

**การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี**
Development of Motion Graphic Media Introduction to Ecotourism
Nong Bua Community, Chanthaburi

สุทธิพงษ์ คล่องดี^{1*} และนลินี ชนะมูล²

Suttipong Klongdee^{1*} and Nalinee Chanamool²

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ¹ สาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง² คณะเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี^{1,2}

Information Technology¹ Technology Logistics and Transportation System Management ², Faculty of Social
Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-OK, Chanthaburi Campus^{1,2}

E-Mail Suttipong_kl@rmutto.ac.th¹, nalinee_ch@rmutto.ac.th²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อโมชันกราฟิกแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี 2) สำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก 3) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และกลุ่มที่ 3 ประชาชนในชุมชนหนองบัว จำนวน 343 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ โปรแกรม Adobe illustrator และโปรแกรม Adobe After Effect ในการสร้างสื่อโมชันกราฟิก แบบประเมินคุณภาพสื่อโมชันกราฟิกโดยผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก และแบบสอบถามการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อคุณภาพสื่อโมชันกราฟิก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.61) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสื่อโมชันกราฟิก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.77) และประชาชนในชุมชนหนองบัวยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.67) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ควรมีภาพขณะจริง เรื่องราวหรือวิธีการทำขนม ประกอบกับภาพโมชันกราฟิก และควรมีเสียงบรรยายเพื่อเพิ่มความเข้าใจ

คำสำคัญ: สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, สื่อโมชันกราฟิก, การยอมรับการใช้เทคโนโลยี

ABSTRACT

This research aimed to 1) develop the motion graphics media introducing conservation attractions of the Khanom Plack Nong Bua Riverside Village, Chanthaburi Province, 2) investigate the satisfaction of the target group towards motion graphics media, and 3) study the technology acceptance of the target group towards motion graphics media. The target group was divided into three groups: five graphics and multimedia profession, 400 tourists, and 343 people who were living in Khanom Plack Nong Bua Riverside Village. The instruments used in the research were: an Adobe illustrator program and Adobe After Effect program to create motion graphics, a graphic motion media quality assessments form, a tourist satisfaction questionnaire on graphic motion media, and a technology adoption questionnaire towards motion graphics media. The statistics used in the research were mean and standard deviation.

The results of the research indicated that experts had opined on the motion media quality at a high level ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.61) as a whole. The tourists were satisfied with the motion graphics media at a high level ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.77) as a whole. To people who were living in Khanom Plack Nong Bua Riverside Village had accepted the technology towards motion graphics media at a high level ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.67) as a whole. The additional suggestions were: there should be a real picture of the pastry, story or how to make sweets together with graphic motion pictures, and also audio description to enhance understanding.

Keywords: Ecotourism, Motion Graphic Media, TAM

บทนำ

ชุมชนขนมแปलगริมคลองหนองบัวตั้งอยู่ที่ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เป็นหนึ่งในชุมชนชวนเที่ยวโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เป็นคนไทยพื้นบ้านโบราณที่หารับประทานยาก ชาวบ้านในชุมชนยังคงอนุรักษ์ความเป็นดั้งเดิม ทั้งวิถีชีวิตและอาคารบ้านเรือน [1] ขนมแปलगริมท้องถิ่นของจังหวัดจันทบุรีได้ถูกรวบรวมไว้ในสถานที่นี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาลองความแปลกและอร่อย ได้แก่ ขนมควยลิง ขนมอี๋น้ำเี่ยววัว ขนมพระพาย ขนมลูกกระเบิด ตังเมโบราณ นอกจากนี้ยังมีอาหารอื่น ๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยวหมูเสียบ ข้าวเกรียบยาน้ำจิ้ม [2] นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนที่เคยได้รับพระราชทานรางวัลอนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมดีเด่น และได้รับการส่งเสริมจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ภายใต้ชื่อ “ตลาดต้องชม” เป็นการกระตุ้นและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชน [3] ดังนั้นสื่อโมชันกราฟิกจึงเป็นหนึ่งทางเลือกในการประชาสัมพันธ์ โดยการนำภาพกราฟิกเคลื่อนไหวมานำเสนอเรื่องราวที่สามารถสร้างแรงจูงใจและสร้างความเข้าใจต่อให้ผู้รับชมได้เป็นอย่างดี [4] ทำให้เหมาะแก่การนำมาพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนขนมแปलगริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี ในรูปแบบของสื่อโมชันกราฟิกสำหรับนักท่องเที่ยว

จากความสำคัญของชุมชนที่ควรค่าแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและมีแนวคิดในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียรูปแบบโมชันกราฟิกเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจผ่านการนำเสนอเรื่องราว และเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนขนมแปलगริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี ให้รู้จักและอยากมาเที่ยวสถานที่แห่งนี้ ทั้งนี้หากมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นก็อาจก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวมของชุมชนให้มีรายได้จากแหล่งท่องเที่ยว เกิดการพัฒนาของชุมชน จังหวัดและประเทศต่อไป

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.1 พัฒนาสื่อโมชันกราฟิกแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนขนมแปलगริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี
- 1.2 สำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนขนมแปलगริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี
- 1.3 ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนขนมแปलगริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 โมชันกราฟิก Motion Graphic หมายถึง การสร้างภาพด้วยกราฟิกให้มีการเคลื่อนไหวได้ในหลากหลายมิติ ต่างกับ แอนิเมชัน (Animation) ตรงที่ไม่มีตัวละครเป็นตัวดำเนินเรื่อง หรือมีบทพูด และการตัดฉาก

สลับเหมือนภาพยนตร์ แต่จะเป็นการสร้างการเคลื่อนไหวให้กับ กราฟิก (Graphic) แอนิเมชัน และใช้การพากย์เสียงบรรยายประกอบ นิยมใช้กับเรื่องราวที่มีข้อมูลเยอะ เข้าใจยาก ให้ออกมาในรูปแบบที่สนุกและเข้าใจง่ายมากขึ้น [5]

2.2 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นทฤษฎีที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989) ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดของ TRA โดย TAM จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับ หรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ ได้แก่ “การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน” (Perceived Ease of Use – PEOU) และ “การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้” (Perceived Usefulness – PU) [6]

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุโรทัย แสนจันทร์แดง และธวัชชัย สหพงษ์ [7] ได้พัฒนาโมชันกราฟิกเรื่องการเลิกทาสในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมชันกราฟิกฯ ให้มีคุณภาพ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีโมชันกราฟิกฯ ผลการศึกษพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับโมชันกราฟิก อยู่ในระดับมาก และกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อโมชันกราฟิก อยู่ในระดับมากที่สุด

เบญจวรรณ จุฬะมะตัง และธวัชชัย สหพงษ์ [8] ได้เพื่อพัฒนาโมชันกราฟิกเรื่องตำนานพระธาตุขามแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาโมชันกราฟิกเรื่องตำนานพระธาตุขามแก่น และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการพัฒนาโมชันกราฟิกเรื่องตำนานพระธาตุขามแก่น ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อโมชันกราฟิก อยู่ในระดับมาก และ 2) กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อโมชันกราฟิก อยู่ในระดับมาก

อภิธา รุณวาทย์ [9] ได้พัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนให้มีคุณภาพ และ 2) ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียทำให้ได้โมชันกราฟิก ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของสื่อมัลติมีเดีย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานพบว่า ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการประเมินสื่อมัลติมีเดียโดยรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

พัชรภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี และ พัชรภรณ์ บ่อน้อย [10] ได้พัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษา บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด และ 2) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิกที่พัฒนาขึ้น ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้า ออนไลน์ มีรูปแบบสวยงาม น่าติดตาม และเข้าใจง่าย ภาพรวมประสิทธิภาพ อยู่ในระดับดี และ 2) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีหัวข้อประเมินรวม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการดำเนินเรื่อง ด้านการออกแบบ ด้านการเสียงบรรยาย และด้านประโยชน์ใช้งาน สรุปว่า สื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น ช่วยให้ผู้ใช้ใช้งานเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลการประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด ด้วยตัวเองได้ง่ายเป็นอย่างดี ส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอในรูปแบบสื่อโมชันกราฟิก และทำให้การใช้งานข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือการวิจัย

1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างสื่อโมชันกราฟิกแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนขนมแปลก ริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี คือ โปรแกรม Adobe illustrator ในการสร้างภาพวาดลายเส้นของฉาก และ โปรแกรม Adobe After Effect ในการรวบรวมลายเส้นภาพที่วาดเป็นภาพเคลื่อนไหว

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินสื่อโมชันกราฟิก คือ แบบประเมินคุณภาพการออกแบบสื่อโมชันกราฟิกของผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก และแบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก

2. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านงานกราฟิกและมัลติมีเดีย โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 5 ท่าน เป็นผู้ที่มีประสบการณ์หรือเกี่ยวข้องในงานด้านกราฟิกและมัลติมีเดีย ไม่น้อยกว่า 3 ปี ได้แก่ อาจารย์สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 3 ท่าน และนักวิชาการคอมพิวเตอร์ที่ทำงานด้านกราฟิกและมัลติมีเดีย จำนวน 2 ท่าน สังกัดคณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี เพื่อประเมินคุณภาพของการออกแบบสื่อโมชันกราฟิก

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ได้จากตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) ใช้ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% [11] เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 343 คน จากการคำนวณด้วยสูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยสุ่มจากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี จำนวน 2,413 คน [12] เพื่อใช้ในการสอบถามการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
N	=	ขนาดของประชากร
e	=	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

3.1 การผลิตสื่อโมชันกราฟิกแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรีมีขั้นตอนดังนี้

3.1.1 ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production) การออกแบบสื่อ ได้แก่ 1) การออกแบบ Storyboard การสร้างมุมมองการเล่าเรื่อง กรอบแนวคิดของเรื่อง กำหนดรูปแบบการนำเสนอ ลำดับเนื้อเรื่อง ข้อความที่จะใช้สื่อสาร การวางโครงเรื่องและเนื้อหา 2) การออกแบบวิธีเร้าความสนใจ โดยการสร้างสื่อให้ดูทันสมัย มีการสร้างเนื้อหาการเปิดเรื่องโดยการค้นหาและแสดงตำแหน่งที่ตั้ง ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวดูน่าติดตาม 3) การออกแบบเนื้อหา โดยการสร้างเส้นทางการเดินทางเพื่อดึงดูดให้สนใจ ดำเนินเนื้อเรื่องด้วยการนำเสนอความเป็นมา วิถีชุมชน ชนมแปลงที่ขึ้นชื่อ และสถานที่ถ่ายรูปที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนฯ 4) ออกแบบเสียง โดยใช้เสียงเอฟเฟกประกอบการเล่นฉากหรือวัตถุที่เคลื่อนไหว 5) ออกแบบด้านเพลงประกอบ โดยช่วงเริ่มเนื้อหาจะใช้อัตราจังหวะปานกลาง ให้ความรู้สึกสนุกสนานมีชีวิตชีวา และช่วงดำเนินเนื้อเรื่องจะใช้อัตราจังหวะผสม ให้ความรู้สึกระตุนความสนใจให้ติดตามฉากต่อไปและ 6) ออกแบบด้านเนื้อหา ให้มีระยะเวลาดำเนินเนื้อเรื่องที่เหมาะสมเข้าใจข้อมูลที่ต้องการนำเสนอได้ง่าย [13]

3.1.2 ขั้นการผลิต (Production) ได้แก่ ตัวอักษรภาพเสียง การเคลื่อนไหวตามบทและต้นแบบ

3.1.3 ขั้นหลังการผลิต (Post-Production) ได้แก่ การทดลองใช้ และตรวจประเมินเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไข

3.2 การประเมินสื่อโมชันกราฟิกแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี

3.2.1 ประเมินคุณภาพการออกแบบสื่อโมชันกราฟิกโดยผู้เชี่ยวชาญ

3.2.2 ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิกโดยนักท่องเที่ยว

3.2.3 ประเมินการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ [14]

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 – 4.49 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 – 3.49 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 – 2.49 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.49 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการออกแบบสื่อโมชันกราฟิกแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี มีดังนี้

1.1 ผลการออกแบบสื่อโมชันกราฟิก

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลชุมชนบ้านหนองบัว พบว่าสิ่งที่แสดงถึงเสน่ห์และอัตลักษณ์ คือ ชนมหวาน ชนมแปลง และอาหารพื้นเมืองโบราณ โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการออกแบบ Storyboard จัดเรียงเนื้อหา ของสื่อโมชันกราฟิกได้ดังนี้ 1) สถานที่ตั้งของชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว 2) ประวัติความเป็นมา 3) อัตลักษณ์ของชุมชน 4) แหล่งชุมชนโบราณที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ 5) ชนมพื้นบ้านของแปลง 6) จุดห้ามพลาด และ 7) อาหารและของฝาก โดยผู้วิจัยพบองค์ความรู้ใหม่ 2 ประเด็นคือ 1) ด้านกระบวนการออกแบบ ที่ใช้ องค์ประกอบของการเล่าเรื่องโดยสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างน่าสนใจ 2) ด้านการใช้สื่อมัลติมีเดียในการ เล่าเรื่องเพิ่มความเป็นไปได้ในการเข้าถึงผู้ชมเพื่อดึงดูดความสนใจ โดยมีขั้นตอนการออกแบบด้วยเทคนิคการวาด ลายเส้นของฉากและตัวละครโดยใช้ภาพกราฟิกเวกเตอร์ (Vector) โปรแกรมที่ใช้คือ Adobe illustrator ขั้นตอน การทำแอนิเมชัน นำภาพเวกเตอร์ (Vector) ที่ได้จากการวาดลายเส้นกราฟิกนำมารวบรวมโดยใช้โปรแกรม Adobe After Effect สร้างเป็นแอนิเมชันตามเรื่องราวที่วางไว้

1.2 ผลการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก

สื่อโมชันกราฟิกได้นำเสนอเรื่องราวของชุมชนชนมแปลงผ่านฉากต่าง ๆ ที่ได้เรียบเรียงมาจาก ความน่าสนใจและความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน นำมาเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 วิดีโอแนะนำชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว จันทบุรี

จากภาพที่ 1 การสร้างสื่อโมชันกราฟิกประชาสัมพันธ์ใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องราว 4.20 นาที ประกอบด้วยฉากที่เล่าเรื่องราวของชุมชนชนมแปลก โดยเริ่มต้นจาก ป้ายเริ่มต้นนำเสนอ สถานที่ตั้ง การเดินทาง ป้ายสัญลักษณ์ของชุมชนชนมแปลก ประวัติความเป็นมา ฉากจำลองตลาด ตัวอย่างชนมแปลก สถานที่แนะนำในการถ่ายรูป และฉากจบ “สุขทุกวัน ที่จันทบุรี” โดยเผยแพร่ในรูปแบบวิดีโอผ่านช่องทางออนไลน์บน YouTube

2. ผลสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนชนมแปลกกรมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อโมชันกราฟิกของผู้เชี่ยวชาญ (N=5)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เนื้อหาในการดำเนินเรื่องมีความชัดเจน เหมาะสม	4.20	0.45	มาก
2. การออกแบบฉากและตัวละคร มีความเหมาะสม	4.80	0.45	มากที่สุด
3. ความสอดคล้องระหว่างภาพกับการดำเนินเรื่อง มีความเหมาะสม	4.00	0.71	มาก
4. สีเส้นของสื่อโมชันกราฟิก มีความเหมาะสม	4.60	0.55	มากที่สุด
5. เสียงประกอบ มีความเหมาะสม	4.40	0.55	มาก
6. การจัดวางรูปแบบตัวอักษร มีความเหมาะสม	4.00	0.71	มาก
โดยรวม	4.33	0.61	มาก

จากตารางที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อการออกแบบฉากและตัวละครมีความเหมาะสม มากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.45) รองลงมา คือ สีเส้นของสื่อโมชันกราฟิกมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก (N=400)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การออกแบบฉากมีความน่าสนใจ	4.68	0.56	มากที่สุด
2. สีเส้นของสื่อโมชันกราฟิก มีความเหมาะสม	4.52	0.69	มากที่สุด
3. การดำเนินเรื่องของโมชันกราฟิก มีความเหมาะสม	4.30	0.78	มาก
4. เสียงประกอบ มีความเหมาะสม	4.22	0.80	มาก
5. ระยะเวลาในการดำเนินเรื่อง มีความเหมาะสม	4.14	0.81	มาก
6. ท่านคิดว่าสื่อโมชันกราฟิกมีความน่าสนใจ สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้	4.21	0.81	มาก
โดยรวม	4.34	0.77	มาก

จากตารางที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉากมีความน่าสนใจ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.56) รองลงมา คือ สีเส้นของสื่อโมชันกราฟิก มีความเหมาะสม มากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.69) ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี

ตารางที่ 3 ผลการประเมินการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์			
1. สื่อโมชันกราฟิกมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว	4.72	0.45	มากที่สุด
2. สื่อโมชันกราฟิกมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักกับชนมพื้นบ้านของชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว	4.65	0.48	มากที่สุด
3. สื่อโมชันกราฟิกมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักประวัติ ความเป็นมาและอัตลักษณ์ของชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว	4.40	0.81	มาก
4. สื่อโมชันกราฟิกมีนำเสนอรายละเอียดข้อมูล ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และครบถ้วน	4.37	0.69	มาก
5. สื่อโมชันกราฟิกมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน	4.24	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	4.48	0.67	มาก
ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน			
1. สื่อโมชันกราฟิกมีการนำเสนอภาพ เสียงประกอบ และตัวอักษรที่เหมาะสม	4.40	0.52	มาก
2. ช่องทางการเข้าถึงสื่อโมชันกราฟิกทำได้ง่าย สะดวก	4.09	0.67	มาก
3. สื่อโมชันกราฟิกมีความน่าสนใจ มีการสื่อสารที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจได้ง่าย	4.52	0.58	มาก
4. สามารถรับชมสื่อโมชันกราฟิกในรูปแบบออนไลน์ได้ทุกช่วงเวลา	4.66	0.61	มาก
5. สามารถแสดงผลบนหน้าจอผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในปัจจุบันได้	4.15	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	4.36	0.66	มาก
โดยรวม	4.42	0.67	มาก

จากตารางที่ 3 ประชาชนในชุมชนหนองบัวมีการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ สื่อโมชันกราฟิกมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว มากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45) รองลงมาคือ สื่อโมชันกราฟิกมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักกับชนมพื้นบ้าน ของชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว มากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.48) ตามลำดับ

ประชาชนในชุมชนหนองบัวมีการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน สามารถรับชมสื่อโมชันกราฟิกในรูปแบบออนไลน์ได้ทุกช่วงเวลามีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.61) รองลงมา คือ สื่อโมชันกราฟิกมีความน่าสนใจ มีการสื่อสารที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจได้ง่ายมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลงานวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี

1) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและออกแบบพัฒนา โดยการจัดทำสื่อมัลติมีเดียแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบโมชันกราฟิกพบว่าสามารถนำเสนอเนื้อหา สถานที่ตั้ง ประวัติความเป็นมาของชุมชน ทำให้ผู้รับชมได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ได้รู้จักขนมพื้นบ้านของแปลงที่ขึ้นชื่อ จากการประชาสัมพันธ์เผยแพร่โมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยว ผ่านช่องทาง YouTube ที่ชื่อว่า “ชุมชนชนมแปลง ริมคลองหนองบัว จันทบุรี”

2) เมื่อได้จัดทำสื่อโมชันกราฟิกและเผยแพร่แล้ว ได้ทำการสำรวจผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อสื่อว่าการออกแบบฉากและตัวละคร มีความเหมาะสมมากที่สุด นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการออกแบบฉากมีความน่าสนใจมากที่สุด สีของสื่อโมชันกราฟิกมีความเหมาะสมมากที่สุด และคิดว่าว่าสื่อโมชันกราฟิกมีความน่าสนใจ สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้มาก ซึ่งมีความคิดเห็นตรงกับกรยอมรับเทคโนโลยีจากประชาชนในตำบลหนองบัวที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิกในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์และด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ที่บอกว่าสื่อโมชันกราฟิกมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัวมากที่สุด และสามารถรับชมสื่อโมชันกราฟิกในรูปแบบออนไลน์ได้ทุกช่วงเวลา อีกทั้งมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวคือ ควรมีภาพชนมจริง เรื่องราวหรือวิธีการทำขนม ประกอบกับภาพโมชันกราฟิก และควรมีเสียงบรรยายเพื่อเพิ่มความเข้าใจ ซึ่งผลของงานวิจัยนี้ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี และ พัชรภรณ์ บ่ออ่อน [10] ที่ได้พัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ ช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลการประชาสัมพันธ์ด้วยตัวเองได้ง่ายเป็น อย่างดี ส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอในรูปแบบสื่อโมชันกราฟิก และทำให้ การใช้งานข้อมูลต่างๆ เป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยานนท์ พิพัฒน์ไชยศิริ พรหมเพ็ญ ฉายปรีชา และ ชัยพร พานิชรุทติวงศ์ [15] ที่ได้นำข้อมูลสถานที่สำคัญและการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น มาออกแบบสื่อ 3 มิติแนวโมชันกราฟิก และนำเสนอมุมมองและทัศนียภาพบรรยากาศเมืองและเอกลักษณ์ ที่สร้างความประทับใจและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจมาเยี่ยมชมวัฒนธรรมและสถานที่ เพื่อประชาสัมพันธ์ จังหวัดขอนแก่น

ข้อเสนอแนะ

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำข้อเสนอแนะจากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมา ปรับแก้ได้ดังนี้

1. จัดทำสื่อโมชันกราฟิกโดยเพิ่มรายละเอียดของรูปภาพ ใช้ภาพชนมจริงและแสดงวิธีการทำ เพื่อแสดง วัฒนธรรมท้องถิ่น
2. สามารถจัดทำสื่อโมชันกราฟิกเพื่อนำเสนอของดีในแต่ละชุมชนอื่นๆเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ ท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง

เอกสารอ้างอิง

- [1] กาญจนา จินตกานนท์. (2560). ตลาดชนมแปลง ชุมชนบ้านหนองบัว มีขายเกือบ 100 ชนิด ที่เมืองจันท. https://www.technologychaoban.com/marketing/article_30152
- [2] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). 10 เทศกาลเที่ยว จ.จันทบุรี. <https://thai.tourismthailand.org/Articles/10-เทศกาลเที่ยว-จันทบุรี>
- [3] สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี. (2564). พาณิชย์ จ.จันทบุรี จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนชนมแปลง “Happy & Variety @ Songkran Festival 2021 By DIT ภายใต้มาตรการป้องกันโควิด-19. <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210411145502894?fbclid=IwAR2lycH4Nkzo4V3lg2AYrosN0XzSQ7F5f2rHk8MbMN0xDimhHGc1WTKLZaA>

- [4] พิษญา ดิลกพัฒน์มงคล. (2557). บทความเผยแพร่ความรู้สู่ประชาชน. <http://www.pharmacy.mahidol.ac.th>
- [5] Infographic Thailand. (2561). เบื้องหลังการทำ motion graphic 1 ชิ้น. <https://infographicthailand.com/เบื้องหลังการทำ-motion-graphic-1-ชิ้น>
- [6] ภัทราวดี วงศ์สุเมธ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบการเรียนรู้ผ่านเว็บ. *วารสารนักบริหาร*, 33(3), 3-10. https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_13/pdf/aw01.pdf
- [7] สุโรทัย แสนจันทร์แดง, และ ธวัชชัย สหพงษ์. (2559). การพัฒนาโมชันกราฟิก เรื่อง การเลิกทาสในสมัยรัชกาลที่ 5. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 2*. (น. 175-182). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- [8] เบญจวรรณ จุฬะมั่ง, และ ธวัชชัย สหพงษ์. (2560). การพัฒนาโมชันกราฟิก เรื่อง ตำนานพระธาตุขามแก่น. *วารสารโครงการวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. 3(2), 1-6. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/project-journal/article/view/152881/111480>
- [9] อภิธา รุณวาทย์. (2561). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. *วารสารโครงการวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. 4(2), 7-16. <http://it.rmu.ac.th/project-journal/assets/uploads/formidable/6/4-2-2-1.pdf>
- [10] พัชรภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี, และ พัชรภรณ์ บ่อน้อย. (2562). สื่อโมชันกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางสรรพสินค้าออนไลน์. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ครั้งที่ 4 และ การประชุมวิชาการระดับนานาชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ครั้งที่ 1* (น. 318-325). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. http://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/1087/RMUTRCON_N1008-130-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [11] Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Harper and Row.
- [12] เทศบาลตำบลหนองบัว. (2558). ข้อมูลสภาพทั่วไป. <http://www.nongbuachan.go.th/about.php?id=6>
- [13] ภัทรี ภัทรโสภสกุล. (2561). การเล่าเรื่องโดยใช้สื่อดิจิทัล (Digital Storytelling) ในการรายงานข่าวภัยพิบัติของสำนักข่าว CNN. [การศึกษารายบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Pattaree.Pat.pdf>
- [14] ล้วน สายยศ, และ อังคณา สายยศ. (2538). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). สุวีริยาสาส์น.
- [15] ชยานนท์ พิพัฒน์ไชยศิริ, พรหมเพ็ญ ฉายปรีชา, และ ชัยพร พานิชรุติวงศ์. (2559). โครงการออกแบบแอนิเมชัน 3 มิติ แนวโมชันกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2559*. (น. 544-549). มหาวิทยาลัยรังสิต. <https://rsucon.rsu.ac.th/files/proceedings/nation2016/G3-05.pdf>