

การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย”

Development of Motion Graphic on “Bueng Phlan Chai”

รัชชัย สหพงษ์^{1*}, ปิยศักดิ์ ถิธาสนา², ธาริชา ดงสงคราม³, นฤมล สรนเสาวภาคย์⁴,

บัณฑิต สุวรรณโท⁵ และ ศศิธา อุดรลาย⁶

Thawatchai Sahapong^{1*}, Piyasak Theeasanaand², Thareechon Dongsongkram³,

Narumol Satanasawapak⁴, Bundit Suwannatho⁵ and Sasithon Udonlai⁶

สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม^{1*,2,3,4,5,6}

Multimedia Technology and Animation Faculty of Science and Technology

Rajabhat Maha Sarakham University^{1*,2,3,4,5,6}

E-Mail : Thawatchai.s@rmu.ac.th^{1*}, piyasak.t@rmu.ac.th², Thareechon@rmu.ac.th³,

Narumol.in@rmu.ac.th⁴, bundit.su@rmu.ac.th⁵, udonsasithon7@gmail.com⁶

(Received : February 23, 2025; Revised : May 22, 2026; Accepted : May 26, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบและพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” 2) เพื่อศึกษาคุณภาพของสื่อที่พัฒนาขึ้น และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อดังกล่าว กลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวน 3 คน เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อ และนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน จำนวน 30 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) สื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” 2) แบบประเมินคุณภาพ และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของสื่อโมชันกราฟิกสามารถจำแนกได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านแนวคิดและเนื้อหา ด้านการออกแบบภาพและกราฟิก ด้านการเคลื่อนไหว และด้านเสียงและดนตรี ประกอบ โดยสื่อที่พัฒนาขึ้นมีความยาว 4.45 นาที มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ผ่านการประยุกต์ใช้โมเดลสามมิติในการนำเสนอเนื้อหา 2) ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.51) และ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.77) ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าสื่อโมชันกราฟิกสามารถเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารและส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่นในบริบทสังคมดิจิทัล

คำสำคัญ : โมชันกราฟิก, การพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย, การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว, บึงพลาญชัย, ร้อยเอ็ด

ABSTRACT

This research was conducted as research and development. The objectives were to: 1) synthesize the components and develop motion graphic media entitled “Bueng Phlan Chai”; 2) study the quality of the developed media; and 3) study the target group’s satisfaction with the media. The target groups were divided into two groups: three experts in digital media technology who evaluated the quality of the media, and 30 students in Multimedia Technology and Animation who evaluated their satisfaction with the media. The research instruments included: 1) motion graphic media entitled “Bueng Phlan Chai”; 2) a quality assessment form; and 3) a satisfaction assessment form. Data were analyzed using mean and standard deviation.

The research findings revealed that: 1) the synthesized components of the motion graphic media could be classified into four aspects: concept and content, visual and graphic design, motion, and sound and background music. The developed media was 4.45 minutes long and focused on public relations and tourism promotion in Roi Et Province through the application of three-dimensional models for content presentation; 2) the overall quality evaluation by experts was at the highest level ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.51); and 3) the target group's satisfaction was at a high level ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.77). The findings reflect that motion graphic media can serve as an effective tool for communication and local tourism promotion in the context of a digital society.

Keywords : Motion Graphic, Multimedia Development, Tourism Promotion, Bueng Phlan Chai, Roi Et

บทนำ

บึงพลาญชัยเป็นพื้นที่สาธารณะใจกลางเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญของพื้นที่ โดยพื้นที่ดังกล่าวมิได้เป็นเพียงแหล่งพักผ่อนและนันทนาการของประชาชนเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและกิจกรรมสาธารณะของจังหวัดอย่างต่อเนื่อง [1] ความสำคัญของบึงพลาญชัยจึงอยู่ที่การเป็นศูนย์กลางของชีวิตชุมชนและเป็นองค์ประกอบที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดร้อยเอ็ดได้อย่างชัดเจน

ในบริบทสังคมดิจิทัล ปัจจุบันจังหวัดร้อยเอ็ดได้รับการส่งเสริมให้เป็นหนึ่งในกลุ่มจังหวัด "เมืองน่าเที่ยว" ที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง [2] ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวยุคใหม่นี้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประชากรในยุคดิจิทัลที่มีพฤติกรรมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์และอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยนิยมบริโภคสื่อในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวและวิดีโอสั้นสูงถึงร้อยละ 88.9 [3] ส่งผลให้การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปนี้

ด้วยเหตุนี้ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารไปสู่สื่อดิจิทัลในรูปแบบมัลติมีเดีย โดยเฉพาะโมชันกราฟิกจึงไม่ใช่เพียงทางเลือกเพื่อความทันสมัย แต่เป็นความจำเป็นเร่งด่วนในการแก้ปัญหการเข้าถึงข้อมูล งานวิจัยในประเทศไทยสนับสนุนว่าการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้ เช่น การศึกษาของ สุทธิพงษ์ คล่องดี และ นลินี ชนะมูล พบว่าสื่อโมชันกราฟิกที่พัฒนาเพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถสร้างความเข้าใจและความสนใจแก่กลุ่มเป้าหมายในระดับมาก [4] ขณะที่ ธวัชชัย สหพงษ์ รายงานว่าการใช้โมชันกราฟิกในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและสื่อสารเนื้อหาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรู้ ความพึงพอใจ และทัศนคติเชิงบวกของผู้ชมต่อตัวสื่อได้อย่างมีนัยสำคัญ [5]

อย่างไรก็ตาม แม้บึงพลาญชัยจะมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และเป็นแลนด์มาร์คสำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด แต่ในมิติของการประชาสัมพันธ์จริงในพื้นที่ปัจจุบัน ยังคงพึ่งพาเพียงป้ายนิเทศการถาวรแบบข้อความนิ่งและเอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม ซึ่งขาดความน่าดึงดูดและไม่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเชิงลึกได้อย่างเป็นระบบ รวมถึงขาดสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม แม้บึงพลาญชัยจะมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และเป็นแลนด์มาร์คสำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด แต่ยังคงขาดสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเชิงลึกอย่างเป็นระบบและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์บึงพลาญชัยจึงมีความสำคัญทั้งในมิติการอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรม การสร้างการรับรู้ของประชาชน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดร้อยเอ็ด โดยควบคู่กับการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบเชิงวิชาการ

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.1 เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบและพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลานุชัย”
- 1.2 เพื่อศึกษาคุณภาพของโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลานุชัย”
- 1.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก เรื่องบึงพลานุชัย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บึงพลานุชัยมีบทบาทสำคัญในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภคของประชาชน แหล่งน้ำเพื่อการเกษตร และเป็นสถานที่หลบภัยในช่วงสงคราม เนื่องจากพื้นที่โดยรอบของบึงเป็นป่ารกและมีเกาะกลางน้ำ ซึ่งทำให้สามารถใช้เป็นที่หลบซ่อนจากศัตรูได้ นอกจากนี้ บึงพลานุชัยยังมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อและศาสนา เนื่องจากการสร้างศาลหลักเมืองขึ้นภายในพื้นที่บึงเพื่อเป็นที่เคารพบูชาของชาวร้อยเอ็ด อีกทั้งยังเป็นสถานที่จัดพิธีกรรมทางศาสนาและประเพณีต่าง ๆ เช่น พิธีบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ประเพณีสงกรานต์ และประเพณีลอยกระทง เป็นต้น ในปัจจุบัน บึงพลานุชัยได้รับการพัฒนาให้เป็นสวนสาธารณะและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามมากขึ้น รวมถึงการสร้างสิ่งก่อสร้างและจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและประชาชนที่มาเยี่ยมชม ได้แก่

2.1.1 หอโหวด 101 : เป็นหอชมวิวที่มีความสูง 101 เมตร เป็นจุดชมวิวมีถึงชั้น 25 ซึ่งเป็นจุดที่สามารถมองเห็นวิวของเมืองร้อยเอ็ดและบึงพลานุชัยได้อย่างชัดเจน

2.1.2 ลานสาเกตนคร101 : เป็นเวทีที่มีไว้จัดงานสำคัญต่างๆ และเป็นสถานที่เต้นแอโรบิคขนาดใหญ่หน้าหอโหวด เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายและเพื่อสุขภาพที่ดีของคนในท้องถิ่น

2.1.3 ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง: เป็นสถานที่สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวร้อยเอ็ด ที่ผู้คนมักมากราบไหว้เพื่อความเป็นสิริมงคล

2.1.4 สนามบาสเกตบอล : เป็น2สนามขนาดใหญ่อยู่ติดกันและมีอัฒจันทร์ล้อมรอบ และในบางครั้งสนามบาสเกตบอล บึงพลานุชัยร้อยเอ็ด จะมีการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาบาสเกตบอล อบจ.ร้อยเอ็ด

2.1.5 ภูพลานุชัย : น้ำตกจำลองและรูปปั้นสัตว์ต่าง ๆ ที่สร้างบรรยากาศเหมือนสวนสัตว์

2.1.6 สนามเด็กเล่นสร้างปัญญา : ที่เพิ่งเปิดทำการเมื่อวันที่31 มกราคม 2567 เพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้ให้เด็กได้เรียนรู้ในพื้นที่ธรรมชาติ จะทำให้เด็กเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีจินตนาการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

บึงพลานุชัยเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญอย่างมากต่อจังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งในแง่ของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ในอดีต บึงพลานุชัยเป็นแหล่งน้ำสำคัญที่ช่วยหล่อเลี้ยงชีวิตของประชาชน ขณะที่ในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและสวนสาธารณะที่มีความสวยงาม และยังคงเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมทางวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ด การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้บึงพลานุชัยยังคงเป็นสถานที่สำคัญสำหรับคนรุ่นต่อไป

2.2 โมชันกราฟิก โมชันกราฟิกเกิดมาจากการผสมคำ 2 คำ คือโมชัน (Motion) ที่หมายถึงการเคลื่อนไหว และ คำว่ากราฟิก (Graphic) หมายถึง ภาพ ซึ่งภาพในที่นี้เป็นได้หลายอย่างไม่ใช่แค่เพียง ภาพถ่ายเท่านั้น แต่ไม่ว่าจะเป็นภาพการ์ตูนรูปสี่เหลี่ยมสามเหลี่ยมเส้นทุกอย่างล้วนนับเป็น ภาพกราฟิกได้หมดเมื่อสอง คำนี้มารวมกันเป็นคำว่าโมชันกราฟิกจะแปลแบบง่าย ๆ ว่าภาพกราฟิก แบบเคลื่อนไหวนั่นเอง โดยโมชันกราฟิกจะเป็นการนำกราฟิกต่าง ๆ มาขยับ และเคลื่อนไหวให้เกิด ความน่าสนใจ ซึ่งจะช่วยสร้าง ความสนุกสนานให้กับงานกราฟิกที่เป็นภาพนิ่ง และบอกเล่าเรื่องราว ข้อมูลต่าง ๆ ได้มีชีวิตชีวายิ่งขึ้น [6]

โมชันกราฟิกเป็นการเล่าเรื่องราวที่มีข้อมูลมาก เข้าใจยาก ออกมาในรูปแบบที่สวยงามสนุกสนาน นำติดตาม และเข้าใจง่าย มี 7 ขั้นตอน ดังนี้

2.2.1 การกำหนดแนวคิดและทิศทางงาน (Direction Concept) เป็นขั้นตอนการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และสารที่ต้องการสื่อ เพื่อกำหนดโครงสร้างการเล่าเรื่องและแนวคิดหลักของงาน

2.2.2 การจัดทำมู้ดบอร์ด (Mood Board) เป็นการรวบรวมแรงบันดาลใจด้านภาพ สี ตัวอักษร และรูปแบบกราฟิก เพื่อกำหนดทิศทางทางภาพและสร้างความสอดคล้องของงานทั้งระบบ

2.2.3 การเขียนบท (Script) เป็นการกำหนดลำดับเนื้อหาและเหตุการณ์อย่างเป็นระบบ ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับตัวละคร สถานการณ์ เวลา สถานที่ และบทบรรยาย เพื่อใช้เป็นโครงสร้างหลักก่อนการผลิต

2.2.4 การจัดทำสตอรี่บอร์ด (Storyboard) เป็นการแปลงบทให้อยู่ในรูปแบบภาพร่างลำดับฉาก พร้อมกำหนดรายละเอียดของภาพ ข้อความ เสียง และจังหวะการปรากฏ เพื่อใช้เป็นแผนงานก่อนสร้างแอนิเมชันจริง

2.2.5 การสร้างภาพเคลื่อนไหว (Animation) เป็นขั้นตอนการทำให้กราฟิกเกิดการเคลื่อนไหว โดยใช้เทคนิคแบบ Straight Ahead Animation หรือ Pose-to-Pose ซึ่งอาศัยการกำหนดคีย์เฟรมและการคำนวณจังหวะการเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

2.2.6 การผสมเสียง (Sound Mixing) เป็นการจัดการเสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์ และเสียงบรรยากาศ ให้สมดุลและสอดคล้องกับภาพ

2.2.7 การใส่ดนตรีประกอบ (Music) เป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมอารมณ์และความสมบูรณ์ของงาน โดยต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและความพอดีของการใช้เสียง

โดยสรุป กระบวนการผลิตโมชันกราฟิกเป็นกระบวนการที่ต้องบูรณาการทั้งด้านการออกแบบ การเล่าเรื่อง และเทคนิคการผลิตสื่อดิจิทัล เพื่อให้เกิดสื่อที่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข้อมูลอย่างชัดเจน น่าสนใจ และเข้าใจง่าย

2.3 หลักการผลิตสื่อ 3P

สุรชาติ หอมสุวรรณ [7] เสนอหลักการผลิตสื่อ 3P ซึ่งแบ่งกระบวนการผลิตออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นตอนเตรียมการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต โดยแต่ละขั้นตอนมีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพของงานสื่อ ดังนี้

2.3.1 ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production)

เป็นขั้นตอนวางแผนและกำหนดทิศทางของโครงการ ประกอบด้วย การกำหนดแนวคิด (Concept) การพัฒนาเนื้อเรื่อง (Development) การเขียนบท (Script) การจัดทำสตอรี่บอร์ด (Storyboard) และการเตรียมองค์ประกอบดิจิทัล เช่น การทำโมเดลและพื้นผิว (Modelling & Texturing) รวมถึงการบันทึกเสียง (Vocal Track) ขั้นตอนนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญ เพราะเป็นการกำหนดโครงสร้างเรื่อง มุกตลก อารมณ์ และองค์ประกอบเสียง หากวางแผนอย่างรอบคอบจะช่วยให้กระบวนการผลิตในขั้นต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

เป็นขั้นตอนการสร้างสรรคงานตามแผนที่กำหนดไว้ เช่น การออกแบบตัวละคร ฉาก แสง สี และการสร้างแอนิเมชันตามสตอรี่บอร์ด โดยให้ความสำคัญกับการควบคุมอารมณ์ (Mood) ผ่านการจัดแสงและโทนสี รวมถึงการสร้างมิติ (Depth) ด้วยแสงและเงา เพื่อให้ภาพสื่อมีความลึกและสมจริง

2.3.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

เป็นขั้นตอนการรวบรวม ตัดต่อ และปรับแก้งานให้สมบูรณ์ก่อนเผยแพร่ ประกอบด้วย การตัดต่อ (Editing) การประกอบภาพ (Compositing) การปรับแสงและสีให้กลมกลืน รวมถึงการใส่ดนตรีและเสียงประกอบ (Music & Sound Effects) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมอารมณ์และความสมจริงของงาน โดยเทคโนโลยีดิจิทัลมีส่วนช่วยในการสังเคราะห์เสียงและเพิ่มคุณภาพของสื่ออย่างมาก

โดยสรุป แนวคิด 3P เป็นกรอบกระบวนการผลิตสื่อที่เน้นการวางแผนอย่างเป็นระบบ การควบคุมคุณภาพในระหว่างการผลิต และการตรวจสอบปรับปรุงในขั้นสุดท้าย เพื่อให้ได้สื่อที่มีความสมบูรณ์ทั้งด้านเนื้อหา ภาพ และเสียง

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธวัชชัย สหพงษ์. [5] ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยโมชันกราฟิก เรื่อง เส้นทางสายมูพระธาตุประจำวันเกิดนครพนม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทวิเคราะห์แนวทางของการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพระธาตุประจำวันเกิดในจังหวัดนครพนม 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยโมชันกราฟิกเรื่อง เส้นทางสายมูพระธาตุประจำวันเกิดนครพนม 3) เพื่อประเมินความเหมาะสมของสื่อ 4) เพื่อเผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อ ผลการวิจัยปรากฏดังนี้ 1) ผลการศึกษาบริบท วิเคราะห์แนวทางของการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพระธาตุประจำวันเกิดในจังหวัดนครพนม พบว่า โมชันกราฟิกเป็นสื่อที่มีความเหมาะสมในการนำมาพัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ผลการพัฒนาสื่อ ได้สื่อโมชันกราฟิกที่มีความยาว 7.37 นาที โดยจะมีการนำเสนอเนื้อหาตามเส้นทางการท่องเที่ยวพระธาตุประจำวันเกิดในจังหวัดนครพนม พร้อมโมเดล 3 มิติของตัวองค์พระธาตุทั้ง 8 แห่ง 3) ผลการประเมินความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมอยู่ในระดับ เหมาะสมมากที่สุด และ 4) ความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายที่มีสื่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด

ราตรี เอี่ยมประดิษฐ์ กาญจนา ส่งสวัสดิ์ และกนกพร ยัมนิล [8] ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง วัดคู่ประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อโมชันกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัด อ่างทอง 2) ประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้ชมสื่อโมชันกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทองกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้ชมสื่อ จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 1) สื่อโมชันกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง 2) แบบประเมินคุณภาพ และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ชมสื่อ จำนวน 50 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า มีความยาวเรื่องประมาณ 6 นาที นำเสนอเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมาของจังหวัดอ่างทอง, ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ, วัดป่าโมกวรวิหาร, หมู่บ้านท่ากลอง, วัดสี่ร้อย, ตลาดศาลเจ้าโรงทอง, วัดม่วง, วัดสังกระต่าย, พิพิธภัณฑ์เครื่องใช้ไม้ไผ่ บ้านยางทอง, วัดขุนอินทประมูล, วัดไชโยวรวิหาร และบ้านหุ่นเหล็ก เจ้าพระยา และมีผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด และกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือการวิจัย

- 1.1 สื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงปลาญชัย”
- 1.2 แบบประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงปลาญชัย”
- 1.3 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงปลาญชัย”

2. กลุ่มเป้าหมาย

แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อมัลติมีเดียและแอนิเมชัน เป็นอาจารย์ที่มีประสบการณ์การสอนทางสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลในมหาวิทยาลัย จำนวน 3 คน

2.2 นักศึกษาวิชาสาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 30 คน จากวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

3.1 ดำเนินการพัฒนาสื่อโดยใช้หลักการผลิตสื่อ 3P ดังนี้

3.1.1 ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production)

เป็นขั้นตอนวางแผนและกำหนดทิศทางของโครงการ ประกอบด้วย การกำหนดแนวคิด (Concept) การพัฒนาเนื้อเรื่อง (Development) การเขียนบท (Script) การจัดทำสตอรี่บอร์ด (Storyboard) และการเตรียมองค์ประกอบดิจิทัล เช่น การทำโมเดลและพื้นผิว (Modelling & Texturing) รวมถึงการบันทึกเสียง (Vocal Track) ขั้นตอนนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญ เพราะเป็นการกำหนดโครงสร้างเรื่อง มุกตลก อารมณ์ และองค์ประกอบเสียง หากวางแผนอย่างรอบคอบจะช่วยให้กระบวนการผลิตในขั้นต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.1.2 ขั้นการผลิต (Production)

เป็นขั้นตอนการสร้างสรรคงานตามแผนที่กำหนดไว้ เช่น การออกแบบตัวละคร ฉาก แสง สี และการสร้างแอนิเมชันตามสตอรี่บอร์ด โดยให้ความสำคัญกับการควบคุมอารมณ์ (Mood) ผ่านการจัดแสงและโทนสี รวมถึงการสร้างมิติ (Depth) ด้วยแสงและเงา เพื่อให้ภาพสองมิติดูมีความลึกและสมจริง

3.1.3 ขั้นหลังการผลิต (Post-Production)

เป็นขั้นตอนการรวบรวม ตัดต่อ และปรับแก้งานให้สมบูรณ์ก่อนเผยแพร่ ประกอบด้วย การตัดต่อ (Editing) การประกอบภาพ (Compositing) การปรับแสงและสีให้กลมกลืน รวมถึงการใส่ดนตรีและเสียงประกอบ (Music & Sound Effects) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมอารมณ์และความสมจริงของงาน โดยเทคโนโลยีดิจิทัลมีส่วนช่วยในการสังเคราะห์เสียงและเพิ่มคุณภาพของสื่ออย่างมาก

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในการประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงปลาญชัย”

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ดังนี้

3.1.1 เปิดสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงปลาญชัย” ให้ผู้เชี่ยวชาญรับชม

3.1.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินเหมาะสมและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

3.1.3 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.1.4 สรุปผลข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบประเมินความพึงพอใจ

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบประเมินความพึงพอใจต่อสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงปลาญชัย” จากกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

3.2.1 ชี้แจงจุดประสงค์ของการสร้างสื่อและเปิดให้กลุ่มเป้าหมายรับชม

3.2.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะ

3.2.3 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.2.4 สรุปผลข้อมูล

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการแปลผลการหาค่าเฉลี่ยของแบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงปลาญชัย” แปลผลตามค่าเฉลี่ย [9] ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01 – 1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบและพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย”

การสังเคราะห์องค์ประกอบสื่อโมชัน พัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” สามารถสรุปองค์ประกอบสำคัญของโมชันกราฟิกได้ 4 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1.1 องค์ประกอบด้านแนวคิดและเนื้อหา

ครอบคลุมการกำหนดทิศทางงานและการเขียนบท ซึ่งมีผลต่อความถูกต้องของข้อมูล การลำดับเรื่อง และความเข้าใจง่าย ผลการประเมินด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก สะท้อนว่าโครงสร้างสารมีความเหมาะสมและสนับสนุนการสื่อสารเชิงประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 องค์ประกอบด้านการออกแบบภาพและกราฟิก

ครอบคลุมการกำหนดอัตลักษณ์ภาพ สี การจัดองค์ประกอบ และการใช้โมเดล 3 มิติ ซึ่งสัมพันธ์กับขั้นตอน Mood Board และ Storyboard ผลประเมินด้านการออกแบบอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าการวางแผนภาพล่วงหน้าช่วยควบคุมคุณภาพเชิงทัศนศิลป์ของสื่อได้อย่างเป็นระบบ

1.3 องค์ประกอบด้านการเคลื่อนไหว

สัมพันธ์กับขั้นตอน Animate ซึ่งเป็นการทำให้กราฟิกมีชีวิตผ่านจังหวะการนำเสนอและความต่อเนื่องของภาพ ผลประเมินด้านความน่าสนใจและความต่อเนื่องของการดำเนินเรื่องอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สะท้อนว่าการออกแบบจังหวะ (Timing) และการเปลี่ยนภาพ (Transition) มีบทบาทสำคัญต่อการรักษาความสนใจของผู้ชม

1.4 องค์ประกอบด้านเสียงและดนตรีประกอบ

ครอบคลุมเสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์ และดนตรี ซึ่งสัมพันธ์กับขั้นตอน Mix Sound และ Music ผลการประเมินด้านเสียงอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบด้านเสียงเป็นปัจจัยเสริมอารมณ์และเพิ่มความสมบูรณ์ของสื่ออย่างมีนัยสำคัญ

ในการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก ได้สื่อที่มีความยาว 4.45 นาที โดยจะมีการนำเสนอเนื้อหาด้านการประชาสัมพันธ์ การเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม บึงพลาญชัยจังหวัดร้อยเอ็ด พร้อมโมเดล 3 มิติของสถานที่ต่าง ๆ ภายในบึงพลาญชัย แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ตัวอย่างสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย”

2. ผลการประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย”

ผู้วิจัยได้นำสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” ที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อเทคโนโลยี ดิจิทัล จำนวน 3 คน เปิดชมสื่อและประเมินคุณภาพ จากนั้นนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผล แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย”

หัวข้อประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. ด้านเนื้อหา	4.44	0.58	มาก
2. ด้านการออกแบบ	4.33	0.50	มาก
3. ด้านการนำเสนอ การใช้ภาษา และเสียง	4.75	0.45	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.53	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” จากผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการนำเสนอ การใช้ภาษา และเสียง ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.45) รองลง คือ ด้านเนื้อหาเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.58) และ ด้านการออกแบบความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย”

ผลจากการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คนที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผล แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย”

หัวข้อประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. การออกแบบสื่อโมชันผสม 3D มีความน่าสนใจ	4.27	0.83	พึงพอใจมาก
2. ลำดับภาพและการดำเนินเรื่องมีความสวยงาม น่าสนใจ	4.07	0.98	พึงพอใจมาก
3. สีสันการออกแบบสื่อโมชันกราฟิก เรื่องบึงพลาญชัย มีความสวยงาม สบายตา ดูง่าย น่าสนใจ	4.17	0.79	พึงพอใจมาก
4. โมเดล 3 มิติของสถานที่ต่าง ๆ เหมาะสม สวยงามสมจริง	4.47	0.57	พึงพอใจมาก
5. การดำเนินเรื่องมีความน่าสนใจ น่าติดตาม	4.13	0.78	พึงพอใจมาก
6. มีการจัดเนื้อหาเป็นขั้นเป็นตอน มีความต่อเนื่องรับชม และเข้าใจง่าย	4.40	0.62	พึงพอใจมาก
7. เสียงบรรยายมีความเหมาะสม	4.17	0.75	พึงพอใจมาก
8. เสียงบรรยายมีความเหมาะสม ชัดเจน	4.20	0.81	พึงพอใจมาก
9. เสียงเอฟเฟกต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ	3.90	0.80	พึงพอใจมาก
10. ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องมีความเหมาะสม	4.30	0.70	พึงพอใจมาก
เฉลี่ยรวม	4.21	0.77	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D.= 0.77) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากทุกข้อ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย”

1. ผลการวิจัยการสังเคราะห์และพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” พบว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ แนวคิดและเนื้อหา การออกแบบภาพและกราฟิก การเคลื่อนไหว และเสียงและดนตรีประกอบ มีคุณภาพอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สะท้อนว่ากระบวนการออกแบบสื่อที่เป็นระบบส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเชิงประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน

ด้านแนวคิดและเนื้อหา การกำหนดสารหลักและการลำดับเรื่องอย่างเป็นเหตุเป็นผล ช่วยให้ผู้ชมเข้าใจข้อมูลได้ง่ายและลดความซับซ้อนในการรับรู้ ขณะที่ด้านการออกแบบภาพและกราฟิก การใช้ Mood Board และ Storyboard ช่วยควบคุมเอกภาพทางทัศนศิลป์ และเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะการใช้โมเดล 3 มิติที่เพิ่มมิติการรับรู้เชิงพื้นที่

ด้านการเคลื่อนไหว การออกแบบจังหวะและการเปลี่ยนภาพอย่างต่อเนื่องช่วยรักษาความสนใจของผู้ชม ส่วนองค์ประกอบด้านเสียงที่ได้รับการประเมินสูงสุด แสดงให้เห็นบทบาทของเสียงในการเสริมอารมณ์และเพิ่มพลังการโน้มน้าว

โดยสรุป สื่อความยาว 4.45 นาทีที่พัฒนาขึ้นมีศักยภาพในการเป็นต้นแบบการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น และสามารถใช้เป็นกรอบอ้างอิงเชิงวิชาการในการประเมินคุณภาพสื่อโมชันกราฟิกในบริบทการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

2. การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” ได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.51) ได้สรุปผลการศึกษาการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ได้ใช้กระบวนการ 3P ในการผลิตประกอบด้วย Pre-Production (ก่อนการผลิต) จัดทำสตอรี่บอร์ด เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำอย่างต่อเนื่อง จนเข้าสู่ขั้นตอน Production (การผลิต) ทำตามสตอรี่บอร์ดเริ่มที่ปั้นโมเดลสถานที่ต่าง ๆ ในบึงพลาญชัย ได้เตรียมองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น เสียงบรรยาย เสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟคต่างๆ ตามสตอรี่บอร์ดจนครบ เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำอาจารย์ที่ปรึกษา และนำสู่ขั้นตอน Post-Production (หลังการผลิต) นำสินที่ได้จากขั้นตอนการผลิตประกอบให้ตรงตามสตอรี่บอร์ด ตรวจสอบความถูกต้องของงาน จากนั้นนำชิ้นงานเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำสื่อที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ จากนั้นทำการปรับปรุงตามที่ได้รับคำแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธวัชชัย สหพงษ์ [4] ที่ได้ทำการวิจัยการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัฒนธรรมด้วยโมชันกราฟิก เรื่อง เส้นทางสายมูพระธาตุประจำวันเกิดนครพนม มีผลการประเมินความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.54)

3. การประเมินความพึงพอใจของโมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” ต่อนักศึกษาศาสาวิชาเทคโนโลยี มัลติมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 30 คน พบว่าสรุปผลการศึกษาการประเมินความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D.= 0.77) ที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อันเนื่องมาจาก โมชันกราฟิก เรื่อง “บึงพลาญชัย” มีความสวยงามและความเพลิดเพลินเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทั้งเสียงบรรยายที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ราตรี เอี่ยมประดิษฐ์ กาญจนา ส่งสวัสดิ์ และกนกพร ยัมนิล [7] ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด และกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับมากที่สุด อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายข้อในด้านความพึงพอใจ พบว่ารายการ 'ลำดับภาพและการดำเนินเรื่อง' มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.98$) สูงกว่าข้ออื่นอย่างชัดเจน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันค่อนข้างมากในประเด็นนี้ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน ซึ่งมีพื้นฐานความรู้และสันทัดในการรับชมสื่อที่หลากหลาย ทำให้ความคาดหวังต่อจังหวะการเล่าเรื่องและการลำดับภาพมีความแตกต่างกันตามประสบการณ์ส่วนบุคคล"

4. ข้อจำกัดของการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ข้อจำกัดบางประการที่ควรพิจารณา คือ 1) กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจจำกัดเฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน ซึ่งเป็นผู้ที่มีพื้นฐานความรู้ด้านการผลิตสื่อผลการประเมินจึงอาจสะท้อนมุมมองเชิงเทคนิคมากกว่ามุมมองของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวทั่วไป 2) บริบทของเนื้อหา มุ่งเน้นไปที่สถานที่สำคัญภายในบึงพลาญชัยเท่านั้น และ 3) สภาพแวดล้อมในการทดสอบเป็นการรับชมสื่อในสถานการณ์จำลอง ไม่ได้เป็นการทดสอบใช้งานจริงในพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งอาจส่งผลต่อการรับรู้บรรยากาศที่แตกต่างไปจากการใช้งานจริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้

ได้สื่อโมชันกราฟิกที่มีคุณภาพ เป็นสื่อรูปแบบสมัยใหม่ที่มีความน่าสนใจ มีรูปแบบการนำเสนอที่กระชับ เข้าถึงได้ผู้รับชมได้ง่ายผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ในประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด

2. ข้อเสนอแนะในการทำโครงการครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาการพัฒนาโมชันกราฟิก เรื่อง "บึงพลาญชัย" ควรมีการศึกษารูปแบบการนำเสนอแบบอื่น ๆ และใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะนำมาพัฒนา หรือเทคนิคอื่น ๆ ให้มีความสนุก น่าสนใจ กับกลุ่มตัวอย่างมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] Roi Et Town Municipality, *Local Development Plan (2023 – 2027)* Roi Et Town Municipality. Roi Et, Thailand: Strategy and Budget Division, Roi Et Town Municipality, 2021. (in Thai)
- [2] Tourism and Sports Economics Division, *Domestic Tourism Situation Report by Province 2023*. Bangkok, Thailand: Ministry of Tourism and Sports, 2024. (in Thai)
- [3] Electronic Transactions Development Agency (ETDA), *Thailand Internet User Profile 2023*. Bangkok, Thailand: Ministry of Digital Economy and Society, 2023. (in Thai)
- [4] S. Klongdee and N. Chanamoon, "Development of motion graphic media introducing ecotourism attractions in the Khanom Plaek Community along Nong Bua Canal, Chanthaburi Province," *Journal of Applied Information Technology*, vol. 7, no. 2, pp. 75–83, 2021. (in Thai)
- [5] T. Sahapong, "The development of cultural tourism public relations media using motion graphics: Mutelu route of the birthday relics in Nakhon Phanom," *Academic Journal of Technology Management, Mahasarakham Rajabhat University*, vol. 9, no. 2, pp. 121–136, 2024. (in Thai)
- [6] J. Teshna, "Motion graphic theory," Lecture notes, Department of Information Technology, Siam University, Bangkok, Thailand, 2017. [Online]. Available: http://www.researchsystem.siam.edu/images/IT_Department/Narongrit/3_2559/Motion_Graphics_Cyber_security_threats/07_ch2.pdf. (in Thai)
- [7] S. Homsuwan, *Motion Graphic Design*. Bangkok, Thailand: Bansomdejchaopraya Rajabhat University, 2020. (in Thai)

- [8] R. Iampradit, K. Songsawat, and K. Yimnil, "The development of motion graphics to promote tourism in Ang Thong Province," Research Report, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Thailand, 2022. (in Thai)
- [9] B. Srisa-ard, *Introduction to Research*, 7th ed. Bangkok, Thailand: Suwiriyasam, 2002. (in Thai)