

การผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้ จากแคคตัส

Production of Motion Graphic Video Media to Provide Knowledge about Income Generation from Cactus

นริศรา ไม้เรียง¹ และ อุไรวรรณ ชานูชลยุทธ²

Naridsara Mairieng¹, and Uraiwan Chanchonyut²

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Thailand

E-mail: naridsara_ma@rmutto.ac.th¹, uraiwan_ch@rmutto.ac.th²

Received April 8 2025; Revised May 8, 2025; Accepted May 30, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของกระบวนการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส 2) ประเมินประสิทธิภาพของการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส 3) ศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากร ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยการนำเสนอในรูปแบบของตารางและบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทส่วนมากมีความรู้ปานกลางเกี่ยวกับแคคตัส และต้องการเริ่มต้นธุรกิจ การสร้างรายได้จากแคคตัส การวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับความคิดเห็นของกระบวนการผลิตสื่อเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก คิดว่าความสามารถของสื่อในการช่วยให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการสร้างรายได้ 2) การประเมินประสิทธิภาพของสื่อในการให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส กลุ่มตัวอย่างส่วนมากคิดว่า ความสามารถของสื่อในการกระตุ้นความสนใจของผู้ชม 3) ความพึงพอใจจากการชมสื่อเพื่อให้ความรู้เรื่องการสร้างรายได้จากแคคตัส กลุ่มตัวอย่างส่วนมากคิดว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากต่อสื่อที่ผลิต

คำสำคัญ: การผลิตสื่อ; โมชันกราฟิก; การสร้างรายได้; แคคตัส

Abstract

This article aimed to (1) study opinions on the production of motion graphic video media to provide knowledge about income generation from cactus. (2) Evaluate the effectiveness of motion graphic video media to provide knowledge about income generating from cactus, and (3) study the satisfaction of viewers after watching the motion graphic video media to provide knowledge about income generating from cactus. These objectives were derived from a review of the relevant literature and research. Data were collected from a sample group. This research used a quantitative approach. The sample group consisted of 400 people living in Bangkok, selected through a convenience sampling method. The research tool was a questionnaire. The data were analyzed using computer software, with statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results are presented in tables and described in narrative form.

The research results were found as follows: 1. Most participants were female, aged 21–30, and worked in private companies. They had a moderate level of knowledge about cacti and were interested in starting a cactus-related business. Most participants agreed that the video helped them better understand the process of generating income from cactus. 2. Regarding the effectiveness of the media, most participants felt that the video was able to attract and keep their attention. 3. For overall satisfaction, most participants reported a high level of satisfaction with the motion graphic video.

Keywords: production; motion graphic; income; cactus

บทนำ

ในปัจจุบัน ปัญหาการว่างงานเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัวหรือเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงิน การว่างงานไม่เพียงแต่ทำให้บุคคลขาดรายได้เท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของครอบครัว และอาจนำไปสู่ปัญหาทางสังคมอื่นๆ ได้ ดังนั้น การทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการว่างงาน ตลอดจนแนวทางในการแก้ไขปัญหา จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันในการจัดการ

การว่างงาน หมายถึง ภาวะที่บุคคลในวัยแรงงานซึ่งมีความพร้อมในการทำงาน ไม่สามารถหางานทำได้ หรืออยู่ระหว่างรอเปลี่ยนงานใหม่ ทั้งนี้ บุคคลที่อยู่ในวัยแรงงานจะถูกพิจารณาตั้งแต่อายุ 15 ปี ขึ้นไป (ตามมาตรฐานสากล) ในขณะที่บุคคลที่ไม่ถือว่าอยู่ในวัยแรงงาน ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา

นักบวช ผู้ที่เกษียณอายุ ผู้พิการที่ไม่สามารถทำงานได้ และผู้ที่ทำงานบ้านโดยไม่ได้รับค่าตอบแทน ขนาดของกลุ่มวัยแรงงานจึงมีจำนวนที่น้อยกว่าจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศ เนื่องจากยังมีประชากรกลุ่มอื่นที่ไม่รวมอยู่ในวัยแรงงาน (Department of Internal Trade, 2022)

ผลกระทบของการว่างงาน การว่างงานส่งผลกระทบต่อหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นสุขภาพจิต เศรษฐกิจ และสังคม ดังนี้: ผลกระทบทางด้านจิตใจและสุขภาพผู้ที่เคยมีงานทำและเกิดภาวะว่างงาน อาจรู้สึกเครียด วิตกกังวล และเกิดอาการซึมเศร้า ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาสุขภาพกายและใจได้ (National Statistical Office, 2022) ผลกระทบต่อครอบครัวและเศรษฐกิจการว่างงานอาจทำให้รายได้ของครอบครัวลดลง ส่งผลให้การใช้จ่ายในครัวเรือนไม่เพียงพอ และอาจนำไปสู่ปัญหาความยากจนในระดับครัวเรือนและระดับประเทศ ผลกระทบต่อสังคมและอาชญากรรมเมื่อคนว่างงานเป็นเวลานาน อาจเกิดปัญหาการกระทำผิดกฎหมาย เช่น การลักทรัพย์ หรือการก่ออาชญากรรม เพื่อให้ตนเองสามารถดำรงชีวิตอยู่รอด (World Bank, 2022)

แนวทางการแก้ไขปัญหาการว่างงาน ในปัจจุบัน แนวทางหนึ่งที่ได้รับการยอมรับในการลดปัญหาการว่างงาน คือ การสร้างรายได้เสริมผ่านอาชีพอิสระ เช่น การค้าขายออนไลน์ การประกอบธุรกิจส่วนตัว รวมถึงการเพาะปลูกและจำหน่ายต้นไม้เศรษฐกิจ เช่น แคคตัส การค้าขายแคคตัส: หนทางหนึ่งในการสร้างรายได้ แคคตัสเป็นพืชที่ได้รับความนิยมสูง เนื่องจากมีต้นทุนการปลูกต่ำ ดูแลรักษาง่าย และสามารถทำกำไรได้ดี การปลูกและจำหน่ายแคคตัสสามารถเริ่มต้นได้โดยไม่จำเป็นต้องมีโรงเรือนขนาดใหญ่ วัสดุที่ใช้ปลูก เช่น กระถาง กากมะพร้าว หินภูเขาไฟ และหินกรวด มีต้นทุนอยู่ที่ประมาณ 50% ของราคาขาย (Seenakluan, 2023) ศักยภาพของธุรกิจแคคตัส ผลสำรวจพบว่า ธุรกิจแคคตัสสามารถทำกำไรได้ดีในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันวาเลนไทน์ เป็นต้น โดยเฉพาะสายพันธุ์ที่หายากและมีความสวยงาม สามารถขายได้ในราคาสูงถึง 4,000 บาทต่อต้น นอกจากนี้ หากมีการตลาดที่ดี การขายแคคตัสสามารถสร้างรายได้มากถึง 100,000 บาทต่อเดือน (Seenakluan, 2023)

การว่างงานเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลต่อทั้งบุคคล ครอบครัว และสังคม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทักษะและมองหาโอกาสใหม่ๆ เช่น การค้าขายออนไลน์ หรือการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจ อาจเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้เสริม หรือแม้แต่กลายเป็นอาชีพหลักได้ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพเสริมสามารถเข้าถึงได้ง่ายและเข้าใจมากขึ้น การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และโมชันกราฟิกจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ โดยสามารถช่วยให้ผู้ที่สนใจศึกษาวิธีการทำอาชีพค้าขายแคคตัสได้เข้าใจแนวทางและกระบวนการต่างๆ ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ที่กำลังเผชิญปัญหาการว่างงานสามารถนำความรู้ไปต่อยอดเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกระบวนการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม การผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องใน 3 หัวข้อหลัก ได้แก่

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นจากเดิม และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทำให้เกิดการพัฒนาลิขสิทธิ์ การจัดจำหน่าย การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีผลทำให้ตั้งราคาได้สูงขึ้น ถือเป็นความพยายามในการพัฒนาลิขสิทธิ์ด้านต่างๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ในด้านการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหวังของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับ ดังนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์จึงเป็นสิ่งจำเป็น ผู้ผลิตแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนา และยกระดับคุณลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า เครื่องมือที่จะช่วยให้กลุ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์สามารถอยู่รอด และเติบโตได้ ต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเหนือคู่แข่ง นั่นก็คือการดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพึงพอใจ (Pitjatturat et al., 2021)

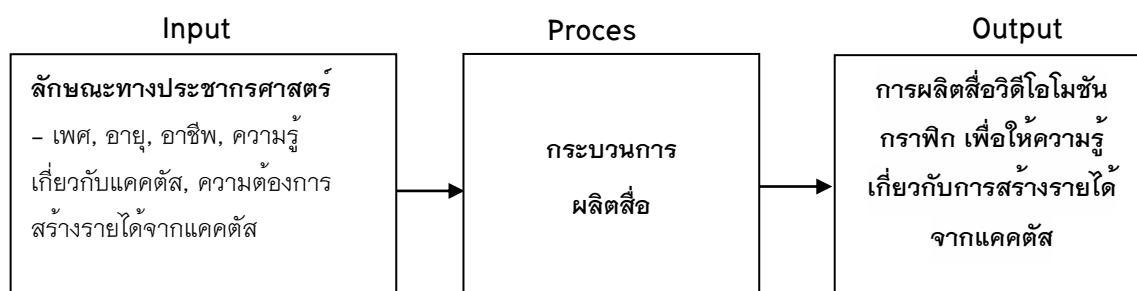
การใช้สื่อวิดีโอในเชิงธุรกิจออนไลน์ วิดีโอถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในยุคดิจิทัล (Chen et al., 2020) ระบุว่า วิดีโอที่สื่อสารเรื่องราวของแบรนด์อย่างชัดเจน สามารถกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้มากถึง 85% ของผู้ชม โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและคนทำงานที่มีเวลาในการเสพสื่อจำกัด สำหรับในประเทศไทย (Senawong, 2021) กล่าวว่า สื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารสองทาง การเข้าถึงในวงกว้างสื่อออนไลน์เป็นสื่อใหม่ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง เพราะมีการปฏิสัมพันธ์กับสารและเผยแพร่ต่อได้ เชื่อมโยงข้อมูลได้จำนวนมาก ข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์มีลักษณะแยกชิ้นส่วน หากผู้รับสารไม่เข้าใจและไม่สามารถประกอบรวมได้ อาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดได้ แต่ถ้าประกอบรวมได้จะมีประโยชน์ในการสื่อสารที่รอบด้าน สื่อออนไลน์เอื้อต่อการสร้างชุมชน ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม โดยเฉพาะการรวมกลุ่มความคิดเห็นนำไปสู่การหลอมทัศนคติและพฤติกรรมกลุ่ม

บทบาทของโมชั่นกราฟิกในการตลาดดิจิทัล มーションกราฟิก (Motion Graphic) คือการนำเสนอข้อมูลหรือเนื้อหาในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสามารถสร้างความสนใจและเข้าใจง่ายกว่าวิดีโอทั่วไป โดยเฉพาะเมื่อใช้กับข้อมูลที่ซับซ้อนหรือสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Lupton, 2014) กล่าวว่าการใช้โมชั่นกราฟิกในวิดีโอสามารถดึงดูดความสนใจผู้ชมได้ภายใน 3 วินาทีแรก ซึ่งเป็นช่วงเวลาสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ส่วนในบริบทประเทศไทย

สรุปการทบทวนวรรณกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจ (Pongnarin et al., 2021) ขณะเดียวกัน การใช้สื่อวิดีโอในเชิงธุรกิจออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากสามารถสื่อสารเรื่องราวของแบรนด์ได้อย่างชัดเจนและมีพลังในการจูงใจกลุ่มเป้าหมาย ตามที่ Chen et al. (2020), and Senawong (2021) ได้กล่าวไว้ โดยเฉพาะเมื่อใช้ร่วมกับโมชั่นกราฟิก ซึ่งมีบทบาทในการนำเสนอข้อมูลที่ซับซ้อนให้น่าสนใจและเข้าใจง่ายภายในเวลาสั้นๆ (Lupton, 2014) ส่งผลให้การใช้โมชั่นกราฟิกกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในยุคการตลาดดิจิทัล

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การผลิตสื่อวิดีโอโมชั่นกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคตตาล็อก มีกรอบแนวคิดในการทำงานวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการดำเนินการ ตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตสื่อวิดีโอโมชั่นกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคตตาล็อก โดยผู้วิจัยมีกระบวนการวางแผนขั้นตอนการผลิตสื่อ ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

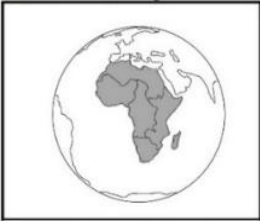
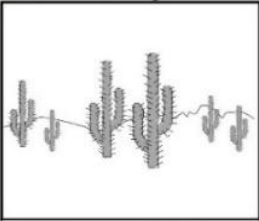
1.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production)

การรวบรวมข้อมูล (Analysis) เป็นกระบวนการค้นคว้าและรวบรวมโครงเรื่องทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายของการผลิตสื่อวิดีโอทัศน์โมชั่นกราฟิก กลยุทธ์สร้างรายได้จากแคตตาล็อก

ผ่านสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อกำหนดแนวทางเนื้อหาที่เหมาะสม รวมถึงเลือกใช้เทคนิคโมชันกราฟิกที่สามารถช่วยให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายที่สุด นอกจากนี้ ผู้จัดทำโครงการยังได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญทั้งในด้านข้อมูลและด้านเทคนิค เพื่อให้เนื้อหา มีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพสูงสุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและพัฒนาเป็นบท ในขั้นตอนนี้ ผู้จัดทำวิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าผ่านอินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ และบทความที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นบทที่สมบูรณ์ นอกจากนี้ ยังได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลเพื่อปรับปรุงเนื้อหาให้มีความครบถ้วน ถูกต้อง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการมากที่สุด

การจัดทำบทภาพ (Storyboard) เป็นขั้นตอนในการอำนวยความสะดวกในการถ่ายทำและการลำดับของภาพ เพื่อให้สามารถ เข้าใจได้ง่าย ในส่วนขั้นตอนนี้จะเป็นการคิดมุกกล้อง และการจัดรูปแบบองค์ประกอบของภาพ

Shot:	Framing:	Shot:	Framing:	Shot:	Framing:
					
Duration: _____ Shot size: _____ Angle: _____ Transition: _____ Audio 1: _____ Audio 2: _____	Duration: _____ Shot size: _____ Angle: _____ Transition: _____ Audio 1: _____ Audio 2: _____	Duration: _____ Shot size: _____ Angle: _____ Transition: _____ Audio 1: _____ Audio 2: _____			
					
Duration: _____ Shot size: _____ Angle: _____ Transition: _____ Audio 1: _____ Audio 2: _____	Duration: _____ Shot size: _____ Angle: _____ Transition: _____ Audio 1: _____ Audio 2: _____	Duration: _____ Shot size: _____ Angle: _____ Transition: _____ Audio 1: _____ Audio 2: _____			

ภาพที่ 2 ภาพวาด storyboard ออกแบบโดยใช้โปรแกรมกราฟิก

1.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

ขั้นตอนการถ่ายทำเริ่มจากการจัดเตรียมสถานที่ เรื่องลำดับภาพจากการที่ได้คิดกันไว้จากการจัดทำสตอรี่บอร์ด



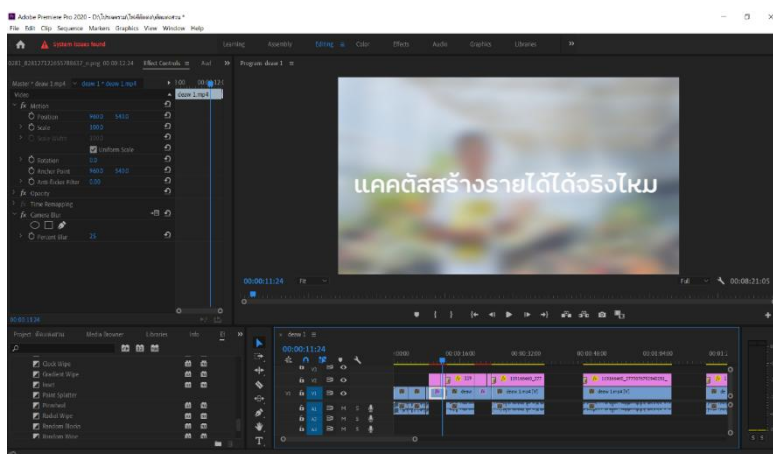
ภาพที่ 3 ภาพการถ่ายทำ

ตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม ภาษาที่ใช้ และความสมบูรณ์ของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูล จากนั้นจึงนำไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

การสำรวจสถานที่ถ่ายทำ (Location) เป็นขั้นตอนในการสำรวจสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำ โดยการถ่ายทำนั้นมีทีมงานผู้ดูแลและจัดทำสื่อ ได้แก่ ว่าที่ร้อยตรีพนิตย์ ทองดี, นายศตายุ มีเหม้ง, นายณพดล พิชัยสมประสงค์ และ นายณัฐวุฒิ วนกิจรุ่งเรือง นอกจากนี้ทางผู้ผลิตสื่อได้ทำการขอความอนุเคราะห์จากสวนเดียวแควดส์ (สถานที่ตั้ง 166/11 หมู่ 1, ถนนสุขสวัสดิ์ 86, ตำบลปากคลองบางปลากด, อำเภอพระสมุทรเจดีย์, จังหวัดสมุทรปราการ 10290) ซึ่งเป็นสวนที่เพาะเลี้ยงแคคตัสและขายส่งออก อีกทั้งยังได้สำรวจว่าสถานที่นั้นเหมาะแก่การถ่ายทำหรือไม่ พร้อมขอคำแนะนำเพิ่มเติมจากเจ้าของสวนแคคตัส

1.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post production)

การประกอบภาพรวม (composition) เป็นขั้นตอนหลังจากการที่ได้ทำการถ่ายทำเสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการ นำภาพและเสียงที่ได้เตรียมเอาไว้มาประกอบกันในโปรแกรมตัดต่อสำเร็จรูป



ภาพที่ 4 ภาพการตัดต่อหลังการถ่ายทำโดยการนำภาพและเสียงนำมารวมกัน

การจัดทำโมชันกราฟิก (Motion graphic) เป็นขั้นตอนในการนำกราฟิกต่างๆ ที่ได้เตรียมไว้นามาช่วยให้สวยงาม โดยยึดตามหลักของสตอรี่บอร์ดที่ได้เตรียมไว้ข้างต้น

เสียงพากย์บรรยายและเพลงประกอบ ทางผู้จัดทำโครงการได้ทำการคัดเลือกเสียงพากย์และเพลงประกอบให้เข้ากับเนื้อหาที่ได้จัดทำขึ้นรวมถึงเสียงเอฟเฟคประกอบ เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจมากขึ้นโดยดูจากเนื้อหาที่ต้องการให้ผู้รับชมสับสนใจสิ่งเหล่านี้เป็นพิเศษ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

จากผลการศึกษาข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 ขณะที่ เพศชาย มีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมีความสนใจ ในสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกเกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัสมากกว่าผู้ชาย และทางด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ขณะที่กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกนี้เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีความสนใจในการสร้างรายได้จากแคคตัส นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัยประกอบด้วย พนักงานบริษัทมากที่สุด มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการและอาชีพอิสระ มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่มีอาชีพหลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มที่สนใจทำธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับแคคตัส

ระดับความรู้เกี่ยวกับแคคตัส	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความรู้	40	10.00
มีความรู้เล็กน้อย	120	30.00
มีความรู้ปานกลาง	150	37.50
มีความรู้มาก	90	22.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ความรู้ปานกลางเกี่ยวกับแคคตัส มีจำนวน 150 คนคิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา คือ มีความรู้เล็กน้อย มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และมีความรู้มาก มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ในขณะที่มีเพียงจำนวน 40 คน ที่ไม่มีความรู้

คิดเป็นร้อยละ 10.00 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ที่สนใจศึกษาสื่อวีดิโอโมชันกราฟิกนี้ส่วนใหญ่มักมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแคคตัสอยู่แล้ว

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการสร้างรายได้จากแคคตัส

ความต้องการสร้างรายได้จากแคคตัส	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการเริ่มต้นธุรกิจ	160	40.00
ต้องการขยายธุรกิจ	120	30.00
สนใจศึกษาเป็นความรู้ทั่วไป	120	30.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการเริ่มต้นธุรกิจเกี่ยวกับแคคตัส มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ต้องการขยายธุรกิจและ สนใจศึกษาเป็นความรู้ทั่วไป มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อวีดิโอโมชันกราฟิกนี้ มีโอกาสในการช่วยให้ผู้ที่สนใจเริ่มต้นและขยายธุรกิจแคคตัสได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของกระบวนการผลิตสื่อวีดิโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เรื่องการสร้างรายได้จากแคคตัส

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1

หัวข้อการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ความครบถ้วนของกระบวนการผลิตสื่อวีดิโอโมชันกราฟิก	4.35	0.67	มาก
2. ความเหมาะสมของเนื้อหากับแนวทางการสร้างรายได้จากแคคตัส	4.40	0.65	มาก
3. ความชัดเจนของโครงเรื่องและลำดับเนื้อหา	4.38	0.64	มาก
4. ความเหมาะสมของเทคนิคโมชันกราฟิกที่ใช้	4.30	0.69	มาก
5. ความสามารถของสื่อในการช่วยให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการสร้างรายได้	4.42	0.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37	0.65	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของกระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิก ได้รับการประเมินในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.65) โดยหัวข้อที่ได้รับคะแนนสูงสุด คือ ความสามารถของสื่อในการช่วยให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการสร้างรายได้ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.62) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อสามารถถ่ายทอดสาระสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความเหมาะสมของเทคนิคโมชันกราฟิกที่ใช้ ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.69) ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด แสดงให้เห็นว่าควรมีการพัฒนาและปรับปรุงเทคนิคเพิ่มเติมเพื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2

หัวข้อการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ความน่าสนใจขององค์ประกอบกราฟิกและเสียง	4.45	0.62	มาก
2. ความสามารถของสื่อในการกระตุ้นความสนใจของผู้ชม	4.50	0.60	มากที่สุด
3. ความเข้าใจง่ายของข้อมูลที่นำเสนอ	4.42	0.61	มาก
4. ความเหมาะสมของระยะเวลาและความกระชับของเนื้อหา	4.38	0.66	มาก
5. ความสามารถของสื่อในการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการนำไปใช้จริง	4.40	0.64	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43	0.63	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก ได้รับการประเมินในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.63) โดยหัวข้อที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ ความสามารถของสื่อในการกระตุ้นความสนใจของผู้ชม ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.60) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ดีด้านความเข้าใจง่ายของข้อมูลที่นำเสนอ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.61) และความสามารถของสื่อในการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการนำไปใช้จริง ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.64) ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง แสดงว่าสื่อสามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3

หัวข้อการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของสื่อวิดีโอในการเป็นแนวทางสร้างรายได้จากแคคตัส	4.40	0.65	มาก
2. ความสามารถของสื่อในการเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจแคคตัส	4.42	0.63	มาก
3. ความสามารถของสื่อในการเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขายออนไลน์	4.38	0.66	มาก
4. การนำไปใช้จริงของสื่อในธุรกิจแคคตัส	4.35	0.67	มาก
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อสื่อวิดีโอ	4.50	0.61	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.41	0.64	มาก

จากตารางที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจจากการรับชมสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส ได้รับการประเมินในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.64) โดยหัวข้อที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ ความพึงพอใจโดยรวมต่อสื่อวิดีโอ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.61) ซึ่งสะท้อนว่าผู้ชมมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและการนำเสนอ ด้านความสามารถของสื่อในการเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจแคคตัส ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.63) และความสามารถของสื่อในการเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขายออนไลน์ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.66) ได้รับคะแนนเฉลี่ยในระดับสูง แสดงให้เห็นว่ามีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสนับสนุนการขายและการตลาด การนำไปใช้จริงของสื่อในธุรกิจแคคตัส ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.67) ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุด แม้ว่าจะยังอยู่ในระดับมาก แต่แสดงให้เห็นว่าควรมีแนวทางเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการนำสื่อไปประยุกต์ใช้จริงในเชิงธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกระบวนการผลิตสื่อวิดีโอ โมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส พบว่า ความคิดเห็นของกระบวนการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกได้รับการประเมินอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดี โดยเฉพาะในด้านความสามารถของสื่อ ในการช่วยให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการสร้างรายได้ ซึ่งได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดสะท้อนให้เห็นว่าสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข้อมูล ทำให้ผู้ชมสามารถทำความเข้าใจแนวทางการสร้างรายได้จากแคคตัสได้ง่ายขึ้น และความเหมาะสมของเทคนิคโมชันกราฟิกที่ใช้ ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งผู้รับชมบางส่วนมองว่ายังมีจุดที่ควรปรับปรุงในด้านการเลือกใช้เทคนิคโมชันกราฟิกให้เหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น อาจเป็นไปได้ว่าสื่อบางส่วนยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมในแง่ของความทันสมัยหรือการออกแบบกราฟิกที่ดึงดูดใจเพียงพอ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก ต้องอาศัยการออกแบบเชิงสร้างสรรค์และความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคโมชันกราฟิกเป็นสำคัญ การเลือกใช้รูปแบบและสไตล์ของโมชันกราฟิกอาจต้องคำนึงถึงความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้และประสบการณ์แตกต่างกัน ดังนั้น การนำความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลและการออกแบบกราฟิกมาปรับปรุงเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอจึงเป็นแนวทางที่ควรพิจารณา เพื่อให้สื่อสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชมได้ดียิ่งขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mayer (2005) ได้นำเสนอแนวคิด Multimedia Learning ซึ่งระบุว่า การออกแบบสื่อที่มีองค์ประกอบของภาพเคลื่อนไหวและกราฟิกที่เหมาะสมสามารถช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย Dathpong (2024) กล่าวว่า คนส่วนมากนิยมรับชมสื่อที่มีภาพเคลื่อนไหว ผ่าน

ทางอินเทอร์เน็ต หรือช่องทางออนไลน์ ซึ่งสื่อที่มีภาพเคลื่อนไหวนั้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างสนใจและเข้าถึงได้อย่างง่าย เหมาะกับการถ่ายทอดความรู้ต่างๆ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส พบว่า ประสิทธิภาพของสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกได้รับการประเมินอยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัสได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถของสื่อในการกระตุ้นความสนใจของผู้ชมได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด แสดงว่าสื่อสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดี ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการใช้กราฟิกเคลื่อนไหวที่น่าสนใจ รูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัย และการเลือกใช้สีสันทันและองค์ประกอบที่ช่วยให้ผู้ชมรู้สึกสนุกและอยากติดตามเนื้อหาต่อไป นอกจากนี้ ความเข้าใจง่ายของข้อมูลที่นำเสนอ และ ความสามารถของสื่อในการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการนำไปใช้จริง ได้รับการประเมินอยู่ในระดับสูง ซึ่งบ่งชี้ว่าสื่อสามารถอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัสได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดแรงบันดาลใจในการนำความรู้ไปใช้จริง อย่างไรก็ตาม ยังมีบางประเด็นที่อาจต้องพัฒนาเพิ่มเติม เช่น การเพิ่มความกระชับของเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมที่มีเวลาจำกัด และการใช้กราฟิกที่สามารถช่วยเสริมความเข้าใจของข้อมูลในเชิงลึกได้มากขึ้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าการใช้โมชันกราฟิกเป็นสื่อในการนำเสนอข้อมูล เป็นการทำสื่อในรูปแบบที่มีความน่าสนใจ ผู้รับชมสามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากมีการนำเสนอด้วยภาพกราฟิก เสียงบรรยาย เสียงประกอบต่างๆ ที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Klairaksa (2022) กล่าวว่า การผลิตสื่อในรูปแบบโมชันกราฟิกที่มีความน่าสนใจ ผู้รับชมสามารถเข้าใจได้ง่ายด้วย การเคลื่อนไหวกราฟิก เสียงบรรยายและเสียงประกอบที่น่าฟัง เนื้อหาเน้นการแสดงข้อความและภาพกราฟิกที่ทำให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาได้ง่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chanta and Phanket (2017) ซึ่งมีการใช้การอธิบายข้อมูล โดยใช้สื่อโมชันกราฟิกที่เข้าใจง่าย มีการใช้ภาพประกอบการอธิบายข้อมูล ทำให้ผู้ชมเข้าใจในเนื้อหาที่ถ่ายทอดมากขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส พบว่า ศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส ได้รับการประเมินอยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมมีมุมมองเชิงบวกต่อการชมสื่อนี้ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจแคคตัสโดยเฉพาะในด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อสื่อวิดีโอ และความสามารถของสื่อในการเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจแคคตัส ซึ่งได้รับคะแนนในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ประเด็นเกี่ยวกับการนำไปใช้จริงของสื่อในธุรกิจแคคตัส ได้คะแนนต่ำที่สุดในกลุ่ม แต่ยังคงอยู่ในระดับมาก ซึ่งบ่งชี้ว่าควรมีแนวทางเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการนำสื่อไปประยุกต์ใช้จริงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกมีลักษณะดึงดูดสายตา ช่วยเพิ่มการจดจำเนื้อหา และสามารถกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Klongdee and Chanamool (2021) กล่าวว่า

คนส่วนมากมีความพึงพอใจต่อวิดีโอโมชันกราฟิก เนื่องจากการออกแบบฉากและตัวละคร ที่มีความน่าสนใจ รวมถึงสีสันของสื่อมีความเหมาะสม สอดคล้องกับขั้นตอนการพัฒนางานวิจัยของ Sahapong (2024) ได้ทำการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกที่ทำให้มีความน่าสนใจ ซึ่งสื่อนี้เป็นสื่อผสมผสานในรูปแบบกราฟิก การเคลื่อนไหว ประกอบการสรุปข้อมูลประกอบเสียงเอฟเฟก ทำให้ที่น่าสนใจติดตามเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกช่วงอายุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Keereethongthed et al., (2024) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอย่างมาก ต่อการรับชมสื่อที่พัฒนาโดยใช้โปรแกรมการตัดต่อเสียง เอฟเฟก ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Potisan (2021) พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นด้วยกับโมชันกราฟิก อยู่ในระดับมาก

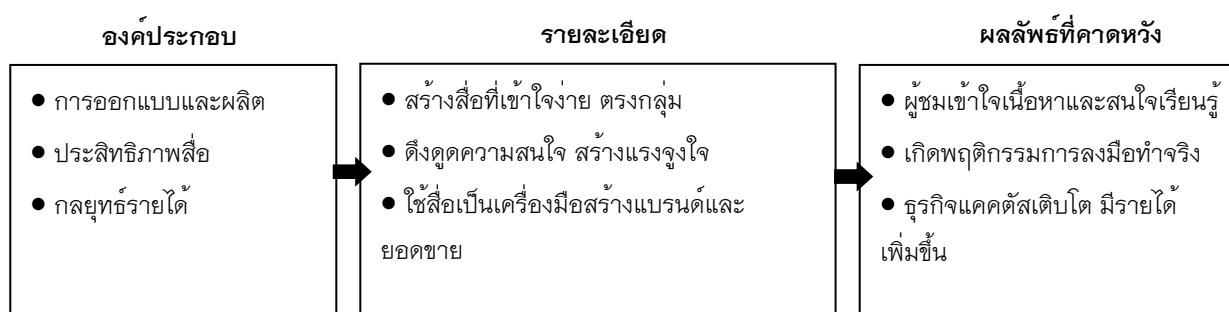
องค์ความรู้ใหม่

การผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคตตาล็อก จากผลการวิจัย พบว่า สื่อวิดีโอโมชันกราฟิก สามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการสร้างรายได้จากแคตตาล็อก โดยองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยนี้ ได้แก่

1. ด้านการออกแบบและผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก องค์ความรู้ใหม่: การผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกเพื่อการตลาดและการศึกษา ควรใช้ ภาพเคลื่อนไหวที่เรียบง่ายแต่ดึงดูดใจ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่าย ควรมี การออกแบบเนื้อหาที่เจาะลึกกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะผู้เริ่มต้นที่สนใจเพาะปลูกแคตตาล็อกเพื่อการค้า ควร ใช้เสียงพากย์และข้อความที่ชัดเจน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูล การใช้ อินโฟกราฟิก ควบคู่กับแอนิเมชันสามารถช่วย ลดความซับซ้อนของเนื้อหา และทำให้การเรียนรู้สนุกขึ้น

2. ด้านประสิทธิภาพของสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก องค์ความรู้ใหม่ : สื่อวิดีโอโมชันกราฟิกช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้ชม ได้มากกว่าสื่อแบบเดิม เช่น บทความหรือภาพนิ่ง ความเข้าใจในเนื้อหาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะเรื่องเทคนิคการปลูกแคตตาล็อกเพื่อสร้างรายได้ สื่อประเภทนี้สามารถกระตุ้นแรงบันดาลใจให้ผู้ชมเกิดการลงมือทำจริง ได้สูง เนื่องจากสามารถถ่ายทอดเรื่องราวจากผู้ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรใช้กลยุทธ์ เผยแพร่วิดีโอผ่านช่องทางที่เหมาะสม เช่น Facebook, YouTube, TikTok เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

3. ด้านการนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างรายได้จากแคตตาล็อก องค์ความรู้ใหม่ : วิดีโอโมชันกราฟิกสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแบรนด์ ของผู้ประกอบการแคตตาล็อก โดยช่วยให้ธุรกิจเป็นที่จดจำและน่าเชื่อถือมากขึ้น สามารถใช้เป็น เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น โฆษณาออนไลน์ รีวิวสินค้า และสอนเทคนิคการปลูกแคตตาล็อก วิดีโอที่มีเนื้อหาให้ความรู้สามารถช่วยให้ การตัดสินใจซื้อของลูกค้าเป็นไปได้อย่างขึ้น สามารถใช้เป็น สื่อประกอบการเรียนการสอน เช่น คอร์สออนไลน์ หรือเวิร์กช็อปสอนปลูกแคตตาล็อกเพื่อการค้า



ภาพที่ 5 ภาพแสดงกรอบโมเดลขององค์ความรู้ใหม่

สรุป

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นการศึกษา การผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส ทั้งนี้ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20–40 ปี อยู่ในวัยทำงาน และมีความสนใจในการเริ่มต้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแคคตัส สำหรับผลการศึกษาระบบการผลิตสื่อ พบว่าสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกได้รับการประเมินในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านความสามารถในการช่วยให้ผู้ชมเข้าใจแนวทางการสร้างรายได้จากแคคตัสได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อเสนอแนะในประเด็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของเทคนิคที่ใช้ โดยเฉพาะความทันสมัยและความดึงดูดของภาพเคลื่อนไหว ซึ่งควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม โดยการนำข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและสื่อดิจิทัลมาใช้เพื่อยกระดับคุณภาพของสื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

ในส่วนของคุณภาพสื่อ พบว่าสื่อดังกล่าวสามารถกระตุ้นความสนใจของผู้ชมและสร้างแรงบันดาลใจในการนำความรู้ไปใช้ได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาได้อย่างง่ายดาย อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงเนื้อหาให้มีความกระชับมากยิ่งขึ้น และการใช้กราฟิกที่สามารถส่งเสริมความเข้าใจในเชิงลึก เพื่อให้สื่อเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมที่มีข้อจำกัดด้านเวลา ผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแนวทางการใช้สื่อวิดีโอโมชันกราฟิกเป็นกลยุทธ์ในการสร้างรายได้ พบว่า ผู้ชมมีมุมมองในเชิงบวกและมีความพึงพอใจต่อสื่อในระดับมาก โดยเฉพาะในบทบาทของสื่อที่สามารถทำหน้าที่เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การนำสื่อไปประยุกต์ใช้จริงในบริบททางธุรกิจยังคงได้รับคะแนนต่ำที่สุด แม้อยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการจัดทำแนวทางสนับสนุนเพิ่มเติม เพื่อส่งเสริมให้สามารถนำสื่อไปใช้ในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การศึกษาความคิดเห็นของกระบวนการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส ได้รับการประเมินในระดับ มาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ อย่างดี โดยเฉพาะในด้าน ความสามารถของสื่อในการช่วยให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการสร้างรายได้ ซึ่งได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่าสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข้อมูล ทำให้ผู้ชมได้รับความรู้ โดยทำให้เข้าใจขั้นตอนและกระบวนการสร้างรายได้ วิดีโอช่วยให้ผู้ชมเข้าใจวิธีเพาะปลูก การดูแล และการขายแคคตัสอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ยังเห็นภาพจริงผ่านกราฟิก มีการใช้ภาพเคลื่อนไหวทำให้เนื้อหาที่ซับซ้อนถูกย่อยให้ง่ายและเข้าใจได้รวดเร็ว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การประเมินประสิทธิภาพของการผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส ได้รับการประเมินอยู่ในระดับ มาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัสได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะความสามารถของสื่อในการกระตุ้นความสนใจของผู้ชม ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด แสดงว่าสื่อสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดี ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการใช้กราฟิกเคลื่อนไหวที่น่าสนใจ รูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัย และการเลือกใช้สีและองค์ประกอบที่ช่วยให้ผู้ชมรู้สึกสนุกและอยากติดตามเนื้อหาต่อไป นอกจากนี้ ความเข้าใจง่ายของข้อมูลที่นำเสนอ และความสามารถของสื่อในการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการนำไปใช้จริง ได้รับการประเมินอยู่ในระดับสูง ดังนั้น สื่อวิดีโอโมชันกราฟิก ควรมีการเผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook, YouTube, TikTok, Instagram และ LINE OA โดยออกแบบเนื้อหาให้ ทันสมัย กระชับ และสนุก เพื่อให้สามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมให้ผู้ชมเกิด แรงบันดาลใจในการสร้างรายได้จากแคคตัสได้จริง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส ได้รับการประเมินอยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมมีมุมมองเชิงบวกต่อการรับชมสื่อนี้ โดยเฉพาะในด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อสื่อวิดีโอ และความสามารถของสื่อในการเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจแคคตัส ซึ่งได้รับคะแนนในระดับสูง อย่างไรก็ตาม การนำไปใช้จริงของสื่อในธุรกิจแคคตัส ได้คะแนนต่ำที่สุดในกลุ่ม แต่ยังคงอยู่ในระดับมาก ซึ่งบ่งชี้ว่าควรมีแนวทางเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการนำสื่อไปประยุกต์ใช้จริงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับ การผลิตสื่อวิดีโอโมชันกราฟิก เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างรายได้จากแคคตัส โดยพบว่าสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกมีศักยภาพในการส่งเสริมความเข้าใจของผู้ชมอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งสามารถกระตุ้นความสนใจ และสร้างแรงบันดาลใจในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในทางปฏิบัติ องค์ความรู้ดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้หรือสื่อส่งเสริมอาชีพในรูปแบบวิดีโอโมชันกราฟิกในบริบทอื่นๆ อาทิ ด้านการเกษตร การค้าขายออนไลน์ หรือการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม โดยควรให้ความสำคัญกับการออกแบบสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชม ถ่ายทอดเนื้อหาอย่างเข้าใจง่าย และมีความเชื่อมโยงกับการใช้งานในสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับแนวทางในการวิจัยในอนาคต ควรศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับ การส่งเสริมและสนับสนุนการนำสื่อวิดีโอโมชันกราฟิกไปใช้ในเชิงปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนการประเมิน ผลลัพธ์ในระยะยาวจากการประยุกต์ใช้สื่อดังกล่าวในการดำเนินธุรกิจหรือการสร้างรายได้ในชีวิตจริง

References

- Chanta, N., & Phanket, D. (2017). Development of motion graphic media: Dangers of social media. In *Proceedings of the 14th National Academic Conference* (pp. 1288–1296). Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus.
- Chen, L., Lee, M., & Zhang, Y. (2020). The impact of video marketing on consumer purchasing behavior. *Journal of Digital Marketing*, 12(3), 44–56.
- Dathpong, W., Thanasarn, K., & Mairieng, N. (2024). Guidelines for the development of animation media for enhancing the power of health and happiness of the elderly in Khlong Kluea Ua-aree community, Nonthaburi province. *Journal of Social Innovation and Mass Communication Technology*, 7(3), 31–43. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JRBGS/article/view/268308>
- Department of Internal Trade. (2022). *Economic crop market situation report*. Ministry of Commerce.
- Keereethongthed, K., Kaewwong, T., & Paya, K., (2024). Development of motion graphic COVID–19. *MRU–KP Journal of Science, Mathematics and Technology*, 3(1), 81–100. <https://ph03.tci-thaijo.org/index.php/smt/article/view/895>

- Klairaksa, B. (2022). *Designing motion graphics for knowledge and physical therapy for bedridden elderly patients*. (Project). Faculty of Information Technology, Siam University. <https://e-research.siam.edu/kb/designing-motion-graphics/>
- Klongdee, S., & Chanamool, N. (2021). Development of motion graphic media introducing to ecotourism Nong Bua community, Chanthaburi. *Academic Journal of Information Technology Application*, 7(2), 75–83. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/project-journal/article/view/245034>
- Lupton, E. (2014). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students* (2nd ed.). Princeton Architectural.
- Mayer, R. (2005). *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning*. Cambridge University.
- National Statistical Office. (2022). *Report on the employment and unemployment situation*. Ministry of Digital Economy and Society.
- Pitjatturat, P., Utamart, S., & Pimpan, S. (2021). Value addition of organic products: a case study of Jaruwan garden, Karasin province. *KKU Research Journal (Graduate Studies) Humanities and Social Sciences*, 9(1), 130–146. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/gskkuhs/article/view/223671>
- Potisan, N. (2021). Results of developing motion graphics for enhancing health literacy of diabetes mellitus for village health volunteers. *Academic Journal of Industrial Technology, Surindra Rajabhat University*, 6(2), 77–90. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/journalindus/article/view/245237>
- Sahapong, T. (2024). Development of cultural tourism promotional media using motion graphics: The spiritual route of birthday-related Phra That in Nakhon Phanom. *RMUTP Journal of Mass Communication Technology*, 9(2), 121–136. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jmctrmutp/article/view/273504>
- Seenakluan, P. (2023). *Cactus lover*. Cactus Lover Publishing.
- Senawong, N. (2021). *A study of behavior for using of social media of Generation Z in the new normal era in Bangkok*[Independent study, Master in Business Administration (MBA), Siam University].
- World Bank. (2022). *Poverty and shared prosperity 2022: Correcting course*. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/publication/poverty-and-shared-prosperity>