

สื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์คลังสินค้าบนโลกออนไลน์

Motion Graphics Media to Promote Online Marketplace

พัชรารภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี* และ สุรัตน์ ม่อมละมุล

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตวังไกลกังวล

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

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์คลังสินค้าบนโลกออนไลน์ กรณีศึกษา บริษัท ไฮช้อปปิ้ง จำกัด และ (2) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้งานสื่อโมชันกราฟิกคลังสินค้าบนโลกออนไลน์ บริษัท ไฮช้อปปิ้ง จำกัด ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบง่าย จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ สื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์คลังสินค้าบนโลกออนไลน์ และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ผลการวิจัยพบว่า (1) สื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์คลังสินค้าบนโลกออนไลน์มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี และ (2) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบ ด้านเนื้อหา ด้านเสียง ด้านประโยชน์การใช้งาน และด้านการดำเนินเรื่อง ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปว่า สื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์คลังสินค้าบนโลกออนไลน์ ช่วยให้ผู้ใช้สามารถรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการสมัครสมาชิก สินค้าลดราคา สินค้ายอดนิยม ช่องทางการชำระเงิน และกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทได้ดี ส่งผลให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจต่อข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ที่นำเสนอในรูปแบบของสื่อโมชันกราฟิกเป็นอย่างดี

คำสำคัญ: สื่อโมชันกราฟิก ประชาสัมพันธ์ คลังสินค้าบนโลกออนไลน์

Abstract

The objectives of this study were (1) to develop motion graphics media to promote online marketplace : case study High-shopping co., Ltd. and (2) to assess the satisfaction of users with motion graphic media. The sample group is a user of the motion graphics media to promote online marketplace High-shopping co., Ltd. by simple random sampling of 30 people. The tools used in the research consisted of 2 parts: motion graphics media to promote online marketplace and questionnaire satisfaction of users. Research findings were as follows: (1) motion graphics media to promote online marketplace that can be used efficiently and (2) The results of evaluating the satisfaction of the users are all 5 aspects are design, content, sound, benefits of using, and continuity. Overall satisfaction assessment results were at the highest level. In conclusion the motion graphics media to promote the online marketplace on High-shopping co. Ltd. allows users to be able to recognize and understand the content of subscription products, discount products, popular products, payment and activities of the company well. As a result users are satisfied with the information and news presented in the form of motion graphics media more

Keywords: motion graphics media, promote, online marketplace

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

1. ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันการใช้ชีวิตของคนในสังคมเป็นไปอย่างเร่งรีบ ทำให้เวลาจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับทุกคน ในโลกของอินเทอร์เน็ตมีเปลี่ยนแปลงไปมากในระยะเวลาที่ผ่านมา ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตและการทำการตลาดออนไลน์นั้นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก รวมถึงคู่แข่งทางการค้าที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งโดยผู้ใช้งานเว็บไซต์ส่วนใหญ่ มักค้นหาข้อมูลและการใช้งานในการสั่งซื้อสินค้าในเว็บไซต์โดยเปิดใช้งานเบราว์เซอร์ในหลายๆ แท็บพร้อมกัน รวมถึงการสงสัยขั้นตอนในการชำระและเลือกซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ ซึ่งผู้ใช้นั้นยังค้นหาอย่างคร่าวๆ โดยที่ไม่ได้ให้ความสนใจกับเนื้อหาหรือบทความมากนัก (พงษ์พิพัฒน์, 2560) โดยทั่วไปผู้ใช้งานเว็บไซต์จะใช้เวลาประมาณ 300-400 วินาทีบนเว็บไซต์นั้นๆ ดังนั้นจึงมีเวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 5 นาทีที่จะสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อย่างถึงที่สุด โมชันกราฟิกจัดเป็นสื่อทางเลือกหนึ่งที่ได้รับคามนิยมเพราะเป็นศิลปะการเคลื่อนไหวที่เล่าเรื่องด้วยภาพท่าทาง และมีตัวละครที่เป็นตัวดำเนินเรื่องความพิเศษและน่าสนใจ เมื่อนำโมชันกราฟิกที่สามารถสร้างอารมณ์และความรู้สึกได้สมจริงกว่าสามารถแสดงออกทางด้านสีหน้าอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครผ่านทางกราวาด รวมถึงการลงสีที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวล และอ่อนโยนกว่า จึงช่วยดึงดูดความสนใจของผู้เรียนและสื่อความหมายได้ดีกว่าและนิยมนำมาสร้างและนำเสนอทั้งสินค้าและบริการ (สุตารัตน์, 2554) ขั้นตอนการดำเนินการใช้งานต่างๆ ยังสามารถเล่าเรื่องราวให้ผู้เข้าชมเข้าใจและเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งปัจจุบันพบว่าการส่งเสริมการสร้างสื่อโมชันกราฟิกกันมากขึ้นในประเทศไทย

บริษัท ไฮ ช้อปปิง จำกัด (HIGH Shopping) เป็นธุรกิจเกี่ยวกับทีวีโฮมช้อปปิง ซึ่งเป็นช่องรายการแนะนำสินค้าที่คัดสรรสินค้าผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียม หลากหลายประเภทโดยมีสินค้าทั้ง แฟชั่น ความงาม สินค้าในครัวเรือน เครื่องออกกำลังกาย เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งยังมีเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งยังเป็นที่รู้จักในบุคคลบางกลุ่ม โดยเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่คือ นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่ชอบช้อปปิ้งออนไลน์ บริษัทมีการจัดกิจกรรมโปรโมชั่นสินค้ามากมายและราคาสินค้าที่จำหน่ายถูกกว่าคู่แข่งอื่น แต่การประชาสัมพันธ์สินค้าทางเว็บไซต์ยังเป็นการนำเสนอเป็นข้อความและรูปภาพสินค้าธรรมดาซึ่งไม่เป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชม หรือลูกค้า อีกทั้งการนำเสนอขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้ายังไม่สามารถนำเสนอข้อมูลได้ละเอียดและชัดเจน ส่งผลให้การสั่งซื้ออาจเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับผู้ที่ยังไม่ได้เป็นสมาชิก หรือซื้อสินค้าเป็นครั้งแรก

จากปัญหาของบริษัท ไฮ ช้อปปิง จำกัด ที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะการนำโมชันกราฟิกมาใช้ในการพัฒนาสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า รวมถึงการสื่อความหมายข้อมูลต่าง ๆ ให้น่าสนใจและเข้าใจง่าย อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ให้กับเว็บไซต์ และสนับสนุนยอดขายสินค้าของบริษัทให้เพิ่มขึ้น

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์คลังสินค้าบนโลกออนไลน์ กรณีศึกษา บริษัท ไฮช้อปปิง จำกัด
- 2.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีสื่อโมชันกราฟิกที่พัฒนาขึ้น

3. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 3.1 สตอรี่บอร์ด (Storyboard)

การเขียนกรอบแสดงเรื่องราวที่สมบูรณ์ของภาพยนตร์หรือหนังแต่ละเรื่อง โดยมีการแสดงรายละเอียดที่จะปรากฏในแต่ละฉากหรือแต่ละหน้าจอ หรือสตอรี่บอร์ด เป็นการเขียนภาพนิ่งและข้อความเพื่อกำหนดแนวทางในการถ่ายทำหรือผลิตภาพเคลื่อนไหวในรูปแบบต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ โฆษณา การ์ตูน สารคดี เป็นต้น สตอรี่บอร์ดจะกำหนดการเล่าเรื่องลำดับเรื่อง จัดมุมกล้อง กำหนดเวลา ซึ่งภาพที่วาดไม่จำเป็นจะต้องละเอียดมาก แคบอกรอบประกอบสำคัญๆ ได้ มีการระบุถึงตำแหน่งของตัวละครที่มีความสัมพันธ์กับฉากและตัวละครอื่นๆ กรอบแสดงภาพและมุมกล้อง แสงเงา เป็นการสเก็ทซ์ภาพของเฟรมต่าง ๆ เปรียบเสมือนการวาดการ์ตูนในกรอบสี่เหลี่ยมแต่ละช่อง (ถนนอมพร, 2541) สิ่งสำคัญที่อยู่ในสตอรี่บอร์ดประกอบด้วย ตัวละคร หรือฉาก มุมกล้อง และเสียงพูดกันระหว่างตัวละคร โดยขั้นตอนในการเขียนสตอรี่บอร์ดประกอบด้วย 1) การวางโครงเรื่องหลัก (แนวเรื่อง ฉาก เนื้อเรื่องย่อ แก่นเรื่อง และตัวละคร) 2) การลำดับเหตุการณ์ ต้องหาจุดนำที่เด่นชัดที่สุดของเรื่องให้ได้ 3) การกำหนดหน้า 4) การแต่งบท และ 5) เขียนสตอรี่บอร์ด

3.2 ทฤษฎีสี

สี (Colour) เป็น ลักษณะกระทบต่อสายตาให้เห็นเป็นสีมีผลถึงจิตวิทยามีอำนาจให้เกิดความเข้มของแสงที่อารมณ์และความรู้สึกได้ การที่ได้เห็นสีจากสายตาสายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมองทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ตามอิทธิพลของสีได้ สีจึงเป็นแสงที่มีความถี่ของคลื่นในขนาดที่ตามนุษย์สามารถรับสัมผัสได้ โดยมีแม่สีที่เป็นวัตถุ (Pigmentary Primary) ประกอบด้วย สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน ที่ผสมแม่สีแล้วจะทำให้เกิดเป็นสีอื่น ๆ คุณลักษณะของสี ประกอบด้วย 1) สีแท้ (Hue) สีที่ยังไม่ถูกสีอื่นเข้าผสม เป็นลักษณะของสีแท้ที่มีความสะอาดสดใส เช่น แดง เหลือง น้ำเงิน 2) สีอ่อนหรือสีจาง (Tint) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีขาว เช่น สีเทา สีชมพู และ 3) สีแก่ (Shade) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีดำ เช่น สีน้ำตาล เป็นต้น สีสามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) สีธรรมชาติ เป็นสีที่เกิดเองตามธรรมชาติ เช่น สีของแสงอาทิตย์ สีของท้องฟ้ายามเช้า เย็น สีของรุ่งกีนน้ำ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเองตามตลอดจนสีของดอกไม้ ต้นไม้ พื้นดิน ท้องฟ้า และน้ำทะเล และ 2) สีที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือสังเคราะห์ขึ้น เช่น สีวิทยาศาสตร์ แสงต่าง ๆ (ไฟฟ้า) เป็นต้น

3.3 ภาพเคลื่อนไหว

เทคโนโลยีเกี่ยวกับการทำภาพเคลื่อนไหว เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีต่อไปนี้ 1) เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับเสียง (Audio Technology) จัดการเกี่ยวกับเสียงพูด เสียงดนตรี 2) เทคโนโลยีเกี่ยวกับวิดีโอ (Video Technology) จัดการเกี่ยวกับการจัดเก็บ การประมวลผล การปรับแต่ง การใช้งาน การสืบค้น การส่งกระจาย มาตรฐานการบีบอัดสัญญาณ 3) เทคโนโลยีรูปภาพ (Image Technology) จัดการเกี่ยวกับการพัฒนาและประยุกต์การใช้ภาพ การจัดการฟอร์แมต คลังภาพ การสร้างและการตกแต่งรูปภาพ 4) เทคโนโลยีภาพเคลื่อนไหว 3 มิติ (Animation and 3D Technology) จัดการเกี่ยวกับภาพเคลื่อนไหว 2 และ 3 มิติ การสร้างภาพเสมือนจริง 5) เทคโนโลยีการพัฒนา (Authoring System Technology) พัฒนาเพื่อสร้างข้อมูลสำหรับพัฒนางานมัลติมีเดียแอนิเมชันในรูปแบบซอฟต์แวร์ช่วยเหลือ 6) เทคโนโลยีการผลิต (Publishing Technology) ช่วยในงานพิมพ์น่าสนใจและมีรูปแบบที่โดดเด่นในการนำเสนอ และ 7) เทคโนโลยีการกระจาย (Broadcasting and Conferencing) เป็นการเผยแพร่สื่อ หรือมัลติมีเดีย

หลักการเกิดภาพเคลื่อนไหว เกิดจากการที่มนุษย์เห็นภาพนิ่งหลาย ๆ ภาพที่ฉายต่อเนื่องกัน สำหรับในโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหวจะมีการเคลื่อนที่อยู่ที่ 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การเคลื่อนที่แบบย้ายสถานที่ (Motion) เช่น วัตถุเคลื่อนที่จากจุด A ไปยังจุด B และ 2) การเคลื่อนที่โดยการเปลี่ยนแปลงลักษณะ (Transform)

สุทัศน์ สุระธา และ ศุภรา กลีบโกมุท (2560) การผลิตสื่อรณรงค์การไม่สูบบุหรี่ในที่พักอาศัยเพื่อลดอันตรายแก่สัตว์เลี้ยง เป็นกระบวนการผลิตสื่อผู้จัดทำได้ทำการค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำมาเขียนบทและทำการผลิตสื่อ โดยผ่านกระบวนการวางแผน ถ่ายทำ ออกแบบงานกราฟิก ตัดต่อ และอธิบายผลในรูปแบบสื่อประสม แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญได้รับชม และทำการประเมินผลจากการสัมภาษณ์เพื่อรับฟังคำแนะนำ โดยผลจากการศึกษาพบว่า การผลิตสื่อรณรงค์การไม่สูบบุหรี่ในที่พักอาศัยเพื่อลดอันตรายแก่สัตว์เลี้ยง ผลการประเมินจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาของสื่อ สรุปได้ว่า เนื้อหาของสื่อมีการให้ข้อมูลที่ เป็นความจริง ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอันตรายจากควันบุหรี่มือสองได้ค่อนข้างครบถ้วนแม้มีส่วนที่ขาด ด้านการผลิตสื่อ สื่อขาดความต่อเนื่องของกราฟิกและวีดิทัศน์ มีความขัดแย้งต่ออารมณ์ของการสื่อสาร การลำดับภาพยังไม่กลมกลืน การใช้สีในงานกราฟิกควรไปในทางเดียวกัน เวลาในการนำเสนอเหมาะสม

ชวลิต อุดมพิชน์ และ อานนท์ สุภาจันทรสสุข (2560) การศึกษาการสร้างโมชันกราฟิก เรื่อง "ปัญหาผู้สูงอายุ" และหลังจากนั้นนำไปประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 4 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านออกแบบกราฟิก ด้านเสียง และด้านเทคนิคเคลื่อนไหว เพื่อตรวจสอบคุณภาพต่าง ๆ ของชิ้นงานและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ จากนั้นก็ศึกษาระดับความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีอายุระหว่าง 35-50 ปี จำนวน 60 คน โดยผลการศึกษาสรุปจากแบบสอบถามพบว่า คุณภาพของสื่อ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 3.8 อยู่ในเกณฑ์ ดี ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D$) = 0.20 และผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 4.59 อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D$) = 0.09 และภาพรวมของสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง "ปัญหาผู้สูงอายุ" สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางที่จะเข้าสู่ผู้สูงอายุ โดยรู้วิธีการเตรียมรับมือกับสภาวะสังคมผู้สูงอายุและการดูแลผู้สูงอายุเบื้องต้น ได้อย่างเข้าใจ

อัครชัย สัมฤทธิ์ และคณะ (2560) ศึกษาทำโดย การผลิตสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง การออกแบบนามบัตรอย่างไรให้น่าสนใจและทำการประเมินคุณภาพสื่อผ่านแบบประเมินคุณภาพ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านเทคนิคการนำเสนอ รวมทั้งสิ้น 3 ท่าน และทำการประเมิน ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาชั้นปีสุดท้าย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีการศึกษา 2560 จำนวน 30 คน รวบรวมผลการประเมิน และนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามวิธีทางสถิติ โดยผลการศึกษาสรุปว่า ระดับคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การออกแบบนามบัตรอย่างไรให้น่าสนใจ จากผู้เชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 4.64 ซึ่งอยู่ในระดับ ดีมาก และจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน พบว่า ระดับความพึงพอใจมีคะแนนเฉลี่ยที่ 4.50 ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด หลังจากผู้ชมได้รับชมสื่อแล้วคาดว่า สื่อทำให้ผู้ชมได้เข้าใจในกระบวนการออกแบบนามบัตร รวมไปถึงเกิดความรู้สึกที่อยากจะออกแบบนามบัตร และอาจนำไปประยุกต์ใช้ในงานอื่นได้ในอนาคต

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัย คือ ผู้ใช้งานสื่อโซเชียลมีเดียที่คลั่งสินค้าบนโลกออนไลน์ บริษัท ไฮช็อปปิ้ง จำกัด กลุ่มตัวอย่าง
ได้มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 30 คน

4.2 การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

4.2.1 การพัฒนาสื่อโซเชียลมีเดีย แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

4.2.1.1 จัดทำ Story Board โดยการเขียนโครงสร้างและออกแบบโดยเนื้อหา ประกอบไปด้วยรูปภาพ และ
เรื่องราวเกี่ยวกับเว็บไซต์ highshopping.com การกำหนดเวลาในการดำเนินงานแต่ละฉากของโซเชียลมีเดีย การใช้มุมมอง
ลูกเล่นต่างๆให้สื่อดูมีมิติน่าสนใจ รวมไปถึงให้ความสำคัญในเรื่องการเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหา เพื่อให้ผู้ใช้สื่อสามารถ
เข้าใจได้ง่าย โดยได้ใช้วิธีการจำลองรูปแบบต่างๆของสื่อเพื่อให้ผู้ใช้สื่อสามารถเข้าใจได้มากขึ้น และเพื่อให้ตัวผู้จัดทำนั้น
สามารถสร้างสื่อได้ง่ายขึ้น

4.2.1.2 สร้างออกแบบรายละเอียดองค์ประกอบวัตถุและแบบจำลอง

4.2.1.3 สร้างภาพเคลื่อนไหว

4.2.1.4 ตัดต่อรูปภาพและยี่ห้อ (Brand) สินค้าต่าง ๆ

4.2.2 การสร้างแบบสอบถาม

4.2.2.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นของคณะอาจารย์ เกี่ยวกับ
ประเด็นเนื้อหา และความถูกต้องในการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ

4.2.2.2 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อโซเชียลมีเดีย รวมถึงการสร้างแบบสอบถามประเภทต่าง ๆ เพื่อ
มากำหนดเป็นจุดประสงค์ที่ต้องศึกษา

4.2.2.3 จัดทำโครงสร้างแบบสอบถาม กำหนดหัวข้อหลัก ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ
ความพึงพอใจของการใช้งานสื่อโซเชียลมีเดีย จำนวนทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา จำนวน 5 ข้อ ด้านการดำเนิน
เรื่อง จำนวน 5 ข้อ ด้านการออกแบบ จำนวน 5 ข้อ ด้านเสียง จำนวน 4 ข้อ และด้านประโยชน์การใช้งาน จำนวน 3 ข้อ
รวมทั้งหมดจำนวน 22 ข้อ

4.2.2.4 ร่างแบบสอบถามตามหัวข้อที่กำหนดในโครงสร้างแบบสอบถาม

4.2.2.5 จัดทำแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินผลหาค่าความสอดคล้องของเนื้อหา และวัตถุประสงค์ด้วย
IOC ทั้งนี้ค่า IOC ที่ได้ต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 จึงสามารถนำมาใช้งานได้

4.2.2.6 ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อความในหัวข้อต่าง ๆ ที่กำหนด

4.2.2.7 จัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลค่าความพึงพอใจ

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.3.1 ขออนุญาตในการดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูลกับหัวหน้าหน่วยงาน

4.3.2 นัดหมายกับผู้เกี่ยวข้องเพื่อสอบถามและรวบรวมความต้องการเพื่อจัดทำสื่อโซเชียลมีเดีย

4.3.3 นัดหมายกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำอธิบายแนะนำเกี่ยวกับสื่อโซเชียลมีเดียที่พัฒนาขึ้น และให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้งาน

4.3.4 แจกแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถาม

4.3.5 เก็บรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อโซเชียลมีเดียที่พัฒนาขึ้น

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คำนวณด้วยสูตรต่อไปนี้

4.4.1 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ล้วน สายยศ และอังคณา (2538:73)

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} \quad (1)$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนน
 $\sum X_i$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

4.4.2 สูตรการหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) บุญชม ศรีสะอาด (2545: 103)

$$SD = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \quad (2)$$

เมื่อ SD แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนน
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

5. ผลและวิจารณ์

5.1 ผลการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ highshopping.com



รูปที่ 1 หน้าแรกของสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ highshopping.com



รูปที่ 2 หน้าการสมัครใช้งานเว็บไซต์ highshopping.com



รูปที่ 3 อธิบายถึงหมวดหมู่ของสินค้าและสิทธิคูปองส่วนลด



รูปที่ 4 การเลือกชำระสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ

5.2 ผลการประเมินความพึงพอใจ หัวข้อประเมินทั้งหมด 3 ด้าน อภิปรายผลได้ ดังนี้

5.2.1 ด้านเนื้อหา ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครชัย และคณะ (2560) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง การออกแบบนามบัตรอย่างไรให้น่าสนใจ ผู้ใช้งานระบบมีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ผู้วิจัยเห็นว่า เนื้อหาการจัดเรียงได้อย่างเหมาะสมและตรวจสอบรายละเอียดของข้อมูล จึงมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการจัดลำดับของเนื้อหาอย่างเป็นลำดับขั้นตอน

5.2.2 ด้านการดำเนินเรื่อง ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาวลิต และอานนท์ (2560) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาโมชันกราฟิก เรื่อง การเลิกทาสในสมัยรัชกาลที่ 5” พบว่า ผู้ใช้งานระบบมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ผู้วิจัยเห็นว่า ในประเด็นนี้ การดำเนินเรื่องราวให้สอดคล้องกับเนื้อหาและสื่อจะต้องให้มีความน่าสนใจ และต้องมีขั้นตอนการเสนอที่ถูกต้องตรงประเด็นกับสื่อที่จัดทำ ช่วยส่งเสริมความน่าสนใจให้มากขึ้น

5.2.3 ด้านการออกแบบ ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมโชค และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อป้องกันการเกิดภาวะโรคอ้วนในเด็ก ช่วงอายุ 6 - 12 ปี กรณีศึกษา โรงเรียนวัดดอนเสลา (ปาน พูน รัษฎาราษฎร์บำรุง)” ผู้ใช้งานระบบมีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ผู้วิจัยเห็นว่า การออกแบบแผนที่ให้ดูมีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย ทั้งการออกแบบและสีสันทันที่เหมาะสม ช่วยทำให้เนื้อหาและแผนที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนมากขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์คลังสินค้าบนโลกออนไลน์ผลการดำเนินการสรุปว่า ผู้ใช้งานสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์คลังสินค้าบนโลกออนไลน์ สามารถเข้าใจเนื้อหารายละเอียดของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลได้อย่างดี ตั้งแต่ขั้นตอนการสมัครสมาชิก การเลือกซื้อสินค้า กิจกรรมและรายละเอียดต่าง ๆ กับทางเว็บไซต์ และรวมไปถึงช่องทางการสั่งซื้อสินค้าที่เข้าใจง่าย สื่อโมชันที่มีภาพตัวอย่างประกอบพร้อมเสียงบรรยายที่ชัดเจน ทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจและสามารถใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งการสั่งซื้อสินค้ายังสามารถทำได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจพึงพอใจต่อสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์คลังสินค้าบนโลกออนไลน์ในระดับดีในทุกด้านที่ประเมิน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการดำเนินเรื่อง ด้านการออกแบบ ด้านเสียง และด้านประโยชน์การใช้งาน

7. เอกสารอ้างอิง

- ชวลิต อุดมพีชน์ และอานนท์ สุภาจันทรสุข. (2560). การผลิตสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “ปัญหาผู้สูงอายุ”, (15 ธันวาคม 2561). <http://www.research.rmutt.ac.th/?p=18145>.
- ถนอมพร เลาหจรัส. (2541). **เขียนสตอรี่บอร์ดอย่างมืออาชีพ**, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุวีรียาสาน.
- ปาลิดา ศรีทาบุตร และนฤมล อินทริกษ์. (2559). **การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเรื่อง เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน**. การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 2, มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พงษ์พิพัฒน์ สายทอง. (2560). **การพัฒนาโมชันอินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับปริญญาตรี**, คณะวิทยาการสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุวีรียาสาน.
- สุดารัตน์ วงศ์คำพา. (2554). **พัฒนาสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 2 มิติ**. เพื่อรณรงค์แก้ปัญหาเด็กอ้วน, (15 ธันวาคม 2561). <http://www.thaiscience.info/journals/Article/JSMU/10888220.pdf>
- สุทัศน์ สุระธา และศุภรา กลีบโกมุท. (2560). **การผลิตสื่อรณรงค์การไม่สูบบุหรี่ในที่พักอาศัยเพื่อลดอันตรายแก่สตรีเลี้ยง**, (15 ธันวาคม 2561). <http://www.research.rmutt.ac.th/?p=18149>.
- สมโชค เนียนไธสง และคณะ. (2561). **การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อป้องกันการเกิดภาวะโรคอ้วนในเด็ก ช่วงอายุ 6 - 12 ปี**. วารสารการจัดการวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 5(1), 118.
- อัครชัย สัมฤทธิ์ , ภาคภูมิ ชีพดำรงค์ และทาชีนี สุขโข. (2560). **การผลิตสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การออกแบบนามบัตรอย่างไรให้น่าสนใจ**, (15 ธันวาคม 2561). <http://www.research.rmutt.ac.th/?p=17802>.