

การผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ของ  
บริษัท ท็อปแวลูคอร์ปอเรท จำกัด

Production of video media public relations electronic commerce website to promote marketing  
and corporate brand image for Top Value Company

อังคณา จัตตมาตาศ\* และ นรวิชญ์ โต๊ะเจริญญ

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล  
Email: aungkana.jat@rmutr.ac.th, norawitch.tojaroen@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อ ผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ท็อปแวลูคอร์ปอเรท จำกัด 2) เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ท็อปแวลูคอร์ปอเรท จำกัด โดยสื่อวีดิทัศน์ที่พัฒนานำเสนอในรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ มีกระบวนการจัดทำตั้งแต่การวางแผนการผลิตสื่อ, ศึกษาข้อมูลของบริษัท, การเขียนสคริปต์, การบันทึกวิดีโอ และการออกแบบโมชันกราฟิก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Topvalue.com จำกัด ที่พัฒนาด้วยโปรแกรม Adobe After effects, โปรแกรม Adobe Photoshop และโปรแกรม Adobe Illustrator และ 2) แบบสอบถามออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ บุคลากรของบริษัทจำนวน 30 คน ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยใช้เทคนิคการสุ่มตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลคือ สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) มีสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้สำหรับประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของบริษัท เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ที่ 2) ผู้เข้าชมสื่อโฆษณา มีความพึงพอใจในด้านการออกแบบสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 อยู่ในระดับดีมาก, ด้านเนื้อหาของสื่อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 อยู่ในระดับดีมาก, ด้านการใช้งานสื่อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 อยู่ในระดับดีมาก, ด้านการนำเสนอสื่อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 อยู่ในระดับดีมาก และด้านความพึงพอใจของสื่อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 อยู่ในระดับดีมาก

**คำสำคัญ:** สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์องค์กร

### Abstract

The objectives of this research are 1 ) to produce video media, public websites, electronic commerce to promote marketing and corporate brand image of Top Value Corporate Co., Ltd. 2) To study the satisfaction of the visitors, video media, public relations, electronic commerce websites to promote marketing and put on an act of Top Value Corporate Co., Ltd. by developing video media that presented in the public relations media. The processes of preparing are from media production planning, studying company information, writing storyboards, recording videos, and also the motion of graphic design. The research tools are included: 1) video media, electronic commerce websites, developed by Adobe After effects, Adobe Photoshop and Adobe Illustrator and 2) online questionnaires. The sample

\*Corresponding author, e-mail: aungkana.jat@rmutr.ac.th

group studied was from 30 people in company that is purposive sampling by using random technique according to the purpose of the study. According to the purpose of the study, the statistics used to analyze the results are about the descriptive statistics. The results of the research are as follows: 1) there are video media used for public on the website of the company to promote marketing and corporate brand image of the company. 2) Visitors the advertising media are satisfied with the media design by the average value of 4.67 is very good, the media content has an average of 4.80 is very good, the media usage has an average of 4.76 is very good, the media presentation is equal to 4.63 is very good and the satisfaction of the media has an average of 4.66 which are at a very good level.

**Keywords:** Video media public relations, Electronic commerce website, Promote marketing, Corporate brand image

### 1. ที่มาและความสำคัญ

สื่อประชาสัมพันธ์ถือเป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางสำหรับนำเสนอข้อมูลและข่าวสารต่างๆ ขององค์กรไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลและเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ด้วยเหตุนี้แต่ละองค์กรจึงให้ความสำคัญต่อการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้น (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553: 25) และยิ่งไปกว่านั้นหากองค์กรเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น (อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี 2555: 123) ดังนั้นการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์จึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันมีสื่อประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบให้นำเสนอ โดยเฉพาะสื่อที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัย ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา (วรชัย คุรุจิต, 2555: 24-25) หนึ่งในนั้นคือ สื่อมัลติมีเดีย (Multimedia) ด้วยจุดเด่นของการนำเสนอข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงและวีดิทัศน์นำเสนอร่วมกัน ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาได้มากขึ้น หนึ่งในเป้าหมายสำคัญขององค์กรที่มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์คือ การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อส่งเสริมการตลาด ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการบริหารธุรกิจให้ก้าวหน้า (Morley, 1998) ขณะเดียวกันหากองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี ย่อมส่งผลให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ นำไปสู่ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ได้

บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด เปิดให้บริการเมื่อ พฤศจิกายน ปี 2014 มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ชั้น 17 อาคาร AIA Sathorn Tower ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ มีสำนักงานใหญ่และคลังสินค้าตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ดำเนินธุรกิจในรูปแบบของห้างสรรพสินค้าออนไลน์ที่รวบรวมสินค้าคุณภาพจากผู้ผลิตของแบรนด์ชั้นนำโดยตรง แล้วนำมาจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรงผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท หรือที่เรียกว่า รูปแบบการทำธุรกิจ E-Commerce ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) โดยมีสินค้าหลากหลายรายการที่ครอบคลุมทุกความต้องการของผู้บริโภค พร้อมให้บริการด้วยทีมงานมืออาชีพ และดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “ของแท้ ของเร็ว ของถูก” แต่อย่างไรก็ตามภายใต้วิสัยทัศน์ของบริษัทยังพบข้อจำกัดของการประชาสัมพันธ์ที่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากปัจจุบันทางบริษัทมีเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพียงรูปแบบเดียว ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่าเว็บไซต์ของบริษัทยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย

จากปัญหาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการนำสื่อมัลติมีเดียมานำเสนอในรูปแบบวิดีโอโฆษณา จึงได้พัฒนาสื่อโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ Topvalue.com ของบริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของบริษัทผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวก รวดเร็ว และนอกจากนี้ยัง

สามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทได้ รวมทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อส่งเสริมการตลาด และนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของวิจัย

2.1 ผลผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ที่อปแวลคูอร์ปอเรท จำกัด

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการตลาด และสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ที่อปแวลคูอร์ปอเรท จำกัด

## 3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image): Frank Jefkins (1993) อธิบายภาพลักษณ์ของบริษัทว่าเป็นภาพขององค์การใดองค์การหนึ่งที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจ และมีประสบการณ์ต่อองค์การ สำหรับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้อัตโนมัติโดยนำเสนอสถิติขององค์การ (Corporate Identity) ที่ปรากฏแก่สายตาคนทั่วไป ขณะเดียวกัน วิรัช (2540) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัท รวมถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (Management) ของบริษัท และสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) บริการ (Service) ฉะนั้นภาพลักษณ์ของบริษัทจึงครอบคลุมทั้งธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งด้วย ซึ่งประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service Image) 2) ภาพลักษณ์ตราหือ (Brand Image) และ 3) ภาพลักษณ์ขององค์การ (Institutional Image) (Kotler, 2000)

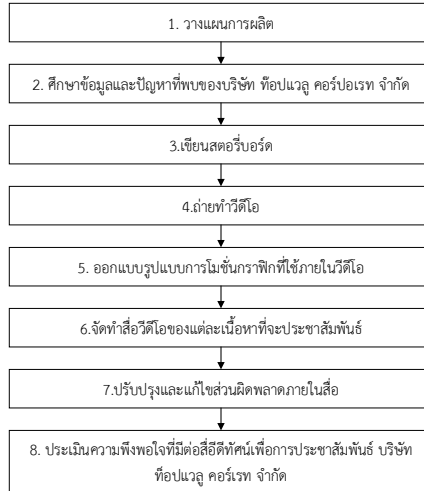
3.2 สื่อประชาสัมพันธ์: วิจิตร (2534) อธิบายว่า สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่เป็นตัวกลาง Medium หรือพาหนะ Vehicle ที่นำสินค้าส่งไปถึงผู้ซื้อสินค้า เพื่อให้ผู้เกิดการรับรู้ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ผ่านการมองเห็น การได้ยิน โดยทั่วไปแล้วสื่อระดับนี้พื้นฐานจะ ได้แก่ การใช้เสียง คือ การพูด การใช้อักษร หรือการเขียน การใช้สัญลักษณ์ คือ การวาดภาพ สำหรับสื่อที่มีความซับซ้อนยิ่งขึ้น ได้แก่ สื่อที่ใช้เทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ๆ ซึ่งได้แก่สื่อมวลชน เช่น กล้อง โทรทัศน์และโฆษณา ตัวแปรที่น่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ซึ่งมีทั้งหมด 5 ตัวแปร คือ งบประมาณ ประเภทของสินค้า กลุ่มเป้าหมายความพร้อมของบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ และเวลา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงวุฒิ (2557) ที่พบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้ในการสร้างการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการมากขึ้น

3.3 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อโมชันกราฟิก: Infographic Thailand (2557) ให้ข้อมูลของโมชันกราฟิกคือ การสร้างให้กราฟิกมีการเคลื่อนไหวได้หลายมิติ ซึ่งโมชันกราฟิกนั้น จะแตกต่างกับแอนิเมชัน (Animation) ตรงที่ไม่มีตัวละครเป็นตัวดำเนินเรื่อง หรือมีบทพูด และการตัดฉากสลับแบบภาพยนตร์ แต่โมชันกราฟิกจะใช้แค่การเพิ่มหรือสร้างภาพเคลื่อนไหวให้ภาพกราฟิก และใช้การภาคเสียง บรรยายประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เวชยันต์ (2560) เรื่อง การผลิตสื่อโมชันกราฟิกเรื่องระบบเสียงรอบทิศทาง 7.1 ชาเนล ผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบการทำแบบฝึกหัดหลังรับชมสื่อสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบฝึกหัดก่อนรับชมสื่อจริง

3.4 สื่อวีดิทัศน์: อังสนา (2555) อธิบายว่า สื่อวีดิทัศน์ เป็นการบันทึกภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงลงในแหล่งบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยสามารถถ่ายทอดภาพและเสียงที่บันทึกนั้นออกมาได้ทางเครื่องรับโทรทัศน์ หรือคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีประโยชน์ในการสามารถถ่ายทอดทั้งภาพ และเสียงออกมาได้คราวเดียวกันทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจและมีเจตคติที่ดีต่อการชมรายการวีดิทัศน์ นอกจากนี้ยังเป็นการดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดีและสามารถนำมาเปิดซ้ำได้ตามความต้องการสอดคล้องกับณัฐพงษ์ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม ซึ่ง

พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามได้ในระดับดีมาก

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย



รูปที่ 1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

4.1 วางแผนการผลิต: ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท เนื่องจากทางบริษัท ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลาย โดยเน้น สโลแกน ของบริษัทมาเป็นตัวดำเนินเรื่องของสื่อประชาสัมพันธ์ เมื่อได้ข้อมูลการนำเสนอตามที่ต้องการแล้วจึงนำเสนอรายละเอียดของรูปแบบการถ่ายทำเบื้องต้นกับบริษัท

4.2 ศึกษาข้อมูลของบริษัท: เข้าใช้งานเว็บไซต์ topvalue.com เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าสนใจ และยังมีส่วนใดที่ควรนำเสนอเพิ่มเติม เพื่อนำมาออกแบบเนื้อเรื่องในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านสื่อวีดิทัศน์

4.3 เขียนสตอรี่บอร์ด: ออกแบบโดยสร้างภาพให้เห็นลำดับขั้นตอนตามเนื้อเรื่องที่วิเคราะห์ไว้ ซึ่งประกอบด้วยรูปภาพและเนื้อหาในการเล่าเรื่อง ลำดับเรื่อง จัดมุมกล้อง และระบุตำแหน่งของตัวละคร ดังแสดงในรูปที่ 2



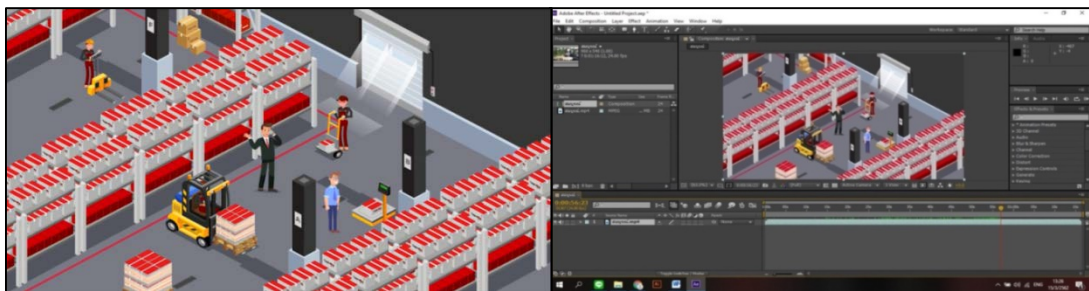
รูปที่ 2 แสดงภาพขั้นตอนการเขียนสตอรี่บอร์ด

4.4 ถ่ายทำวิดีโอ: เพื่อใช้ในการดำเนินเนื้อเรื่องของสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 แสดงภาพขั้นตอนการบันทึกวิดีโอ

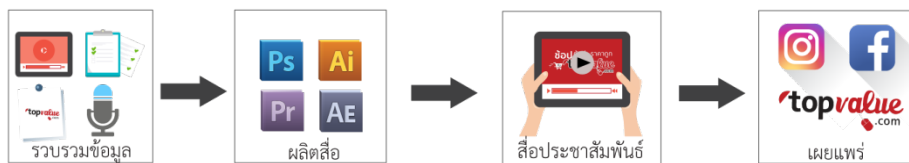
4.5 ออกแบบรูปแบบโมชันกราฟิกที่ใช้ภายในวิดีโอ: ออกแบบรูปภาพ เสียงประกอบและเอฟเฟคที่จะใช้ในการนำเสนอภายในสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้โปรแกรม Adobe after effects ในการสร้างรูปภาพเสมือนจริง ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 แสดงภาพออกแบบสื่อโมชันกราฟิกภายในโปรแกรม Adobe after effects เพื่อการประชาสัมพันธ์

จากรูปที่ 4 แสดงขั้นตอนการออกแบบสื่อโมชันกราฟิกภายในโปรแกรม Adobe after effects โดยนำภาพอินโฟกราฟิกที่ต้องการสร้างภาพเคลื่อนไหวนำเข้าสู่โปรแกรม จากนั้นทำการใส่เอฟเฟคส่วนต่างๆ ที่ต้องการให้เคลื่อนไหว หลังจากนั้นจึง Export ไฟล์วิดีโอออกมา ซึ่งสามารถ Export ไฟล์เป็นนามสกุลต่างๆ เช่น .mp4, .m4v, .mov, .mpg, swf และ .wmv เป็นต้น สำหรับการศึกษาผู้วิจัยได้เลือก Export ไฟล์เป็นนามสกุล .mp4

4.6 จัดทำสื่อวิดีโอของแต่ละเนื้อหาที่จะประชาสัมพันธ์: เป็นการนำวิดีโอที่ได้จากการถ่ายทำมาตัดต่อและเผยแพร่ที่ผ่านช่องทางออนไลน์ ดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 แสดงโครงสร้างการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

จากรูปที่ 5 แสดงโครงสร้างการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตั้งแต่การรวบรวม, วิดีโอ, ข้อมูลตัวอักษร, ข้อมูลภาพและข้อมูลเสียงที่ได้จากบริษัทมาผลิตสื่อโดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ในการตกแต่งภาพต่างๆ ให้มีสีสัน, โปรแกรม Adobe Illustrator ในการออกแบบอินโฟกราฟิก, โปรแกรม Adobe After Effects สำหรับใส่ Effect ให้กับวิดีโอโมชันกราฟิกในขั้นตอนการตัดต่อ และโปรแกรม Adobe Premiere Pro สำหรับตัดต่อวิดีโอและบันทึกเสียง เพื่อนำไปเผยแพร่ผ่าน Instagram, Facebook และ www.topvalue.com หากผ่านการอนุมัติจากทางบริษัทในการเผยแพร่

4.7 ปรับปรุงและแก้ไขส่วนผิดพลาดภายในสื่อ: นำเสนอสื่อวิดีโอที่ต้นประชาสัมพันธ์ที่ได้พัฒนาขึ้นให้บุคลากรภายในบริษัทในตำแหน่ง Graphic Design เพื่อทำการตรวจสอบ และผู้วิจัยทำการแก้ไขสื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้อง

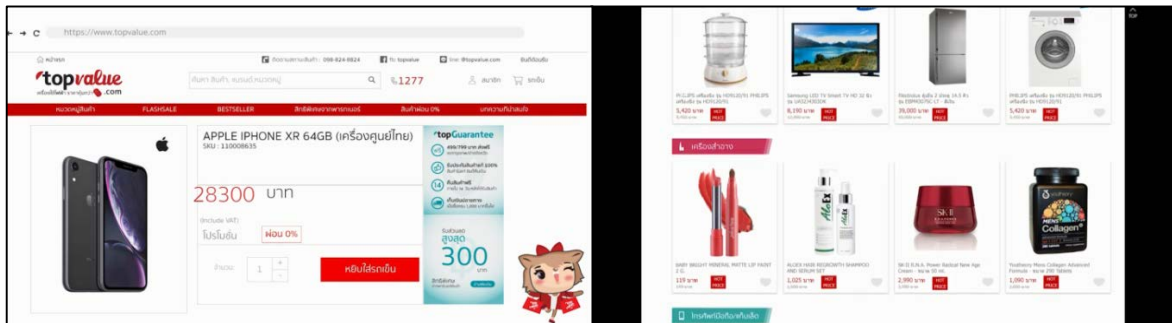
4.8 ประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: โดยมีการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการออกแบบสื่อจำนวน 3 ท่าน แล้ววิเคราะห์ความเชื่อมั่นแบบสอบถามซึ่งพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cochran, I.J., 1951) พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมมากกว่า 0.92 ซึ่งผ่านเกณฑ์ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ 6 ด้าน คือ 1. ด้านการออกแบบสื่อ 2. ด้านเนื้อหาของสื่อ 3. ด้านการใช้งานสื่อ 4. ด้านการนำเสนอสื่อ 5. ด้านความพึงพอใจของสื่อ

กลุ่มตัวอย่างที่ประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ บุคลากรของบริษัทจำนวน 30 คน เนื่องจากอยู่ในระหว่างขั้นตอนการทดสอบ จึงมีระเบียบจากทางบริษัทในการห้ามเผยแพร่สู่สาธารณะ และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

## 5. ผลและวิจารณ์

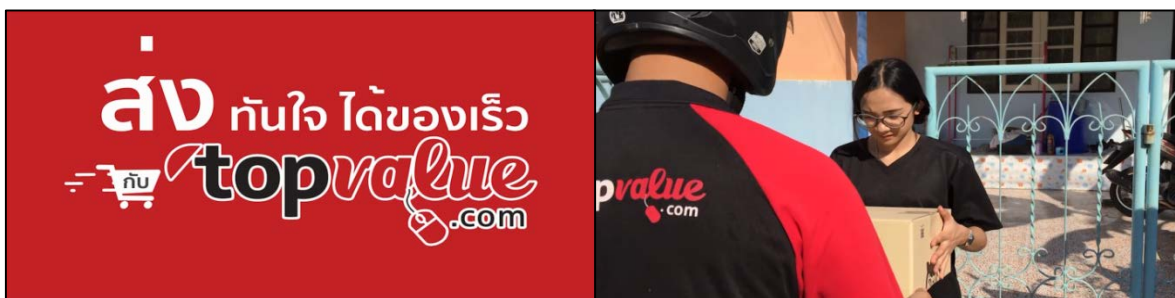
5.1 ผลการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ Topvalue.com พบว่า สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ Topvalue.com มีความยาว 1.15 นาที การดำเนินเรื่องประกอบด้วย 3 หัวข้อหลัก คือ ของแท้ ของเร็ว และของถูก

5.1.1 หัวข้อ “ของถูก”: เนื้อเรื่องนำเสนอภายใต้สโลแกน “ช้อปคุ้มค้ำราคาถูกกับ topvalue.com ที่อปแวลู มีราคาสินค้าที่ถูกกว่าห้างสรรพสินค้าทั่วไป เพราะเราสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมากจากเจ้าของแบรนด์โดยตรง และเรามีคลังสินค้าเป็นของตัวเอง” ดังแสดงในรูปที่ 6



รูปที่ 6 แสดงเนื้อเรื่อง โฆษณกราฟิก ช้อปคุ้มค้ำราคาถูก กับ topvalue.com

5.1.2 หัวข้อ “ของเร็ว” เนื้อเรื่องนำเสนอภายใต้สโลแกน “ส่ง ทันใจ ได้ของเร็ว กับ topvalue.com ” ได้ทำการจัดส่งของได้เร็ว ดังแสดงในรูปที่ 7



รูปที่ 7 แสดงเนื้อเรื่อง โฆษณกราฟิก ส่งทันใจของเร็ว กับ topvalue.com

5.1.3 หัวข้อ “ของแท้” เนื้อเรื่องนำเสนอภายใต้สโลแกน “ช้อปปิ้งใจ ได้ของแท้ กับ topvalue.com มีระบบจัดการคลังสินค้าที่ทันสมัย ทำให้สินค้าของเรา มีราคาถูกและคุณภาพทุกรายการ ” ดังแสดงในรูปที่ 8



รูปที่ 8 แสดงเนื้อเรื่อง โมชั่นกราฟิก ช้อปปิ้งใจ ได้ของแท้ กับ topvalue.com

5.2 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พานิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง 7 คน และเพศชาย 23 คน มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี โดยสรุปผลจากการประเมินความพึงพอใจ แบ่งเป็น

5.2.1 ด้านการออกแบบสื่อ ความพึงพอใจต่อการออกแบบสื่อโฆษณาในระดับดีมาก อยู่ที่ ( $\bar{X} = 4.68$ , S.D. = 0.43) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงวุฒิ และกรรณิการ์ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” ผลวิจัยพบว่า การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ในระดับดีมาก

5.2.2 ด้านเนื้อหาของสื่อ ความพึงพอใจต่อการนำเสนอเนื้อหาในระดับดีมาก อยู่ที่ ( $\bar{X} = 4.80$ , S.D. = 0.34) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาศิรา (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “คุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ในการเฝ้าระวังด้านจิตใจของชาวมุสลิมจากสถานการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร” ผลวิจัยพบว่า คุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ในการเฝ้าระวังด้านจิตใจของชาวมุสลิมจากสถานการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ในระดับดีมาก

5.2.3 ด้านการใช้งานสื่อ ความพึงพอใจต่อการการใช้งานสื่อในระดับดีมาก อยู่ที่ ( $\bar{X} = 4.76$ , S.D. = 0.43) เนื่องจากสื่อเข้ามามีได้ง่ายไม่ซับซ้อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญเทพ และคณะ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียคำศัพท์ภาษาอังกฤษในโรงงานอุตสาหกรรมโดยใช้เทคนิคคำสำคัญ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม” ผลวิจัยพบว่า การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียคำศัพท์ภาษาอังกฤษในโรงงานอุตสาหกรรมโดยใช้เทคนิคคำสำคัญ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ในระดับดีมาก

5.2.4 ด้านการนำเสนอสื่อ ความพึงพอใจในระดับดีมาก อยู่ที่ ( $\bar{X} = 4.66$ , S.D. = 0.46) โดยรูปภาพประกอบภายในสื่อโฆษณาสามารถสื่อถึงข้อมูลที่ใช้นำเสนอได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ (2559) ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเรื่องระบบคอมพิวเตอร์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแสนสุข จังหวัดชลบุรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา” ผลวิจัยพบว่า การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเรื่องระบบคอมพิวเตอร์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ในระดับดีมาก

5.2.5 ด้านความพึงพอใจของสื่อ ในภาพรวมผู้เข้าชมสื่อ มีความพึงพอใจในระดับดีมาก อยู่ที่ ( $\bar{X} = 4.66$ , S.D. = 0.46)

## 6.สรุปผลการวิจัย

การศึกษาการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พณิชยอิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ทีโอปแวลูคอร์ปอเรท จำกัด ซึ่งเป็นบุคลากรภายในบริษัท ทีโอปแวลูคอร์ปอเรท จำกัด จำนวนทั้งหมด 30 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยมีอายุ 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 5 ปี ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พณิชยอิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์พบว่า ด้านการออกแบบสื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับคุณภาพดีมาก ด้านเนื้อหาของสื่อมีค่าเฉลี่ย 4.80 ระดับคุณภาพดีมาก ด้านการใช้งานสื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.76 ระดับคุณภาพดีมาก ด้านการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 4.63 ระดับคุณภาพดีมาก ด้านความพึงพอใจภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.66 ระดับคุณภาพดีมาก อธิบายได้ว่า สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พณิชยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือหนึ่งในการช่วยส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท

## 7.กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณบริษัท ทีโอปแวลู คอร์ปอเรท จำกัดที่ให้ความอนุเคราะห์สถานที่และอุปกรณ์ในการวิจัย และขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่สนับสนุนการวิจัยนี้

## 8.เอกสารอ้างอิง

- จิตาภา ทัดหอม.2560. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ใน กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จุฑารัตน์ ศรารณวงค์.2558. แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชุมพล จันทรฉลอง. 2558. การพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการสร้างภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ แบบเฟรมต่อเฟรม. ปทุมธานี : คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ถาวร สายสืบ.2546. เอกสารคำสอน เรื่องการผลิตรายการโทรทัศน์. พิษณุโลก : ภาควิชา เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา และกรรณิการ์ เอี่ยมจินดา.2557. การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่. นครปฐม : คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชญเทพ เย็นรมภ์ พงษ์พิพัฒน์ สายทอง และ เนติรัฐ วีระนาคินทร์.2560. การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียคำศัพท์ภาษาอังกฤษในโรงงานอุตสาหกรรมโดยใช้เทคนิคคำสำคัญ. มหาสารคาม : คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เวชยันต์ ปิ่นธรรม. 2560. การผลิตสื่อโมชันกราฟิกเรื่องระบบเสียงรอบทิศทาง 7.1 ชาเนล. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริรัตน์ ดีสอน.2559. การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เรื่อง ระบบคอมพิวเตอร์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแสนสุข จังหวัดชลบุรี. ชลบุรี : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.



สัณญา ไชยมาตย์.2558. การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม :  
หลักสูตรเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

อังคณา จัตตามาศ และอัชฌาพร กว้างสวาสดี. 2560. การพัฒนาตัวต้นแบบระบบจัดเก็บเอกสารปริญญาานิพนธ์ออนไลน์  
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้วยเทคโนโลยีการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ . วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่ 36 ฉบับที่ 6.

Cronbach, L. Joseph. 1984. Essential of Psychology and Education. New York: Mc-Graw Hill.

Jefkins, Frank. 1993. **Planned Press and Public Relations**, 3rd ed. Great Britain: Alden Press.

Kotler, Philip. 2000. **Marketing Management**, 10th edition. New Jersey:Prentice-Hall Inc.

Morley, Michael. 1998. **How to Manage Your Global Reputation: A guide to the Dynamics of  
International Public Relations**. Hampshire and London: Macmillan Press Ltd.

---