media and make use of various information correctly and quickly

Keywords: motion graphics media, promote, online shopping malls

1. ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันการทำธุรกิจออนไลน์ การทำตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์มีความรวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว การประชาสัมพันธ์ธุรกิจออนไลน์ถือเป็นสิ่งสำคัญหากเราต้องการที่จะทำให้ธุรกิจมีความชัดเจน รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่าย เพื่อให้ไม่สูงมากจนเกินไป จึงจำเป็นต้องนำกลยุทธ์การตลาดออนไลน์เข้ามาใช้ให้ผลลัพธ์มีความชัดเจนยิ่งขึ้น กลยุทธ์การตลาดออนไลน์การเริ่มทำธุรกิจออนไลน์เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากคือการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักและทำให้ลูกค้าสนใจในเว็บไซต์ให้ได้ซึ่งปัจจุบันมีช่องทางการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์อยู่มากมายหลายวิธี หากเว็บไซต์เป็นที่รู้จักมากจะเป็นโอกาสให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น (วิภาคณัญญ์ และศิริจันทร์, 2559) บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ ภายใต้เว็บไซต์ชื่อ Topvalue.com โดยมีสินค้าคุณภาพจากแบรนด์ชั้นนำให้เลือกมากมาย เป็นธุรกิจประเภท E-commerce ซึ่งเป็นเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ใหม่ จึงเป็นที่รู้จักในบุคคลบางกลุ่ม มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่ชอบซื้อของออนไลน์ จุดเด่นคือการที่รับซื้อของมาจากผู้ผลิตโดยตรงทำให้ราคาสินค้าที่จำหน่ายมีราคาถูกกว่าคู่แข่งอื่น การเป็นธุรกิจใหม่ยังไม่มีการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานเว็บไซต์ วิธีการเลือกซื้อสินค้า รวมไปถึงกระบวนการต่าง ๆ ในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีอยู่นั้น เป็นการนำภาพของหน้าเว็บไซต์มาใส่ข้อความอธิบายในแต่ละขั้นตอน เนื่องด้วยมีขั้นตอนที่ค่อนข้างมากทำให้มีการใช้รูปภาพหลายรูปและซับซ้อนอาจจะทำให้ผู้ชมมองดูแล้วไม่สนใจซื้อเพราะคิดว่าใช้ในการทำความเข้าใจเป็นเวลานาน

สื่อโมชันกราฟิก เป็นสื่อมัลติมีเดียที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เป็นการทำให้ภาพวาด 2 มิติเคลื่อนไหวได้ โดยการนำมาเรียงต่อกัน ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมใช้งานอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน การใช้งานนั้นมีทั้งการใช้งานเป็นสื่อเดียว และสามารถนำไปเป็นสื่อร่วมกับสื่อต่าง ๆ ได้ เช่น สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือ Music Video เป็นต้น สื่อโมชันกราฟิกนั้นเป็นการสรุปข้อมูลหรือความรู้ต่างๆ มาทำการออกแบบให้เป็นรูปภาพเพื่อใช้ในการสื่อสาร รวมเทคนิคการเคลื่อนไหวของภาพอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในข้อมูลหรือเนื้อหาที่ซับซ้อนได้ง่ายขึ้น ซึ่งเหมาะสำหรับเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบัน หรือในยุคดิจิทัล คอนเทนต์ (Digital Content) ที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเข้าใจในเวลาจำกัด โมชันกราฟิกคือสามารถสร้างอารมณ์และความรู้สึกได้สมจริง ปัจจุบันมีการส่งเสริมการสื่อโมชันกราฟิกกันมากขึ้นในประเทศไทย (พงษ์พิพัฒน์, 2560)

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงปัญหาและข้อจำกัดของการนำเสนอเนื้อหาเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าของเว็บไซต์ Topvalue.com จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์การใช้งานเว็บไซต์ Topvalue.com เพื่อช่วยแก้ปัญหาการใช้รูปภาพเพียงอย่างเดียวที่จำนวนมาก และซับซ้อน โดยพัฒนาเป็นสื่อโมชันกราฟิกที่มีลักษณะน่าสนใจ และเข้าใจง่าย และช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ได้

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษา บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด

2.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีสื่อโมชันกราฟิกที่พัฒนาขึ้น

3. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สี

ลักษณะของวัตถุที่กระทบต่อสายตาให้เห็น เป็นสีมีผลถึงจิตวิทยา คือมีอำนาจให้เกิดความเข้มของแสงที่อารมณ์และความรู้สึกได้การที่ได้เห็นสีจากสายตา สายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมองทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆ ตามอิทธิพลของสีเช่น สดชื่น ร้อน ตื่นเต้น เศร้า สีมีความหมายอย่างมากเพราะศิลปินใช้สีเป็นสื่อสร้างความประทับใจในผลงานของศิลปะและสะท้อนความประทับใจนั้นให้บังเกิดแก่ผู้ดู มนุษย์เกี่ยวข้องกับสีต่างๆ อยู่ตลอดเวลาเพราะทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวนั้นล้วนแต่มีสีสันแตกต่างกันมากมาย สีเป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพื่อประโยชน์กับตนเองและผู้สร้างงานจิตรกรรม (สมเกียรติ, 2552)

3.2 ทฤษฎีคอมพิวเตอร์กราฟิก

กฤติยา พลหาญ (2558) ได้กล่าวถึงคอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphics) ไว้ว่าการสร้างการจัดการ การใช้คอมพิวเตอร์ในการสร้างภาพกราฟิก โดยการนำข้อมูลมาสร้างเป็นภาพ เส้นกราฟ แผนภาพ แผนภูมิ หรืออาจนำภาพมาจากสื่ออื่นๆ เช่น ภาพจากกล้องดิจิทัล จากวีดิทัศน์หรือจากภาพยนตร์มาทา การตัดต่อให้เป็นไปตามต้องการ หรือตกแต่งภาพให้ดีขึ้น ภาพกราฟิกเหล่านี้จะประกอบด้วยเส้น สีแสงและเงาต่าง ๆ สามารถแสดงออกมาทางจอภาพหรือพิมพ์ออกมาทางอุปกรณ์ เช่น เครื่องพิมพ์ได้ นอกจากนั้นยังใช้ในความหมายอื่น เช่น คอมพิวเตอร์วาดภาพ ซึ่งหมายถึงการใช้ซอฟต์แวร์เกี่ยวกับการวาดภาพสำหรับวาดภาพต่าง ๆ ในคอมพิวเตอร์ (กฤติยา, 2558)

3.3 ทฤษฎีโมชันกราฟิก

โมชันกราฟิกเกิดมาจากการผสมคำ 2 คำ คือ โมชัน (Motion) ที่หมายถึงการเคลื่อนไหวและ คำว่า กราฟิก(Graphic) หมายถึง ภาพ ซึ่งภาพในที่นี้เป็นได้หลายอย่างไม่ใช่แค่เพียงภาพถ่ายเท่านั้น แต่ไม่ว่าจะเป็นภาพการ์ตูน รูปสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม เส้น ทุกอย่างล้วนนับเป็นภาพกราฟิกได้หมด เมื่อสองคำนี้มารวมกันเป็นคำว่า โมชันกราฟิก จะแปลแบบง่าย ๆ ว่า ภาพกราฟิกแบบเคลื่อนไหวนั่นเอง โดยโมชันกราฟิกจะเป็นการนำ กราฟิกต่างๆ มาขยับ และเคลื่อนไหวให้เกิดความน่าสนใจ ซึ่งจะช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับงานกราฟิกที่เป็นภาพนิ่งและบอกเล่าเรื่องราวข้อมูลต่าง ๆ ได้ดีมีชีวิตชีว (เวชยันต์, 2560)

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทักษิณา สุขพันธ์ และทรงศรี สรณสถาพร (2560) ศึกษาแนวทางการออกแบบโมชันกราฟิกที่ส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญ และนักศึกษา ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และกรสังเกตุ ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจัดกลุ่มและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของโมชันกราฟิกที่ส่งเสริมการเรียนรู้ประกอบด้วยขั้นตอนการวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนาและทดสอบ การประเมินผลและนำไปใช้

สุโรทัย แสนจันทร์แดง และ ธวัชชัย สหพงษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาโมชันกราฟิก เรื่องการเลิกทาสในสมัยรัชกาลที่ 5 มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมชันกราฟิก เรื่องการ เลิกทาสในสมัยรัชกาลที่ 5 ให้มีคุณภาพ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีโมชันกราฟิก เรื่องการเลิก ทาสในสมัยรัชกาลที่ 5 กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านโมชันกราฟิกประเมินคุณภาพเครื่องมือ จำนวน 3 คน และ นักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้คือโมชันกราฟิก เรื่อง การเลิกทาสในสมัยรัชกาลที่ 5 แบบประเมินคุณภาพ และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ยส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับโมชันกราฟิก อยู่ในระดับมาก และกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจต่อโมชันกราฟิก อยู่ในระดับมากที่สุด

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ขอบเขตการวิจัย

4.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของงานวิจัย คือ ผู้ใช้งานสื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้งานสื่อโมชันกราฟิก บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด ได้มาโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย จำนวน 30 คน

4.1.2 ขอบเขตเนื้อหา ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด

4.2 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

4.2.1 การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก

การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

4.2.1.1 จัดทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ประกอบด้วยภาพวาดโครงร่าง และเนื้อหาที่ต้องการบรรยาย ในแต่ละฉากของตัวสื่อ

4.2.1.2 จัดทำรูปภาพกราฟิก ได้แก่ ตัวละคร ฉาก รวมถึงรูปภาพองค์ประกอบ ที่ใช้ในฉากต่าง ๆ

4.2.1.3 ตัดภาพสินค้าจากหน้าเว็บไซต์ Topvalue.com เพื่อใช้ในการประกอบฉาก

4.2.1.3 ทำการนำรูปภาพกราฟิกมาเรียงต่อกัน เพื่อสร้างภาพกราฟิกเคลื่อนไหว

4.2.1.4 ทำการจัดทำสื่อโมชันกราฟิก โดยการนำรูปภาพกราฟิกเคลื่อนไหวมาต่อกันเป็นการดำเนินเรื่องให้สื่อความหมาย และทำการใส่เสียงบรรยาย รวมไปถึงใส่เสียงดนตรี

4.2.1.5 ทำการบันทึกไฟล์วิดีโอเป็นไฟล์นามสกุล .MP4

4.2.2 การสร้างแบบสอบถาม

4.2.2.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสร้างแบบสอบถาม

4.2.2.2 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เพื่อมากำหนดเป็นจุดประสงค์ที่ต้องศึกษา

4.2.2.3 จัดทำแผนโครงสร้างแบบสอบถาม

4.2.2.4 ร่างแบบสอบถามตามหัวข้อที่กำหนดในแผนโครงสร้างแบบสอบถาม

4.2.2.5 จัดทำแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินค่า IOC ของความสอดคล้องของเนื้อหาและวัตถุประสงค์

4.2.2.6 ทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4.2.2.5 ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อคำถามในหัวข้อต่าง ๆ ที่กำหนด และจัดพิมพ์แบบสอบถาม

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.3.1 ขออนุญาตสถานประกอบการเพื่อดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล

4.3.2 นำเสนอสื่อโมชันกราฟิก อธิบายการใช้งานให้กับกลุ่มตัวอย่างได้เข้าใจ

4.3.3 แจกแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมผลประเมินความพึงพอใจ

4.3.4 ตรวจสอบแบบสอบถามละเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ผู้ใช้งานตอบคำถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

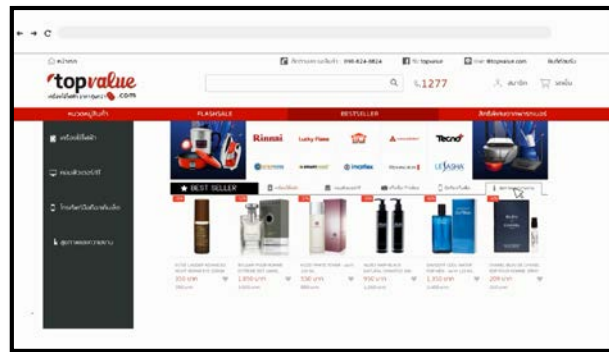
5. ผลและวิจารณ์

5.1 ผลการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์การใช้งานเว็บไซต์

ขั้นตอนการใช้งานเว็บไซต์ที่นำเสนอ ประกอบด้วย การสมัครสมาชิก การเลือกซื้อสินค้า การสั่งซื้อสินค้า และการชำระเงิน รายละเอียดดังนี้

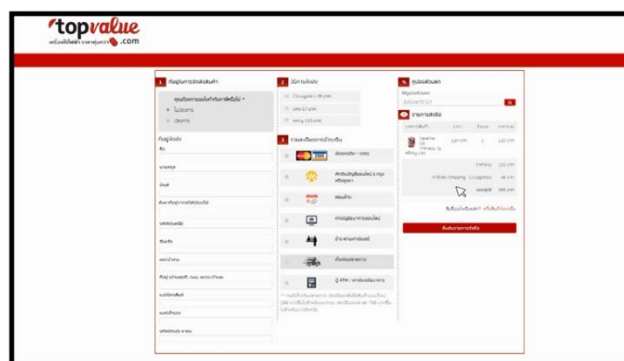
5.1.1 การสมัครสมาชิก เป็นการแสดงโมชันกราฟิกเนื้อหาเกี่ยวกับการสมัครสมาชิก โดยจะแสดงใบสมัครสมาชิก ในหน้าเว็บ และการสมัครสมาชิกโดย การใช้ Facebook และ Google Plus โดยมีเสียงบรรยายประกอบฉากประกอบ

5.1.2 การเลือกซื้อสินค้าในเว็บไซต์ Topvalue.com โดยจะแสดงการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละหมวดหมู่ และแต่ละเมนู และอธิบายความแตกต่างของเมนู โดยมีเสียงบรรยายประกอบฉาก คือ “การเลือกซื้อสินค้าในเว็บไซต์ Topvalue.com คุณสามารถค้นหาสินค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยในหน้าเว็บนั้นมีการแสดงหมวดหมู่สินค้าไว้อย่างชัดเจน คุณสามารถสนุกไปกับเมนู Flash Sale รายวัน เพียงแค่เข้าไปที่เมนู Flash Sale คุณก็จะพบกับสินค้าน่าพิศวงมากมายจนทำให้คุณต้องตะลึง Bestseller สินค้าขายดีเว็บไซต์ Topvalue.com ทำให้คุณเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น”



รูปที่ 1 แสดงฉากการเลือกซื้อสินค้า เมนู Bestseller

5.1.3 การสั่งซื้อสินค้า เป็นการแสดงโมชันกราฟิกเนื้อหาเกี่ยวกับเลือกสั่งซื้อสินค้า รวมไปถึงการชำระเงิน โดยมีเสียงบรรยายในฉากคือ “การสั่งซื้อสินค้า เว็บไซต์ Topvalue.com ทำการกรอกรายละเอียด ที่อยู่ในการจัดส่งสินค้า วิธีการจัดส่งสินค้า วิธีการชำระเงิน ใ้ได้ลดราคาสินค้า จากนั้นตรวจสอบรายการสั่งซื้อแล้วกดดำเนินการชำระเงินเลือกการชำระเงิน จากนั้นตรวจสอบรายการสั่งซื้อ แล้วกดยืนยันรายการสั่งซื้อ”



รูปที่ 2 แสดงฉากการกรอกรายละเอียดสั่งซื้อสินค้า

5.1.4 การชำระเงิน จะแสดงโมชันกราฟิกแยกออกมาจากการสั่งซื้อสินค้า เนื่องจากการชำระเงินนั้นสามารถชำระได้มากมายหลายหลายช่องทาง โดยมีเสียงบรรยายในฉากคือ “การเลือกวิธีการชำระเงิน ในการชำระเงินนั้นสามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต หักเงินบัญชีออนไลน์ธนาคารกรุงศรีอยุธยา หักบัญชีธนาคารออนไลน์ ชำระเงินผ่านธนาคารออนไลน์ ชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ เก็บเงินปลายทาง ชำระเงินผ่านตู้ ATM และสามารถผ่อนชำระ 0% นานสูงสุด 10 เดือน”

5.2 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก สามารถนำมาสรุปและอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.2.1 ด้านเนื้อหา ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของปาลิดา ศรีทาบุตร และนฤมล อินทธีรภัทร์ (2559:203) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน” พบว่า มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่า มีการสรุปเนื้อหาได้ละเอียด มีการแบ่งหัวข้อที่ชัดเจน และสามารถเข้าใจได้ง่าย และการใช้ภาพสอดคล้องกับเนื้อหาสามารถสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้เนื้อหาสื่อสามารถทำความเข้าใจได้มากขึ้น

5.2.2 ด้านการดำเนินเรื่อง ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรวิทย์ แสนจันทร์แดง และธวัชชัย สหพงษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาโมชันกราฟิก เรื่อง การเลิกทาสในสมัยรัชกาลที่ 5” พบว่า มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่า การดำเนินเรื่องมีความต่อเนื่อง การเรียบเรียงเนื้อหา มีการเรียงลำดับความสำคัญได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้เนื้อหาในสื่อมีความต่อเนื่อง ง่ายต่อความเข้าใจ และรับชมได้อย่างเข้าใจ

5.2.3 ด้านการออกแบบ ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสมโชค เนียนโรตง และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อป้องกันการเกิดภาวะโรคอ้วนในเด็ก ช่วงอายุ 6 - 12 ปี กรณีศึกษา โรงเรียนวัดดอนเสลา (ปาน พูน ราษฎร์บำรุง)” พบว่า มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่า การออกแบบฉากมีความสอดคล้องกับเนื้อหาและน่าสนใจ มีการวางองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เหมาะสม สีที่ใช้มีความเหมาะสมกับหน่วยงาน ส่งผลให้สื่อโมชันมีความน่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ และการใช้รูปภาพแทนข้อความทำให้เข้าใจได้ง่าย

5.2.4 ด้านการบรรยายและเสียง ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ผู้วิจัยเห็นว่า เสียงที่ใช้บรรยายมีความต่อเนื่องไม่ติดขัด มีการใช้ระดับโทนเสียงเพื่อให้น่าสนใจ และการเสียงดนตรีที่ใช้ประกอบมีความเหมาะสม ส่งผลให้เนื้อหาที่ต้องการสื่อมีความชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ง่าย และถูกต้องมากยิ่งขึ้น

5.2.5 ด้านประโยชน์การใช้งาน ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดี สอดคล้องกับงานวิจัยของปาลิดา ศรีทาบุตร และ นฤมล อินทธีรภัทร์ (2560) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง “เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน”” พบว่า มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่า สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์การให้ความรู้ได้เป็นอย่างดี และสามารถนำไปต่อยอดการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ ส่งผลให้สถานประกอบการประหยัดในเรื่องเวลา และเรื่องบุคลากรในการจัดสื่อประชาสัมพันธ์ได้

6. สรุปผล

การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์การใช้งานเว็บไซต์ Topvalue.com ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่นำมาสร้างสื่อโมชันกราฟิกประกอบด้วยขั้นตอนการใช้งาน ได้แก่ การสมัครสมาชิก การเลือกซื้อสินค้า และการสั่งซื้อสินค้า องค์ประกอบสื่อโมชันกราฟิกมีทั้งภาพตัวอย่าง และเสียงบรรยายที่ชัดเจน รวมถึงการใช้ภาพเคลื่อนไหวเป็นพื้นหลังแทนภาพนิ่งหรือฉากสปีกดิ ช่วยทำให้สื่อที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อสื่อโมชันกราฟิกที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด เรียงลำดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่ทำการประเมิน ได้แก่ ด้านประโยชน์การใช้ ด้านเสียงบรรยาย ด้านการดำเนินเรื่อง และด้านเนื้อหา ตามลำดับ

7. เอกสารอ้างอิง

- กฤติยา พลหาญ. (2558). **ทฤษฎีคอมพิวเตอร์กราฟิก**. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก http://www.krukikz.com/index.php?option=com_content&view=article&id=132&Itemid=180/
- กิจติพงษ์ ประชาชาติ. (2559). **การออกแบบและพัฒนาโมชันอินโฟกราฟิก เพื่อนำเสนอตำนานเมืองศรีสะเกษ**. วารสารวิถีสังคมมนุษย์, 4(1), 118.
- ทักษิณา สุขพัทธ์ และ ทรงศรี สรณสถาพร. (2560). **การศึกษาแนวทางการออกแบบโมชันกราฟิกที่ส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้**. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, 12(1), 261-268.
- ปาไลดา ศรีทาบุตร และ นฤมล อินทธีรภัช. (2559). **การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง เพราะอะไร ทำให้ถึงอ้วน**. การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พงษ์พิพัฒน์ สายทอง. (2560). **การพัฒนาโมชันอินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับปริญญาตรีคณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(2).
- สุโรทัย แสงจันทร์แดง และ ธวัชชัย สหพงษ์. (2560). **การพัฒนาโมชันกราฟิก เรื่อง การเลิกทาสในสมัย รัชกาลที่ 5**. การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 2, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สมโชค เนียนไธสง และคณะ. (2561). **การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อป้องกันการเกิดภาวะโรคอ้วนในเด็ก ช่วงอายุ 6-12 ปี**. **กรณีศึกษา โรงเรียนวัดดอนเสลา (ปาน พูน ราษฎร์บำรุง)**. วารสารการจัดการวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 5(1), 118.
- สมเกียรติ ตั้งนโม. (2536). **ทฤษฎีสี: A complete guide for Artists by Ralph Fabri**. กรุงเทพมหานคร :โอเดียนสโตร์
- ศศิธร อารยะพูนพงศ์ และ ณัฐนนท์ ลีลาตระกูล. (2556). **โปรแกรมประยุกต์บนแท็บเล็ตสำหรับสร้างหนังสือนิทานเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการของเด็ก**. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ, 9(2), 3.
- วิภาคณัฐ นิมิตพันธ์ และ ศิริจันทรา พลกนิษฐ. (2559). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 6(1), 21-22.
- เวชยันต์ ปันธรรม. (2560). **การผลิตสื่อโมชันกราฟิกเรื่องระบบเสียงรอบทิศทาง 7.1 ชาแนล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.