

การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit
เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium

THE DEVELOPMENT OF VIDEO CONTENT USING
THE FEATURE ADVANTAGE BENEFIT STORY TELLING TECHNIQUE FOR
PUBLIC RELATIONS FOR THE 9th STADIUM PROGRAM

กุลธิตา ธรรมวิวัฒน์¹, พรปภัสสร ปริณชาณกุล², เตชิต เสหาแสง³ และ ธนกร มนตรีพิศุทธิ์⁴

Kuntida Thamwipat¹, Pornpapatsorn Princhanok², Tachit Sohsawaeng³ and Thanakorn Montripisut⁴

คณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี^{1,2,3,4}

Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi^{1,2,3,4}

Corresponding author: email: kuntida.tha@kmutt.ac.th¹

Received: June 14, 2023

Revised: June 24, 2023

Accepted: June 27, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพของวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium เพื่อประเมินผลการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้นตามรูปแบบ ADDIE Model เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอแบบประเมินผลการรับรู้และแบบประเมินความพึงพอใจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง คือ ผู้ชมรายการของเพจ 9th Stadium ที่เคยรับชมวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้นบนเพจ 9th Stadium จำนวน 30 คน ผลการพัฒนาได้วิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium จำนวน 1 คลิป ผลจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.48) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.45) ผลประเมินการรับรู้และความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.43, S.D. = 0.66) ($\bar{X}$ = 4.40, S.D. = 0.66) ตามลำดับ สรุปได้ว่าวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : การเล่าเรื่อง, วิดีโอคอนเทนต์, ประชาสัมพันธ์, 9th Stadium

Abstract

The objectives of this research were to develop and evaluate the video content using the feature advantage benefit storytelling technique for public relations for the 9th Stadium program on the 9th Stadium page. To assess the perception and satisfaction of the sample towards the developed video content based on the ADDIE model. The tools used in this study consisted of: content and presentation quality assessment form ,

a perception assessment form , and a satisfaction assessment form. Data collected from the sample group by purposive chosen, which consisted of 30 viewers of the 9th Stadium page who had previously watched video content developed on the 9th Stadium page. The results of the development were 1 clip of video content using the feature advantage benefit story telling technique for public relations for the 9th Stadium program on the 9th Stadium page. The result evaluated by experts, indicated that the content quality was at a very good level ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.48) , and the quality of the presentation media was at a very good level ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45). The evaluation of perception and satisfaction from the sample group was at a high level ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.66) , ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.61) respectively. It could be concluded that the developed video content could be used with quality.

Keywords: Story Telling, Video Content, Public Relations, 9th Stadium

บทนำ

การประชาสัมพันธ์ เป็นหนึ่งในส่วนผสมของการสื่อสารทางการตลาดซึ่งมีความสำคัญอย่างหนึ่งขององค์กรที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้องค์การอาจอยู่ในรูปของบริษัทห้างร้าน สมาคมหรือหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนหนึ่ง และระบบสังคมซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน องค์กรจะไม่สามารถอยู่ในสังคมได้ หรืออยู่ได้ยาก หากปราศจากการยอมรับและความเข้าใจจากสาธารณชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการต้องให้ความสนใจต่อการทำความเข้าใจ และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน โดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สาธารณชนมีทัศนคติ ความเชื่อ หรือมุมมองที่ดีต่อองค์กรอันจะส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างราบรื่นในระยะยาวขององค์กร [1] ทั้งนี้ในการสื่อสารยุคปัจจุบันมักใช้การเล่าเรื่อง (Story Telling) เพื่อบอกเล่าเรื่องราวความรู้ต่าง ๆ ที่อยู่กับตัวบุคคล (Tacit Knowledge) จากประสบการณ์การดำเนินชีวิต เรื่องที่ซาบซึ้ง ประทับใจ หรือได้จากการศึกษา การทำงานที่สั่งสมเป็นทักษะแนวปฏิบัติที่ดี หรือจากพรสวรรค์ให้บุคคลอื่นฟัง เพื่อให้ผู้ฟังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของตนเองได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาเริ่มต้นศึกษาในเรื่องนั้น ๆ ใหม่โดยกระบวนการเล่าเรื่องนี้จัดเป็นเครื่องมือ ด้านการจัดการความรู้ที่สามารถจัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สัมผัสไม่ได้ ซึ่งการถ่ายทอดเรื่องราวสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น รูปแบบการเขียนเรื่องเล่า การเล่าเรื่องผ่านสื่อต่าง ๆ โดยผู้วิจัยเลือกใช้การเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit ที่ถูกออกแบบมาให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจที่มีผลิตภัณฑ์ โดยสูตรการเล่าเรื่องประเภทนี้ช่วยให้นักออกแบบและผู้จัดการ อธิบายและนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแง่ของประโยชน์ มากกว่าแค่คุณสมบัติของสินค้าอย่างเดียว [2] ซึ่งเทคนิคดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium ได้เป็นอย่างดี นั่นคือการกล่าวถึงคุณสมบัติ จุดเด่น และประโยชน์ของรายการด้วยเทคนิค Feature Advantage Benefit หรือ F A B นั่นเอง

วิดีโอคอนเทนต์ เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการทำคอนเทนต์ที่ถูกสร้างขึ้น ด้วยองค์ประกอบสำคัญอย่าง ภาพเคลื่อนไหวและเสียง ซึ่งถือกำเนิดและอยู่ยืนยาวมาตั้งแต่ยุคเก่าสุดจนถึงปัจจุบัน นับตั้งแต่การเข้ามาของอินเทอร์เน็ต วิดีโอคอนเทนต์นั้นก็ถูกยกระดับให้กลายเป็นเนื้อหาที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ใช้งานทั่วโลก อันเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ชื่นชอบการดูมากกว่าการอ่าน ทำให้คอนเทนต์ประเภทนี้ก้าวเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันเราในด้านต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในแง่ของการทำการตลาดออนไลน์นั้น วิดีโอคอนเทนต์เป็นช่องทางสำคัญอย่างมากในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะการสื่อสารกับผู้บริโภคด้วยวิดีโอคอนเทนต์ เป็นสื่อที่ตอบโจทย์การทำงานด้านการตลาดมากกว่าสื่อชนิดอื่น ด้วยความที่วิดีโอคอนเทนต์สามารถส่งสารหรือข้อมูลได้ง่าย ผู้บริโภคเข้าถึงง่าย และสามารถสร้าง

ภาพลักษณ์หรือการรับรู้ให้เป็นรูปธรรม ทำให้คอนเทนต์ประเภทนี้ก้าวขึ้นมาเป็นตัวเลือกอันดับหนึ่งในการทำการตลาดออนไลน์ [3]

“9th Stadium” เป็นรายการวาไรตี้กีฬาที่ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 4 ทุ่มครึ่ง โดยมีจุดเน้นที่ “วิเคราะห์เกมส์เด่น เกร็ดส่สัน” ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกิดขึ้นในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา และพรีวิวเกมส์ก่อนการแข่งขันกีฬาที่น่าสนใจ พร้อมไปพูดคุยสัมภาษณ์เรื่องราวชีวิตนอกสนามของนักกีฬา หรือคนดังที่รักกีฬาหลากหลายวงการ เพื่อให้ข้อมูลมุมมองที่แตกต่างกันในประเด็นสำคัญมาวิเคราะห์เจาะลึก สร้างความบันเทิงให้ความรู้ในด้านต่างๆ พร้อมกับการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ชม ติดตามความสนุกและสาระความรู้ได้ ในรายการ “9th Stadium” ซึ่งออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 22.30 น. ทางช่อง 9 กด 30 ในสังกัดสำนักข่าวไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานประกอบกิจการข่าวสารของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ในส่วนของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ.2520 และยังเป็นสำนักข่าวแห่งแรกของไทยอีกด้วย มีหน้าที่รับผิดชอบในการผลิต รวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์ และรายงานข่าวเพื่อนำเสนอออกอากาศ ทั้งทางวิทยุกระจายเสียงจะกระจายเสียงทุกๆ ชั่วโมงตามที่กำหนด เพื่อกระจายเสียงตามคลื่นความถี่เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิรตซ์ รวมถึงผลิตรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษเพื่อส่งกระจายเสียงในคลื่นความถี่ เอฟเอ็ม 107.0 เมกะเฮิรตซ์วิทยุโทรทัศน์จะผลิตรายการสดประเภทรายงานข่าว เพื่อแพร่ภาพทางช่อง 9 MCOT HD ได้แก่ ข่าวเช้า ข่าวเที่ยง ข่าวภาคค่ำ และข่าวต้นชั่วโมง สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่ออื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อทางคอมพิวเตอร์ออนไลน์ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนนำข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้แลกเปลี่ยนกับกลุ่มความร่วมมือในต่างประเทศ และเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการแลกเปลี่ยน และนำเสนอข่าวภายในประเทศ ไทย ไปสู่นานาประเทศทั่วโลก ทั้งนี้ยังเปิดศูนย์ข่าวในส่วนภูมิภาค 4 แห่ง คือ ศูนย์ข่าวเชียงใหม่ ศูนย์ข่าวขอนแก่น ศูนย์ข่าวหาดใหญ่ ศูนย์ข่าวระยอง [4]

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในยุคปัจจุบัน เนื่องจากสามารถสื่อสารและส่งต่อข้อมูลสาระต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารได้สะดวกมากยิ่งขึ้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium ซึ่งจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสาระต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ ผ่านการเล่าเรื่องแบบ Features Advantages Benefits ทำให้ผู้รับสารเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรายการ 9th Stadium อีกทั้งยังสามารถนำไปพัฒนาความรู้ตามความต้องการใช้งานของผู้รับสารได้อีกด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงวิดีโอคอนเทนต์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Features Advantages Benefits เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium เพื่อส่งเสริมและพัฒนาความรู้ของผู้รับสารต่อไป

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

1.1 เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium

1.2 เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium

1.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium

2. แนวคิดที่ใช้ในการทำวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิดีโอคอนเทนต์

วิดีโอคอนเทนต์ (Video Content) คือ การนำเสนอคอนเทนต์ หรือเนื้อหาต่างๆ ให้ออกมาในรูปแบบวิดีโอ โดยเนื้อหาในวิดีโอต้องมีประโยชน์และวิดีโอดูแล้วเข้าใจง่าย ทำให้ผู้ชมได้รับความรู้ เพลิดเพลิน และมีความสุขเมื่อได้รับชมวิดีโอคอนเทนต์นั้น ทั้งนี้รูปแบบของวิดีโอคอนเทนต์ที่พบในปัจจุบัน สามารถจำแนกได้ หลายรูปแบบ ได้แก่ Video Blog ที่สร้างโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง มักมีความยาวประมาณ 1-5 นาที คลิปวิดีโอแบบสั้น ความยาว 6 วินาที โดยใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการจัดการ Event Videos นำเสนอวิดีโอคลิปในรูปแบบของการถ่ายทำภาพเหตุการณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับแบรนด์ วิดีโอในลักษณะการสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ หรือ Video Presentation ซึ่งมักนิยมใช้ในการทำวิดีโอคลิปเพื่อทำการโฆษณา จุดหลัก คือ ไม่ควรเน้นการขายสินค้าแบบโจ่งแจ้ง แต่ให้เน้นที่การสร้างภาพลักษณ์ในระยะยาว และมอบคุณค่าในเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และการทำ Live Video หรือ Live Streaming คือ รูปแบบของการถ่ายทอดสดวิดีโอแบบเรียลไทม์ซึ่งได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากความง่ายของการใช้งาน และสามารถเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย เช่น LiveVideo u Facebook หรือ Live Streamingผ่านช่องทางของ Youtube ในที่นี้คณะผู้วิจัยใช้รูปแบบวิดีโอฟรีเซนเซอร์ในการนำเสนอ [3]

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง

ขจิตขวิญญู กิจวิสาละ [5] ได้อธิบายว่า การเล่าเรื่องเกิดมาพร้อมกับสังคมมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ทุกคนล้วนเป็นคนสร้างและต้องการรับเรื่องเล่า เรื่องเล่าจึงปรากฏออกมาในหลายรูปแบบ ทั้งนิทาน ตำนาน จิตรกรรมฝาผนัง เรื่องสั้น นวนิยาย สารคดีภาพยนตร์หรือแม้กระทั่งความฝัน โดยถือว่าทุกอย่างคือการเล่าเรื่อง เพราะเมื่อเรื่องถูกบันทึกไว้ไม่ว่าจะด้วยสื่อใด ๆ ก็กลายเป็นซอฟต์แวร์ กลายเป็นสื่อ และจะกลายเป็นเรื่องเล่า ก็ต่อเมื่อมีผู้เล่าเป็นผู้นำสารหรือนำเรื่องราวไปยังผู้ดูหรือผู้รับจากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของการเล่าเรื่อง สรุปได้ว่า เรื่องเล่าคือสื่อที่ถูกผู้คนนำออกมาถ่ายทอดให้ผู้อื่นรับรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นนิทาน นวนิยาย ภาพยนตร์ ละคร เป็นต้น โดยเรื่องเล่าเป็นการถ่ายทอดสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากในรูปแบบหนึ่ง

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิค Feature Advantage Benefit

Feature Advantage Benefit หรือ F A B [2] สามารถอธิบายพอสังเขปเกี่ยวกับเทคนิคการเล่าเรื่องรูปแบบนี้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วนย่อย ต่อไปนี้ Feature หรือคุณลักษณะของสินค้า คือสิ่งที่ผู้ชมผู้ฟังอยากเห็น แต่สิ่งที่สำคัญกว่านั้นคือ คุณประโยชน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องการรู้ ว่าสินค้านั้น ๆ ตอบสนองความต้องการของเขาได้หรือไม่ ส่วน Advantage หรือ จุดเด่นหรือข้อได้เปรียบนั้น คือการที่สินค้าสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีกว่าสินค้าชนิดอื่น ๆ และ Benefit หรือประโยชน์ สามารถมองได้ 3 มุมมอง ได้แก่ ประโยชน์จากการใช้งาน ประโยชน์ทางความรู้สึก และประโยชน์ตามความชอบส่วนตัว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 อ้างถึงในบุศรินทร์ หนูนภักดี [6] ได้ให้ความหมาย"การประชาสัมพันธ์ว่า" "การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน" ส่วนนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่าประชาสัมพันธ์ โดย วิรัช ลภีรัตนกุล กล่าวว่า คำว่า "การประชาสัมพันธ์" เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" กล่าวคือ Pubic แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน กลุ่มชน Relations แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วยหรือการผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์จึงหมายถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชนหรือกลุ่มชน

3. สมมติฐานของการวิจัย

3.1 คุณภาพของวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium อยู่ในระดับดีขึ้น

3.2 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium อยู่ในระดับมากขึ้น

3.3 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium อยู่ในระดับมากขึ้น

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ได้วิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

4.2 สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium ต่อไป

5. ระเบียบการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาต่อการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium ได้แก่ ผู้ชมรายการของเพจ 9th Stadium จำนวน 688 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2566) [4]

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาต่อการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium ดำเนินการโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงจากผู้ชมรายการของเพจ 9th Stadium ที่เคยรับชมวิดีโอคอนเทนต์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อการประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน

ผู้เชี่ยวชาญคือผู้ที่มีความรู้ความสามารถชำนาญเพื่อประเมินคุณภาพของวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการรายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium ที่พัฒนาขึ้นได้จากวิธีเลือกแบบเจาะจง (Specified Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 ท่านแบ่งออกเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ (ประเมินสื่อที่ออกแบบและพัฒนาขึ้น) และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการวัดและประเมินผล (ประเมินเครื่องมือทุกชิ้นที่ใช้ในการวิจัย) จำนวนด้านละ 3 ท่านโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

6. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium มีดังนี้

6.1 วิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium

6.2 แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอของวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

6.3 แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

6.4 แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น โดยเครื่องมือทุกชิ้นในการวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงหรือค่า IOC ที่ค่ามากกว่า .05 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ค่าความสอดคล้อง IOC

ในส่วนของขั้นตอนการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการรายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium ตามแนวทาง ADDIE Model [6] มี 5 ขั้นตอนได้แก่

ก.วิเคราะห์ (Analysis) คือ การศึกษาแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium

ข.ออกแบบ (Design) คือ การออกแบบผ่านสตอรี่บอร์ด ก่อนพัฒนาเป็นคลิปวิดีโอ ได้ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและให้คำแนะนำ

ค.พัฒนา (Development) พัฒนาคlipวิดีโอโปรแกรมรายการ 9th stadium ประกอบด้วยเนื้อหาทั้งหมด 4 ส่วน แบ่งตามช่วงรายการ 4 ช่วง

ง.นำไปใช้ (Implementation) โดยได้นำสื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และให้คำแนะนำอีกครั้ง ก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

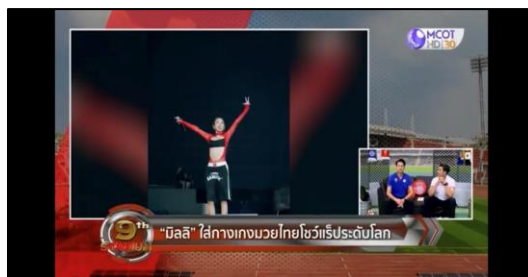
จ.ประเมินผล (Evaluation) คือ เพื่อประเมินผลการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

8. ผลการวิจัย

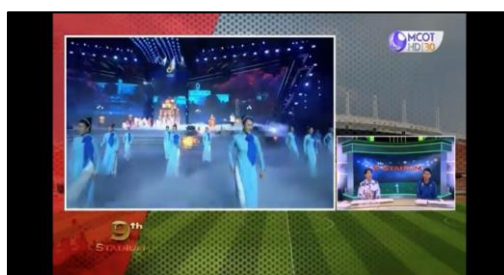
คลิปวิดีโอโปรแกรมรายการ 9th stadium ประกอบด้วยเนื้อหาทั้งหมด 4 ส่วน แบ่งตามช่วงรายการ 4 ช่วง ได้แก่ ค่ายข้ามสนาม พักครึ่งเวลา เทียวไทยหัวโจกสปอร์ต และสปอร์ตแชนแนล โดยใช้การเทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit ตามเนื้อหาของช่วงรายการ จำนวน 1 คลิป ระยะเวลา 1.40 นาที



รูปที่ 1 แสดงผลการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น ช่วง Features กล่าวถึงคุณสมบัติของรายการ 9th Stadium



รูปที่ 2 แสดงผลการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น ช่วง Advantage
กล่าวถึงจุดเด่นของรายการ 9th Stadium



รูปที่ 3 แสดงผลการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น ช่วง Benefit กล่าวถึงประโยชน์ของรายการ 9th Stadium



รูปที่ 4 แสดงคิวอาร์โค้ดของวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้นบนเพจ 9th Stadium

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหามีความถูกต้อง	4.67	0.58	ดีมาก
1.2 เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่ายและน่าสนใจ	5.00	0.00	ดีมาก
1.3 เนื้อหามีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.33	0.58	ดี
1.4 ความถูกต้องของศัพท์เฉพาะที่ใช้ในวิดีโอคอนเทนต์	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.67	0.49	ดีมาก

2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา			
2.1 ภาษาที่ใช้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	4.33	0.58	ดี
2.2 ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.33	0.58	ดี
2.3 ภาพประกอบกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกัน	5.00	0.00	ดีมาก
2.4 ภาพประกอบมีความเหมาะสมและถูกต้อง	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.67	0.49	ดีมาก
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.67	0.48	ดีมาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวม มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.49) รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.49) มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดีมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านภาพ			
1.1 ภาพที่ใช้มีความเหมาะสม น่าสนใจ	5.00	0.00	ดีมาก
1.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
1.3 ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.78	0.44	ดีมาก
2. ด้านเสียง			
2.1 ระดับความดังของเสียงมีความเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
2.2 เสียงชัดเจน ไม่สะดุด	4.33	0.58	ดี
2.3 ดนตรีประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.67	0.50	ดีมาก
3. ด้านอักษรและการใช้สี			
3.1 ขนาดของตัวอักษร อ่านง่าย และชัดเจน	4.00	0.00	ดี
3.2 สีและรูปแบบของตัวอักษร สวยงาม	4.00	0.00	ดี
3.3 ตัวอักษรมีการจัดวางอย่างเหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.67	0.50	ดีมาก

4. ด้านการนำเสนอ			
4.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.67	0.58	ดี
4.2 ความเหมาะสมของการนำเสนอโดยใช้วิดีโอคอนเทนต์ ผ่านการเล่าเรื่อง แบบ Features Advantages Benefits	4.67	0.58	ดี
4.3 การนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.78	0.44	ดีมาก
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.72	0.45	ดีมาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการนำเสนอ ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.44) มี รองลงมาคือ ด้านภาพ ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.44) ตามด้วยด้านเสียง ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.50) และด้านตัวอักษรและการใช้สี ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ท่านรับรู้ถึงคุณสมบัติ (Feature) ของรายการ 9 th stadium	4.34	0.72	มาก
2. ท่านรับรู้ถึงจุดเด่น (Advantage) ของรายการ 9 th stadium	4.34	0.67	มาก
3. ท่านรับรู้ถึงประโยชน์ (Benefit) ของรายการ 9 th stadium	4.38	0.68	มาก
4. ท่านรู้ว่ารายการมีจำนวน 4 ช่วง	4.41	0.63	มาก
5. ท่านรู้ว่ารายการออกอากาศทางช่อง 9 MCOT HD	4.55	0.63	มากที่สุด
6. ท่านรู้ว่าทุกวันพุธเวลา 22.30 น. เป็นเวลาออกอากาศของรายการ	4.59	0.57	มากที่สุด
7. ท่านรู้ว่า รัชนิพงศ์ วรตะริน เป็นพิธีกรรายการ	4.31	0.71	มาก
8. ท่านรู้ว่า ภัทรดนัย เทศสุวรรณ เป็นพิธีกรรายการ	4.31	0.76	มาก
9. ท่านรู้ว่าสามารถรับชมไฮไลต์รายการย้อนหลังได้ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ 9 th stadium	4.41	0.73	มาก
10. ท่านรู้ว่าสามารถรับชมไฮไลต์รายการย้อนหลังได้ทางยูทูบ แชนแนล 9 th stadium	4.69	0.47	มากที่สุด
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.43	0.66	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวม มีผลการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รับรู้ว่าจะสามารถรับชมไฮไลท์รายการย้อนหลังได้ทางยูทูปแชนแนล 9th stadium ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.47) รองลงมาคือ รับรู้ว่าการวันพุธเวลา 22.30 น. เป็นเวลาออกอากาศของรายการ ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.57)

ตารางที่ 4 แสดงผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ส่วนของเนื้อหา			
1.1 การลำดับเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์	4.33	0.61	มาก
1.2 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความชัดเจน	4.47	0.63	มาก
1.3 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความน่าสนใจ	4.37	0.61	มาก
1.4 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์เข้าใจง่าย	4.37	0.61	มาก
เฉลี่ย	4.38	0.61	มาก
2. ภาพและเสียง			
2.1 ภาพที่ใช้ในวิดีโอคอนเทนต์มีสีสันสวยงาม	4.30	0.70	มาก
2.2 ภาพและเสียงมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.30	0.75	มาก
2.3 ภาพและเสียงของดนตรีชัดเจน ไม่สะดุด	4.50	0.63	มาก
2.4 ภาพและเสียงสอดคล้องกับเนื้อหา	4.43	0.73	มาก
เฉลี่ย	4.38	0.70	มาก
3. ด้านการนำเสนอ			
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.47	0.68	มาก
3.2 การนำเสนอคลิปนำเสนอโดยใช้วิดีโอคอนเทนต์ผ่านการเล่าเรื่องแบบ Features Advantages Benefitsมีความน่าสนใจ	4.43	0.68	มาก
3.3 การนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์	4.47	0.63	มาก
เฉลี่ย	4.46	0.66	มาก
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.40	0.66	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มี

ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการนำเสนอ ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.66) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ส่วนของเนื้อหา ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.61) และด้านภาพและเสียง ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.70) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

9. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium เป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยได้ทำการวิจัย โดยใช้แนวคิด ADDIE Model [7] ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาขั้นตอนการทำงานจากจุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุด สามารถสรุปเป็นขั้นตอนทั่วไปได้เป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ (Analysis) การออกแบบ (Design) การพัฒนา (Development) การนำไปใช้ (Implementation) และการประเมินผล (Evaluation) ซึ่งจากการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium มีการใช้แนวคิดดังกล่าวอย่างเป็นระบบ และสามารถประยุกต์ใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้วิดีโอคอนเทนต์ที่ผลิตขึ้นมีผลการประเมินเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี บินรามัน [8] ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมด เบเกอรี่ โดยใช้แนวคิด ADDIE Model ในการออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมดเบเกอรี่ที่พัฒนาขึ้น มีผลการประเมินเป็นไปตามสมมติฐานของการศึกษาที่ตั้งไว้ และสามารถนำไปใช้งานได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.48) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ ผลการประเมินด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45) โดยมีการออกแบบวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit ที่สวยงาม เนื้อหา เสียง และภาพประกอบมีความเหมาะสมและน่าสนใจ อีกทั้งในการนำเทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit มาสร้างสรรค์สื่อ โดยมีการบอกคุณสมบัติ จุดเด่น และประโยชน์ของรายการ 9th Stadium ได้ครบถ้วน จึงทำให้ภาพรวมด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ [1] และ แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit [2] ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพัศ คุชชัยยานนท์ ศุภกฤต ถิ่นจันทร์ และพิสิษฐ์ เรืองประโคน [9] ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อไวรัลวิดีโอร่วมกับกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของ บริษัท เอฟแท็บแปด โปรดักชั่น จำกัด ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งมีผลการประเมินคุณภาพ อยู่ในเกณฑ์ดีมากเช่นเดียวกัน ดังนั้นสื่อไวรัลวิดีโอร่วมกับกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของ บริษัท เอฟแท็บแปด โปรดักชั่น จำกัด ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้จัดทำขึ้นนี้ สามารถนำไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับบริษัทได้จริง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรดา เอี่ยมบริสุทธิ อภิสร สาสสิทธิ์ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์และพรปภัสสร ปริญชาญกล [10] เรื่องการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรสาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบนิทรรศการออนไลน์โดยใช้ผู้นำเสนอแบบอวทาร์ผ่านการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantages Benefit ที่พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.44) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ ทั้งนี้ยังพบว่า ด้วยเทคนิคการเล่าเรื่องดังกล่าวยังส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้และความพึงพอใจต่อสื่อที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นในระดับมากด้วย

ผลประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีผลการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.66) โดยสื่อที่พัฒนาขึ้นในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ อีกทั้งยังมีเสียงบรรยาย มีข้อความในคลิป

นำเสนอ ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างเข้าใจ ซึ่งการให้กลุ่มตัวอย่างวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium เป็นการสร้างสิ่งเร้าให้กลุ่มตัวอย่างได้ใช้ประสาทสัมผัสต่าง ๆ ในการรับรู้สื่อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภัสสร อินทเดช ฌภัทร ดีเย็น และธัญชนก พิมมหา [11] ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สาระบบเชิงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากโดยได้ทำงานวิจัยและพัฒนาสื่อบนสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เช่นเดียวกัน

ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.66) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวมีความต้องการที่จะเผยแพร่สื่อวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium ให้เป็นที่รู้จักบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และต้องการที่จะดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนงค์นาฏ ดากลินและเพ็ชรกมล บุพพัฒน์สมัย [12] ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างวีดิทัศน์และนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการภายในศูนย์ไฟฟ้า ประชาอุทิศ มูลนิธิ TMB จุดประกายเยาวชนเพื่อชุมชน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.50) เช่นเดียวกันกับงานวิจัยเรื่องนี้

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1. การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium ทำให้ได้คลิปวิดีโอที่มีความน่าสนใจ ผู้รับสารสามารถเข้าใจและรู้ถึง คุณสมบัติ จุดเด่น และประโยชน์ของรายการได้ง่าย หน่วยงานจึงสามารถนำวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น ไปเผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ยูทูป อินสตาแกรม และเพจเฟซบุ๊กของช่อง 9 MCOT HD เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลที่หน่วยงานต้องการนำเสนอได้มากขึ้น
2. การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium สามารถนำไปเป็นแนวทางในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ให้เข้ากับประเภทของสื่อที่จะใช้โดยประยุกต์ใช้ให้เข้ากับประเภทของรายการบันเทิงของหน่วยงานได้

10.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้สนใจศึกษาควรศึกษาพฤติกรรม ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องหลากหลายประเภทเพื่อประชาสัมพันธ์รายการบันเทิงของช่อง 9 MCOT HD เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีคุณภาพต่อไป
2. ผู้สนใจศึกษาควรพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผสานเทคโนโลยีความจริงเสริมในการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์รายการของช่อง 9 MCOT HD เพื่อให้ได้สื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและทันสมัยเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] P. Sawatampairak, "Public Realitions - content cordia new 14 pt," [Online]. Available: <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit8/Subm1/U811-1.htm>. [Accessed May 5, 2023].
- [2] A. Panadumrong, "Story Writing with Storytelling Techniques (Story telling)," Knowledge Management

- Devision, Faculty of Medicine Siriraj Hospital, Bangkok, 2016.
- [3] Cotactic Strategist, “*Let's get to know Video Marketing, A Strategy to Find Customers Online at Entrepreneurs Should not Overlook*,” [Online]. Available : <https://www.cotactic.com/blog/what-is-video-marketing/>. [Accessed May 10, 2023].
- [4] MCOT.net. “*Company Business Information*,” [Online]. Available : http://mcot-th.listedcompany.com/business.html?fbclid=IwAR1_2Y_wrgMH8_dqP0_8_VyBGErvIDGKUppAkGKaksfVJvEMCXy0_Ws2_ZnvNu1_. [Accessed May 10, 2023].
- [5] K. Kijvisala, “The Meaning of Social Rebellion through Storytelling in Thai Movies between 1970-2007”, Chulalongkorn University Press, 2010.
- [6] B. Noonphakdee, “*Public Relations Knowledge*,” [Online]. Available : [http:// www.gotoknow.org/posts/188676/](http://www.gotoknow.org/posts/188676/). [Accessed May 10, 2023].
- [7] A. Anukulvetch, “*Concept of ADDIE MODEL*,” [Online]. Available: <http://ms.thaicyberu.go.th/>. [Accessed May 11, 2023].
- [8] P. Binramun, “Developing Infographic Digital Content on Social Media to Promote the Sale of Homemade Bakery Products,” Master of Science in Industrial Education Department of Learning Technology and Mass Communication, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi , Bangkok, 2021.
- [9] S. Kuchayanon, S. Thinchon, and P. Ruengprakone, “The Development of Viral Video with Strategy to Publicize the Work of F /Eight Production Co., Ltd. through Online Social Networks,” Bachelor of Technology Thesis Education Technology and Mass Communication, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, 2017.
- [10] S. Eimborisut, A. Sarasitm, K. Thamwipat, and P. Princhankol , (2023). “The Development of Digital Content for Public Relations of the Computer and Information Technology Program in the form of Online Exhibitions Using Avatar Presenter through Feature Advantage Benefit Storytelling Technique,” The ASEAN Undergraduate Conference in Computing (AUCC2023) , Nakhon Sawan Rajabhat University ,16-18 Feb, 2023.
- [11] P. Inthadech, N. Deeyen, and T. Pimmamha , “The Development of content Sets for Publicize infotainment on social Networks of MCOT Public Company Limited),” Bachelor of Technology Thesis Education Technology and Mass Communication, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, 2013.
- [12] A. Daklin and P. Buppathasamai, “Creating Video and Electronic Book for Public Relations of the Project with Fai-Fah Pracha Uthit Center, TMB Foundation, Sparking Youth for the Community,” Bachelor of Technology Thesis Education Technology and Mass Communication, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, 2018.