

## สารบัญ

|                                                                                                         | หน้า     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....                                                                                    | (1)      |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....                                                                                 | (2)      |
| กิตติกรรมประกาศ.....                                                                                    | (3)      |
| สารบัญ.....                                                                                             | (4)      |
| สารบัญตาราง.....                                                                                        | (8)      |
| สารบัญภาพ.....                                                                                          | (9)      |
| <b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>                                                                                | <b>1</b> |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....                                                                     | 1        |
| ปัญหานำการทำวิจัย.....                                                                                  | 4        |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....                                                                            | 4        |
| ประโยชน์ของการวิจัย.....                                                                                | 4        |
| ขอบเขตของการวิจัย.....                                                                                  | 4        |
| นิยามศัพท์เฉพาะ.....                                                                                    | 5        |
| สมมติฐานของการวิจัย.....                                                                                | 7        |
| <b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>                                              | <b>8</b> |
| ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (Mass Communication Theory) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ (Online Media)..... | 8        |
| ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda-Setting Theory) .....                                                  | 9        |
| ทฤษฎีการเพาะบ่ม (Cultivation Theory).....                                                               | 11       |
| ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory).....                                         | 12       |
| แนวคิดการสื่อสารในสังคมเครือข่าย (Networked Society).....                                               | 14       |
| ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ (Persuasion Theory).....                                                             | 16       |
| องค์ประกอบของผู้สื่อสาร (Source Factors).....                                                           | 17       |
| องค์ประกอบของเนื้อหา (Message Factors).....                                                             | 18       |
| องค์ประกอบของผู้รับสาร (Receiver Factors).....                                                          | 19       |
| ช่องทางการสื่อสาร (Channel Factors).....                                                                | 20       |
| ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory).....                                         | 21       |
| แรงจูงใจด้านความรู้และข้อมูล (Cognitive Gratifications).....                                            | 22       |
| แรงจูงใจด้านอารมณ์และความเพลิดเพลิน (Affective Gratifications).....                                     | 29       |

## สารบัญ(ต่อ)

|                                                                                                     | หน้า      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| แรงจูงใจด้านสังคมและการมีส่วนร่วม (Social Integrative Gratifications).....                          | 34        |
| แนวคิดการเล่าเรื่องเชิงอารมณ์ (Emotional Storytelling).....                                         | 37        |
| ทฤษฎี Affective Response Theory.....                                                                | 38        |
| ทฤษฎี Narrative Transportation Theory .....                                                         | 39        |
| ทฤษฎี Emotion Theory in Marketing .....                                                             | 40        |
| แนวคิดภาพยนตร์สั้นเชิงพาณิชย์ (Commercial Short Film Concept).....                                  | 41        |
| ความกระชับและเนื้อหาที่เข้มข้น.....                                                                 | 42        |
| การสร้างอารมณ์ร่วม (Emotional Engagement).....                                                      | 43        |
| การสร้างอารมณ์ร่วม (Emotional Engagement).....                                                      | 43        |
| การออกแบบเชิงศิลป์และเทคนิคภาพยนตร์ (Cinematic Techniques) .....                                    | 44        |
| แนวคิดสื่อออนไลน์และการตลาดดิจิทัล (Online Media and Digital Marketing)..                           | 47        |
| พัฒนาการของสื่อออนไลน์และการตลาดดิจิทัล.....                                                        | 48        |
| กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing Strategy) .....                                        | 49        |
| กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing Strategy) .....                                        | 50        |
| กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing Strategy) .....                                        | 50        |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                                                                          | 53        |
| กรอบแนวคิดการวิจัย.....                                                                             | 57        |
| <b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....</b>                                                           | <b>59</b> |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....                                                   | 59        |
| เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....                                                          | 61        |
| การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....                                                                     | 62        |
| การวิเคราะห์ข้อมูล.....                                                                             | 62        |
| <b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>                                                              | <b>64</b> |
| การเขียนผลสรุปในส่วนนี้เป็นเรื่อง การสร้างภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์บน<br>สื่อออนไลน์ ประกอบไปด้วย..... | 64        |
| แนวคิดหรือทัศนคติต่อการทำภาพยนตร์โฆษณา.....                                                         | 65        |
| บุคคลใดที่เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์ผลงานในการทำงานภาพยนตร์<br>สั้นเชิงอารมณ์.....                 | 66        |
| การเล่าเรื่องภาพยนตร์โฆษณาให้น่าสนใจ.....                                                           | 66        |

## สารบัญ(ต่อ)

|                                                                                                                       | หน้า       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| ภาพยนตร์โฆษณาที่ประทับใจหรือชื่นชอบที่สุด.....                                                                        | 67         |
| การประเมินข้อเสนอแนะในภาพยนตร์โฆษณา (Feedback).....                                                                   | 68         |
| มีแนวทางในการทำภาพยนตร์โฆษณาอย่างไรให้โดดเด่นเป็นที่ยอมรับ.....                                                       | 69         |
| การเขียนผลสรุปในส่วนนี้เป็นเรื่องของการตลาดเชิงเนื้อหาเพื่อเป็นการต่อยอดการผลิตภาพยนตร์โฆษณาในอนาคต ประกอบไปด้วย..... | 70         |
| เทคนิคในการสร้างภาพยนตร์โฆษณาให้ผู้ชมประทับใจ.....                                                                    | 70         |
| ภาพยนตร์โฆษณาที่มีเนื้อหาหลักมีวิธีหรือการคิดคอนเซ็ปต์อย่างไร.....                                                    | 71         |
| จุดยืนในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเนื้อหาซึ่งโดนใจมีวิธีสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างไร.....                                       | 73         |
| การทำภาพยนตร์สั้นที่ให้ประโยชน์ต่อสังคม มีการคิดหรือผลิตอย่างไร.....                                                  | 74         |
| การทำภาพยนตร์โฆษณามีวิธีดึงดูดกลุ่มคนรับชมรุ่นใหม่อย่างไร.....                                                        | 75         |
| ทำไมถึงใส่เรื่องเชิงสังคมและเรื่องอารมณ์ลงในหนังโฆษณา.....                                                            | 76         |
| การทำภาพยนตร์โฆษณามีวิธีดึงดูดกลุ่มคนรับชมรุ่นใหม่อย่างไร.....                                                        | 79         |
| การเขียนผลสรุปในส่วนนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจประกอบไปด้วย.....                                           | 79         |
| สื่อภาพยนตร์โฆษณาที่ทำเพื่อมุ่งเน้นไปทางธุรกิจหรือให้ประโยชน์แก่สังคม.....                                            | 79         |
| ทุกวันนี้ใช้หลักวิธีการใดในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณา.....                                                            | 81         |
| คิดว่าสิ่งไหนทำให้คุณคิดงานต่างจากคนอื่นทำให้งานคุณโดดเด่น.....                                                       | 82         |
| บทสรุปประเด็น 4P ของผู้สัมภาษณ์.....                                                                                  | 82         |
| ด้านผลิตภัณฑ์.....                                                                                                    | 83         |
| ด้านราคา.....                                                                                                         | 83         |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด.....                                                                                           | 84         |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด.....                                                                                           | 84         |
| บทสรุปเรื่องการจัดตั้งธุรกิจ.....                                                                                     | 85         |
| บทสรุปของงานวิจัย.....                                                                                                | 85         |
| <b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>                                                                      | <b>108</b> |
| สรุปผลการวิจัย.....                                                                                                   | 108        |
| ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์บนสื่อออนไลน์.....                                          | 108        |
| ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับเรื่องของการตลาดเชิงเนื้อหา.....                                                               | 109        |
| อภิปรายผล.....                                                                                                        | 112        |

## สารบัญ(ต่อ)

|                                                          | หน้า |
|----------------------------------------------------------|------|
| การสร้างภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์บนสื่อออนไลน์.....         | 112  |
| การสร้างภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์บนสื่อออนไลน์.....         | 113  |
| ข้อเสนอแนะ.....                                          | 115  |
| บรรณานุกรม.....                                          | 116  |
| ภาคผนวก.....                                             | 119  |
| ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้กำกับและเจ้าของบริษัท..... | 120  |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |                                                                                                                              | หน้า |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 2.1      | ตารางแสดงของแรงจูงใจด้านอารมณ์และความเพลิดเพลิน(Affective Gratifications).....                                               | 29   |
| 4.1      | สรุปเนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ของคุณกาว อัจฉรินทร์ (ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา)ในเรื่องการสร้างภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์บนสื่อออนไลน์..... | 87   |
| 4.3      | สรุปเนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ของหลิว อี้ฉิน (ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา)ในเรื่องการสร้างภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์บนสื่อออนไลน์.....       | 93   |
| 4.4      | สรุปเนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ของคุณหวัง เจิ้นหยาง (ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา)ในเรื่องการสร้างภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์บนสื่อออนไลน์..... | 102  |

## สารบัญแผนภาพ

| ตารางที่ |                                                                          | หน้า |
|----------|--------------------------------------------------------------------------|------|
| 2.1      | แสดงกระบวนการในการเลือกการเปิดรับสื่อ.....                               | 24   |
| 2.2      | แสดงแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว | 39   |
| 2.3      | แสดงกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย.....                                         | 58   |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี