

การผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ ลาเทลดับเบิ้ลยู Production of Video for Public Relation of LataleW Online Game

อชฌาพร กว้างสวาสดี* และ ฌกฤษ รัตนวงศา

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
วิทยาเขตวังไกลกังวล

E-mail: achaporn.kwa@rmutr.ac.th, jokerpanda123@hotmail.com

บทคัดย่อ

ลาเทล ดับเบิ้ลยู เป็นเกมใหม่สำหรับกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ลาเทล ดับเบิ้ลยู 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้งานสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ลาเทล ดับเบิ้ลยู (LataleW) และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ลาเทล ดับเบิ้ลยู เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาสื่อ คือ 1) โปรแกรม อะโดบี เอฟเฟกต์ (Adobe After Effects) ที่ใช้ในการตัดต่อวิดีโอ และทำแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2) อะโดบี โฟโตชอป (Adobe Photoshop) ที่ใช้ในการตัดต่อรูปภาพ 3) โปรแกรม น็อกเพลเยอร์ (Nox player) ที่ใช้ในการจำลองแอนดรอยด์สำหรับเปิดเกมบนคอมพิวเตอร์ 4) โปรแกรมโอแคม (oCam) ใช้ในการอัดหน้าจอบนคอมพิวเตอร์ สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ สื่อวีดิทัศน์ แบบประเมินความพึงพอใจ โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือบุคลากรที่เล่นเกมออนไลน์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน ตัวอย่างสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ได้สื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 เรื่อง สื่อวีดิทัศน์แต่ละเรื่องเป็นการอธิบายเนื้อหาต่างๆ เช่น อาชีพของตัวละครภายในเกม วิธีการเล่น โดยสื่อวีดิทัศน์ที่ได้มีเนื้อหาดังต่อไปนี้ 1 มัลติตันเจี้ยน 2 ดันเจี้ยนรายวัน 3 หอคอยปีศาจ 4 ดันเจี้ยนทรัพยากร 5 อาชีพภายในเกม โดย 2) ผลการวัดประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์เผยแพร่สื่อผ่านช่องทาง เฟสบุ๊ก และ ยูทูบ วีดิทัศน์เรื่อง อาชีพภายในเกม มียอดคนเข้าชมมากที่สุด 1,900 ครั้ง จากเฟสบุ๊ก และ 1,203 จากยูทูบ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบสื่อ ด้านเนื้อหาของสื่อ ด้านการใช้งานสื่อ และ ด้านการนำเสนอสื่อ โดยรวมมีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านสื่อการนำเสนอ ด้านการใช้งานสื่อ ด้านการออกแบบสื่อ และ ด้านเนื้อหาของสื่อ ตามลำดับ ดังนั้นการผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ลาเทล ดับเบิ้ลยู สามารถเป็นแนวทางในการเล่นเกมนสำหรับผู้เล่นเกมออนไลน์เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: เกมออนไลน์ สื่อวีดิทัศน์ ลาเทล ดับเบิ้ลยู

Abstract

LataleW is a new game for online gamers. The objective of this study were: 1) to produce the video for public relation of LataleW online games. 2) to evaluate of efficiency of the video for public relation of LataleW. 3) to evaluate the satisfaction of the video for public relation of LataleW. The tools of develop were: 1) Adobe after Effects for editing videos and animation. 2) Adobe Photoshop for editing images. 3) Nox Player for simulation open Android games on the computer. 4) oCam for recording screen

* Corresponding auther,e-mail: achaporn.kwa@rmutr.ac.th

on the computer. The instruments used of this research were: video ,satisfaction questionnaire. Research samples were 400 online gamers, derived through accidental random sampling technique. The statistics used for analyzing the data were percentage, average and standard deviation.

The results of the study were as follows: 1) 5 video stories for Latelew online games about that: (1) Multi dungeon (2) Daily dungeon (3) Devil's Tower (4) Resource dungeon (5) Profession in game. This video includes the Occupation of the characters in the game and how to play. 2) the evaluation of the efficiency of video share on Facebook and YouTube. The Profession in the game has the most top view 1,900 from Facebook and 1,203 from YouTube. 3) satisfaction of video in 4 aspects: (1) The media design (2) The media content (3) The media usage (4) The presentation of media that was a high level when considered each aspect it was found that all aspects were at a high level. In conclusion, production of a video for public relation of LateleW online games, it accessible from online gamers and for guide the players to get even more knowledge.

Keywords: Online games, Video, LataleW online games

1.ที่มาและความสำคัญ

เกมเป็นกิจกรรมทางพลศึกษาแขนงหนึ่ง ที่เหมาะสำหรับบุคคลทุกเพศ ทุกวัย ได้ออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาด้านร่างกาย ด้านสมอง และอารมณ์จิตใจ โดยอยู่ภายใต้กติกาที่ไม่ยุ่งยาก ทำให้ผู้เล่นเกิดความสุขสนุกสนาน เพลิดเพลินกับเกมที่เล่น และได้รับทักษะพื้นฐานเพื่อพัฒนาไปสู่กิจกรรมด้านกีฬาอื่น ๆได้เป็นอย่างดี ซึ่งในปัจจุบันเกมได้มีการพัฒนาขึ้นมาในรูปแบบเกมอิเล็กทรอนิกส์ เกมอิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในยุคสมัยนี้ สามารถออนไลน์และเล่นกับผู้เล่นคนอื่นได้ เช่น เกมคอนโซล(Console) เกมคอมพิวเตอร์ (PC Games) หรือ เกมเครื่องพกพา(Handheld) ประเภทของเกมออนไลน์หลัก คือ MMO ย่อมาจาก Massively Multiplayer Online เป็นเกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นเข้ามาเล่นพร้อมกันเป็นจำนวนมากในเซิร์ฟเวอร์ การประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ ก็เป็นเรื่องสำคัญอีกประเด็นหนึ่ง เนื่องจากเกมใหม่ผู้เล่นยังไม่รับรู้วิธีการเล่นเกม อีกทั้งต้องทำความเข้าใจในเรื่องของเกม ผู้เล่นจึงต้องหาข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ ส่วนมากคือวิดีโอหรือสื่อวิดีโอจะนำเสนอตัวอย่างของเกมเพื่อใช้ในการเผยแพร่สื่อให้กับนักเล่นเกม บนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์และทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์ได้รับความรู้ ความเข้าใจของเกมออนไลน์มากขึ้น ทำให้สื่อวิดีโอเป็นสื่อในการเรียนรู้ที่มีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบัน เพราะเป็นสื่อที่ใช้งานง่าย สามารถสร้างความเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน จึงเป็นที่นิยมในกลุ่มนักเล่นเกมออนไลน์ เปิดช่องสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางรื้อฟื้นเกมใหม่ๆ เพื่อให้ผู้เล่นเกม หรือ กลุ่มผู้ที่สนใจที่เหมือนกันเข้าร่วมกลุ่มดังกล่าว เพื่อเสวนาในเรื่องที่สนใจเหมือนกัน เช่น เปิดช่องในยูทูป และ เฟสบุค เป็นต้น เช่น กลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์

เกมออนไลน์ LataleW เป็นเกมใหม่เพิ่งเปิดให้บริการบนอินเทอร์เน็ต และเป็นเกมแบบ MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game:MMORPG) ลักษณะของเกมเป็นการเล่นตามบทบาทที่เก็บค่าประสบการณ์จากการต่อสู้ ภายในเกมผู้เล่นจะสามารถเลือกอาชีพที่ต้องการได้ เพื่อทำภารกิจล่ามอนสเตอร์และเก็บค่าประสบการณ์ต่าง ๆในแต่ละด่าน พร้อมอัพเลเวลให้กับตัวละคร เนื่องจากเป็นเกมใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ มากนัก จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ของเกม LataleW หลายช่องทาง เช่น ทาง Facebook การทำ Google Advertisement และผ่าน YouTube เป็นต้น โดยการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะเป็นการอัปเดต Patch หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของเกมโดย

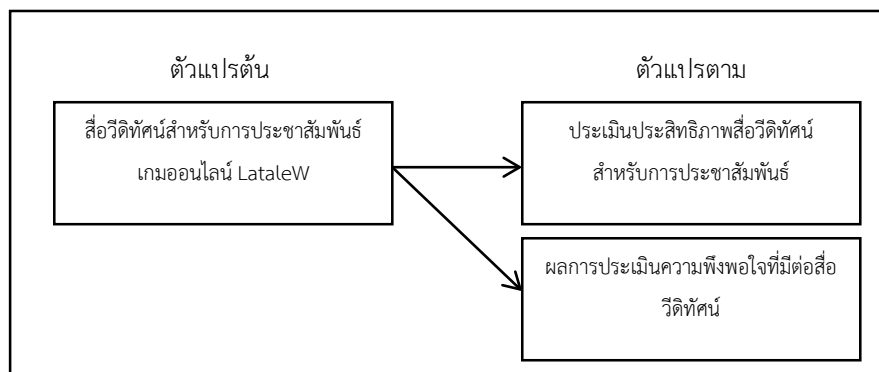
ประกาศทาง Facebook ของเกม LataleW ในการอัปเดตแต่ละครั้งก็จะมีแผนที่ใหม่ กิจกรรม หรือด่านเจี้ยนใหม่ จึงมีข้อมูลของเกมดังกล่าวน้อย จึงทำให้เกมยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ในกลุ่มนักเล่นเกมออนไลน์ หรือบุคคลทั่วไปที่ยังไม่รู้จักเกม LataleW

จากสาเหตุดังกล่าว ทางผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเรื่องการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ และให้ผู้เล่นเกมออนไลน์ได้รับความรู้และเข้าใจถึงข้อมูลและรายละเอียดภายในเกม LataleW มากขึ้น

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW
- 2.2 เพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้งานสื่อวีดิทัศน์ในการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW
- 2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW

3. กรอบแนวคิด



รูปที่ 1 กรอบแนวคิด

4. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1. แนวคิดเกี่ยวกับเกมออนไลน์

เกม คือ การที่ผู้เล่นอยู่ภายใต้เงื่อนไขการควบคุมและมีจุดเริ่มต้นและจุดจบที่ชัดเจนและมีเงื่อนไขที่จำกัดและอิสระ เกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะนำมาประยุกต์กับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะมีการเชื่อมต่อโดยผ่านการให้บริการของบริษัท 2 ผู้ดูแลเกมออนไลน์ซึ่งจะใช้ซอฟต์แวร์ในการประมวลผลและจะมีการรับส่งข้อมูลจากเซิร์ฟเวอร์ผู้ให้บริการเกมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา (ชลลดา บุญโท, 2554). พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีและผลกระทบจากเกมออนไลน์.

ประเภทของเกมออนไลน์

1) ประเภทเกมแอคชั่น (Action Game) เกมประเภทนี้มักได้รับความนิยมสูงในกลุ่มคนเล่นทั่วไป เนื่องจากเป็นเกมที่ต้องใช้การบังคับทิศทางและการกระทำของตัวละครเพื่อผ่านด่านต่างๆ

2) ประเภทเกมแนวภาษา หรือ สวมบทบาทของตัวละคร (RPG : Role-Playing Game) เกมประเภทนี้จะกำหนดตัวผู้เล่นให้อยู่ในโลกที่สมมติขึ้นและให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นตัวละครนั้นๆ เพื่อผจญภัยไปตามเนื้อเรื่องที่กำหนด

- 3) ประเภทเกมการยิง (Shooting Game) เกมประเภทนี้จะเน้นการยิงศัตรูเป็นหลักและทำการฝ่าฟันอุปสรรคเพื่อไปสู่ฉากต่อไปด้วยการยิงทำลายเป้าหมายภายในเกม ภายในเกมอาวุธส่วนที่ใช้จะสามารถยิงได้ เช่น ปืน ธนู เป็นต้น
- 4) ประเภทเกมผจญภัย (Adventure Game) เกมประเภทนี้จะเน้นเรื่องราวของเกม สิ่งสำคัญของเกมประเภทนี้คือการเปิดเผยเรื่องราวและเนื้อเรื่องของเกมนั้นๆ ทำให้ผู้เล่นติดตามและคล้อยตามและทำให้ผู้เล่นสนุกสนานกับการเล่น
- 5) ประเภทเกมต่อสู้ (Fighting Game) เกมประเภทนี้จะไม่มีการผ่านด่าน แต่จะเน้นการต่อสู้ตัวต่อตัวบางครั้งก็เป็นการต่อสู้แบบทีมโดยให้ทีมแต่ละทีมต่อสู้กันเพื่อหาทีมที่ชนะ
- 6) ประเภทเกมเสมือนจริง (Simulator Game) เป็นประเภทเกมที่จำลองสถานการณ์ต่างๆขึ้นมาเพื่อให้ผู้เล่นได้สวมบทบาทเป็นผู้ที่อยู่ในสถานการณ์นั้นๆ ทำให้ผู้เล่นคล้อยตามอินกับสถานการณ์ภายในเกม
- 7) ประเภทเกมกลยุทธ์การวางแผนรบ (Real Time Strategies game) เกมประเภทนี้มีแนวทางของตัวเองที่ชัดเจน คือเกมที่เน้นการควบคุมกองทัพ การวางแผนการรบ สามารถฝึกสมาธิและการวางแผนให้กับผู้เล่น
- 8) ประเภทเกมกีฬา (Sport Game) เป็นประเภทเกมที่จำลองการเล่นกีฬาชนิดต่างๆ ใช้กติกาหลักเหมือนกีฬาจริงและใช้ฝีมือของผู้เล่นเองในการเอาชนะ
- 9) ประเภทเกมแข่งความเร็ว (Racing Game) เป็นเกมประเภทที่จะจำลองสถานการณ์หลากหลายการแข่งขันความเร็วเช่นแข่งวิ่งเร็วเหนือมนุษย์ แข่งม้า แข่งรถ เป็นต้น
- 10) ประเภทเกมเข้าจังหวะ (Rhythm action game) จุดเด่นของเกมประเภทนี้คือเสียงดนตรีและแนวการเล่นที่ให้ผู้เล่นเกมกดปุ่มหรือเคาะจังหวะบนเครื่องควบคุม (ชนกฤต ดีพลกัณฑ์, 2556). การเปิดรับสื่อ พฤติกรรมและผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในกรุงเทพมหานคร.

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อวีดิทัศน์

สื่อวีดิทัศน์ หมายถึง การบันทึกภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงโดยสามารถถ่ายทอดภาพและเสียงที่บันทึกนั้นออกมาได้ทางเครื่องรับโทรทัศน์ หรือคอมพิวเตอร์ซึ่งมีประโยชน์ในการสามารถถ่ายทอดทั้งภาพ และเสียงออกมาได้คราวเดียวกันทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจและมีเจตคติที่ดีต่อการชม (ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวีดิทัศน์ แหล่งที่มา: www.krupiyadanai.wordpress.com)

5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 การวางแผนโครงการ (Planning)

มีการกำหนดปัญหาเกี่ยวกับเกมออนไลน์บนมือถือ LataleW เนื่องจากเกมออนไลน์ LataleW เป็นเกมออนไลน์ที่เพิ่งเปิดให้บริการได้ไม่นานมากนักจึงทำให้เกมออนไลน์ LataleW ยังไม่เป็นที่รู้จักต่อบุคคลทั่วไปที่เล่นเกมออนไลน์ ทางผู้จัดทำจึงได้มีการช่วยประชาสัมพันธ์ให้เกมออนไลน์ LataleW เป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW ผ่านช่องทาง Facebook และ Youtube

5.2 การวิเคราะห์ระบบ (Analysis)

การวิเคราะห์และค้นหาข้อมูลภายในเกมออนไลน์ LataleW เพื่อทำความเข้าใจต่อระบบภายในเกมและทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ค้นหามาได้มาตั้งหัวข้อที่จะใช้ในการทำสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW

5.3 การออกแบบระบบ (Design Phase)

5.3.1 ทำการออกแบบข้อมูลที่จะใช้ในการนำเสนอภายในสื่อ

1) บันทึกวีดิโอการเล่นด้วยโปรแกรมอัดหน้าจอ ทำการบันทึกวีดิโอการเล่นภายในเนื้อหาที่ต้องการใช้ในการนำเสนอข้อมูลภายในสื่อโดยใช้โปรแกรม Nox ในการเปิดเกม

2) ออกแบบรูปแบบการนำเสนอที่ใช้ภายในสื่อ ออกแบบรูปภาพ เสียงประกอบและเอฟเฟคที่จะใช้ในการนำเสนอภายในสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ในการตัดต่อรูปภาพ

3) จัดทำสื่อวีดิโอในแต่ละเนื้อหาที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ นำวีดิโอที่ได้จากการอัดหน้าจอมาตัดต่อและนำรูปแบบการนำเสนอที่จัดทำไว้มาใส่ภายในสื่อวีดิทัศน์และจัดทำสื่อในแต่ละเนื้อหา

5.4 การพัฒนาระบบ (Implementation Phase) การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW เป็นการนำวีดิโอการเล่น เกม ภาพประกอบ รูปภาพของตัวละคร ไอเทมภายในเกม มาใส่ไว้ในสื่อวีดิทัศน์เพื่อให้คนที่รับชมสามารถเข้าใจถึงเนื้อเรื่องที่ใช้ในการนำเสนอได้ง่ายขึ้น

5.5 การบำรุงรักษา (Maintenance) การผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW มีการแก้ไขข้อมูลให้เป็นข้อมูลใหม่ที่ถูกต้อง และบอกถึงข้อมูลต่างๆของเกมออนไลน์ LataleW

6. ผลและวิจารณ์

6.1 ผลจากการทำสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW ทำให้ได้สื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW

ตารางที่ 1 สื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW

เรื่อง	สื่อวีดิทัศน์
ต้นเจี้ยนทรัพย์ากร	
ต้นเจี้ยนรายวัน	

<p>ดันเจี้ยนแบบมัลติ</p>	
<p>หอคอยปีศาจ</p>	
<p>อาชีพภายในเกม</p>	

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผลจากการผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW มีทั้งหมด 5 เรื่อง ได้แก่ 1) มัลติดันเจี้ยน 2) ดันเจี้ยนรายวัน 3) หอคอยปีศาจ 4) ดันเจี้ยนทรัพยากร 5) อาชีพภายในเกม ภายในสื่อวีดิทัศน์จะเป็นการอธิบายเนื้อหาของแต่ละเรื่องเช่น อาชีพของตัวละครภายในเกม วิธีการเล่น เป็นต้น โดยการผลิตสื่อวีดิทัศน์ผู้วิจัยได้นำเอาสื่อวีดิทัศน์มาจัดทำเป็นสื่อสั้นๆเพื่อนำเสนอ การอธิบาย หรือการทำตามวัตถุประสงค์ของผลผลิตสอดคล้องกับแนวคิดของ พงศ์ศักดิ์ บัวจะมะ(2555) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมความมีจิตสาธารณะของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และในการจัดทำสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยได้ทำการร่างแนวโครงการร่างขึ้นมาเพื่อให้สื่อกระจำชัดเกี่ยวกับการลำดับเหตุการณ์สอดคล้องกับแนวคิดของ ปิติมนัส บรรลือ (2553) ทำการวิจัยเรื่อง โครงการวิจัยและพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ปลูกจิตสำนึกรักบ้านเกิด ชุมชนตลาดเก่าศาลายา และในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ผู้วิจัยได้ทำการจัดทำเสียงประกอบที่ใช้ในสื่อวีดิทัศน์เพื่อให้ผู้รับชมเกิดอารมณ์คล้อยตาม เกิดความตื่นเต้นเร้าใจ ปลอดภัยเกิดอารมณ์หลากหลายตามที่มีผู้ผลิตสื่อต้องการสอดคล้องกับแนวคิดของ ถาวร สายสืบ ทำการศึกษาเกี่ยวกับเสียงสำหรับวีดิทัศน์

6.2 ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์สำหรับประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LateleW

โดยผู้วิจัยได้ผลิตสื่อวีดิทัศน์ สำหรับประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LateleW ทั้งหมด 2 เรื่อง แล้วนำไปเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ 2 ช่องทาง คือ Facebook และ Youtube เพื่อทำการเก็บข้อมูลของผู้เข้าชมข้อมูลของสื่อวีดิทัศน์ดังกล่าว

ตารางที่ 2 ผลการวัดประสิทธิภาพจากการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก

ชื่อเรื่องของสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการเผยแพร่	ยอดรับชม
ต้นเจียนแบบมัลติ	1.2 พันครั้ง
ต้นเจียนรายวัน	1.2 พันครั้ง
หอคอยปีศาจ	1.2 พันครั้ง
ต้นเจียนทรัพย์ากร	1.2 พันครั้ง
อาชีพอายในเกม	1.9 พันครั้ง

จากการวัดประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LateleW ทั้ง 5 เนื้อหาภายในช่องทางเฟซบุ๊ก สามารถสรุปได้ดังนี้ เนื้อหา อาชีพอายในเกม มียอดจากการรับชมมากที่สุดจากการเผยแพร่ภายในช่องทางเฟซบุ๊กมี ยอดรับชม 1,900 ครั้ง โดยการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้เฟซบุ๊กพบว่าส่วนใหญ่บุคคลทั่วไปใช้งานเฟซบุ๊ก 7 วันต่อสัปดาห์และมีการใช้งานมากกว่า 10 ครั้งต่อวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตฤณรัช วงษ์ประเสริฐ (2559) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร

ผลการวัดประสิทธิภาพจากการเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LateleW ภายในยูทูป

ตารางที่ 3 ผลการวัดประสิทธิภาพจากการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางยูทูป

ชื่อเรื่องของสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการเผยแพร่	ยอดรับชม
ต้นเจียนแบบมัลติ	1,150 ครั้ง
ต้นเจียนรายวัน	1,060 ครั้ง
หอคอยปีศาจ	1,182 ครั้ง
ต้นเจียนทรัพย์ากร	1,099 ครั้ง
อาชีพอายในเกม	1,203 ครั้ง

จากการวัดประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LateleW ทั้ง 5 เนื้อหาภายในช่องทางยูทูป สามารถสรุปได้ดังนี้ เนื้อหาอาชีพอายในเกม มียอดจากการรับชมมากที่สุดจากการเผยแพร่ภายในช่องทางยูทูป มียอดผู้ชม 1,203 ครั้ง รองลงมาคือเนื้อหาหอคอยปีศาจ มียอดผู้ชม 1,182 ครั้ง เนื้อหาด้านเจียนแบบมัลติ มียอดผู้ชม 1,150 ครั้ง เนื้อหาด้านเจียนทรัพย์ากร มียอดผู้ชม 1,099 ครั้ง และเนื้อหาด้านเจียนรายวัน มียอดผู้ชม 1,060 ครั้งตามลำดับ โดยการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ยูทูปพบว่า ส่วนใหญ่บุคคลทั่วไปมีการใช้งานยูทูปมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยการใช้งานแต่ละครั้งเป็นระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา เชียงทอง (2556) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกเปิดรับข้อมูลจากสื่อดนตรีบนเว็บไซต์ยูทูปของนักศึกษา วิทยาลัยดุริยางคศิลป์

6.3 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีวิธีประเมินด้วยการใช้เครื่องมือ คือ ประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แบ่งเป็นบุคลากรที่เล่นเกมออนไลน์ 400 คน และนำผลลัพธ์มาวัดค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยมีผลการประเมินดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.2 ที่มีอายุ 21-30ปี คิดเป็นร้อยละ 37.2 ส่วนมากมีอาชีพเป็น นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 45 และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.8 โดยมีรายได้อยู่ที่น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.8

ตารางที่ 4 รายการประเมินผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการออกแบบสื่อ			
การออกแบบข้อมูลภายในสื่อวีดิทัศน์มีความถูกต้อง	4.38	0.70	มาก
การออกแบบข้อมูลภายในสื่อวีดิทัศน์มีความน่าสนใจ	4.31	0.61	มาก
การออกแบบข้อมูลภายในสื่อวีดิทัศน์สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.14	0.71	มาก
การออกแบบข้อมูลภายในสื่อวีดิทัศน์มีความสมบูรณ์ครบถ้วน	4.04	0.74	มาก
การออกแบบขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม อ่านง่ายและชัดเจน	4.14	0.71	มาก
การจัดองค์ประกอบรูปภาพประกอบมีความเหมาะสม	4.20	0.65	มาก
การออกแบบสีภายในสื่อมีความสดใส สวยงาม	4.25	0.69	มาก
รวม	4.21	0.69	มาก
ด้านเนื้อหาของสื่อ			
เนื้อหาที่ใช้อธิบายหัวข้อ "อาชีพภายในเกมออนไลน์ LataleW" มีความถูกต้องและสามารถเข้าใจได้ง่าย	4.20	0.66	มาก
รูปแบบวิดีโอที่ใช้นำเสนอในเนื้อหา "ดันเจี้ยนแบบมัลติ" ใช้ความเร็วของวิดีโอในการนำเสนอที่เหมาะสม	4.33	0.67	มาก
รูปแบบรูปภาพที่ใช้ในการนำเสนอเป็นแอนิเมชันในส่วนเนื้อหาของเนื้อหา "ดันเจี้ยนแบบมัลติ" มีความน่าสนใจ	4.20	0.74	มาก
ความยาวของสื่อในแต่ละเนื้อหามีความเหมาะสม	4.11	0.69	มาก
รวม	4.21	0.69	มาก
ด้านการใช้งานสื่อ			
หลังจากทำการเผยแพร่สื่อแล้วสามารถเข้าใจในระบบเกมมากยิ่งขึ้น	4.21	0.63	มาก
การเข้าชมสื่อสามารถเข้าชมได้ง่ายไม่ซับซ้อน	4.38	0.64	มาก
สื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถบอกข้อมูลได้อย่างถูกต้อง	4.31	0.68	มาก
รวม	4.30	0.65	มาก
ด้านสื่อการนำเสนอ			
ดนตรีประกอบภายในสื่อมีความน่าสนใจ	4.30	0.62	มาก
รูปภาพประกอบภายในสื่อวีดิทัศน์สามารถสื่อถึงข้อมูลที่ใช้นำเสนอได้อย่างชัดเจน	4.39	0.59	มาก
ข้อความที่ใช้มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.34	0.69	มาก
สีของตัวอักษรข้อความมองเห็นได้ชัดเจน	4.25	0.69	มาก
สื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์มีความคมชัด	4.26	0.64	มาก
รวม	4.31	0.65	มาก

จากการสรุปผลจากการประเมินความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับชมสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เกมออนไลน์ LataleW ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมมีความพึงพอใจระดับมาก แบ่งเป็น

1) ด้านการออกแบบสื่อ ในภาพรวมมีผลการออกแบบข้อมูลภายในสื่อวีดิทัศน์มีความถูกต้อง โดยในการผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยได้ทำให้สื่อวีดิทัศน์มีความชัดเจนและถูกต้องเพื่อให้ผู้ที่รับชมสื่อวีดิทัศน์มีความเข้าใจในเนื้อหาที่ผู้ผลิตสื่อต้องการที่จะอธิบายสอดคล้องกับงานวิจัยของนายสุริยา เทพิน (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์วิชาแกะสลักเชิงธุรกิจเพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

2) ด้านเนื้อหาของสื่อ ในภาพรวมรูปแบบวิดีโอที่ใช้นำเสนอในเนื้อหา "ต้นเจียนแบบมัลติ" ใช้ความเร็วของวิดีโอในการนำเสนอที่เหมาะสม ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยได้จัดทำให้สื่อมีระยะเวลาในการนำเสนอที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้ที่รับชมเข้าใจเนื้อหาของสื่อในเวลาที่เหมาะสมสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมัคร อยู่ล่อง ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาวีดิทัศน์เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เรื่องการเป็นผู้ดำเนินรายการและวิทยากรรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม

3) ด้านการใช้งานสื่อ ในภาพรวม การเข้าชมสื่อสามารถเข้าชมได้ง่ายไม่ซับซ้อน โดยในการผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยได้ผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อให้ผู้รับชมสามารถเข้าถึง และมีความเข้าใจในสื่อวีดิทัศน์ได้ง่ายสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขญา บุญพิพัฒน์ (2560) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ส่วนประสมการตลาด รายวิชาการขายเบื้องต้น 1 สำหรับนักเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

4) ด้านสื่อการนำเสนอ ในภาพรวม รูปภาพประกอบภายในสื่อวีดิทัศน์สามารถสื่อถึงข้อมูลที่ใช้นำเสนอได้อย่างชัดเจน โดยการจัดทำสื่อวีดิทัศน์ผู้วิจัยได้นำสื่อรูปภาพมาใช้เป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมายเพื่อให้ผู้รับชมเข้าถึงเนื้อหาได้ง่ายยิ่งขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาศิรา ราชเวียง (2561) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ในการบรรยายด้านจิตใจของชาวมุสลิมจากสถานการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

7. สรุปผล

การผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW ผู้วิจัยดำเนินงานตามวงจรพัฒนาระบบ (SDLC) มาเป็นแนวทางในการผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งการวัดประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ โดยสื่อวีดิทัศน์ที่ได้มีทั้งหมด 5 เรื่อง ได้แก่ 1) มัลติต้นเจียน 2) ต้นเจียนรายวัน 3) หอคอยปีศาจ 4) ต้นเจียนทรัพยากร 5) อาชีพภายในเกม การวัดประสิทธิภาพโดยการเผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook และ YouTube เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW ให้ได้รับความนิยมน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยมีการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าสื่อวีดิทัศน์สำหรับการประชาสัมพันธ์เกมออนไลน์ LataleW ได้รับความสนใจและมีการเข้าชม ส่งผลทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์ได้รู้จักและเข้าใจในข้อมูลต่างๆมากขึ้น

8. เอกสารอ้างอิง

กฤตนิยม แซ่อึ้ง. นรินทร์ รมณ์ชิต. พงศ์ศักดิ์ แก้วประทีป. วิทวัส กองจันทร์. วีรวุฒิ นาคนวนล. สหรัฐ บัตรพิมาย. 2559.

การศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

ชลลดา บุญโท. 2554. พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีและผลกระทบจากเกมออนไลน์. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ชลธิชา เชียงทอง. 2556. พฤติกรรมการเลือกเปิดรับข้อมูลจากสื่อออนไลน์บนเว็บไซต์ยูทูปของนักศึกษา

วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม 2556, หน้า 46.

ฐานิดา ทองมาแก้ว, อมรรัตน์ ช่วยศรี, รัชฎิณี จิณา, อัจฉาพร กว้างสวาสดี และ นพดล สายคติกรณ์. 2560. การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ แยกเบ้เที่ยวป่าละอู ด้วยสื่ออินโฟกราฟิก. การประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียนครั้งที่ 5 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ตฤณ ธวัช วงษ์ประเสริฐ. 2559. ทศนคติและพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการนิเทศศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธนภฤต ดีพลภักดิ์. 2556. การเปิดรับสื่อ พฤติกรรม และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG (Massive Multiplayer Online Role-Playing Game) ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.

ปิยะดนัย วิเคียน. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวิดิทัศน์. แหล่งที่มา: www.krupiyadanai.wordpress.com (สืบค้นวันที่ 2 มีนาคม 2562)

พงศศักดิ์ บัวจะมะ. 2555. ทำการพัฒนาวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมความมีจิตสาธารณะของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สุกัญญา เล็กจินดา, รัชนิกร สุขสามแก้ว, อัจฉาพร กว้างสวาสดีและ นพดล สายคติกรณ์. 2560. การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการค้นหาสำหรับประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชนป่าละอู. การประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียนครั้งที่ 5 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สุชญา บุญพิพัฒน์. 2560. การพัฒนาสื่อวิดิทัศน์ เรื่อง ส่วนประสมการตลาด รายวิชาการขายเบื้องต้น 1 สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์.

สุรียา เทพิน. 2558. การพัฒนาสื่อวิดิทัศน์วิชาแกะสลักเชิงธุรกิจเพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

อาศิรา ราชเวียง. 2561. คุณภาพของสื่อวิดิทัศน์ในการเยียวยาจิตใจของชาวมุสลิมจากสถานการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 1, หน้า 219-227.

อิศราวุฒิ กิจเจริญ. 2559. กลยุทธ์การสื่อสารช่อง Gutumdai เพื่อสร้างรายได้ผ่านเว็บไซต์ Youtube ในรูปแบบรายการโทรทัศน์. Journal of Communication and Management NIDA. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2, หน้า 56-64

Achaporn Kwangsawad, Kannika Boonkasem, Aungkana Jantamas and Bundit Anuyahong.(2018).

Satisfaction of Website visitors about Mushrooms products website in community enterprise at Prachupkirikhan Province. Proceeding The 11th International conference on Educational Research: 8-9 September 2018,Fuculy of Education, Khon Kaen University, Thailand.