

การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th STADIUM THE DEVELOPMENT OF VIDEO CONTENT SERIES TITLED “LITTLE SPORTS TIPS” ON THE 9TH STADIUM FACEBOOK PAGE

กุลธิตา ธรรมวิวัฒน์^{1*}, พรปภัสสร ปริญชาญกล², ฮานีฟ ไวยาศิลป์³, ชิดชนก เงินเจริญรุ่ง⁴ และ พรธีรา ศรีสุทธิธาดา⁵

Kuntida Thamwipat¹, Pornpapatsorn Princhankol², Haneef Waiyasil³,
Chidchanok Ngenjareanrung⁴ and Pornteera Srisutitada⁵

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี^{1,2,3,4,5}

Faculty of Industrial Education and Technology,

King Mongkut's University of Technology Thonburi^{1,2,3,4,5}

Corresponding author: Email: kuntida.tha@kmutt.ac.th^{1}

Received: June 25, 2024

Revised: July 27, 2024

Accepted: August 19, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium 2) ประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอของชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น 3) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง 4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium จำนวน 50 คน ที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย และยินดีตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการวิจัย ได้พัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium จำนวน 4 คลิป ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาพบว่าอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.50) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.60) ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.80, S.D. = 0.40) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.79, S.D. = 0.42) ดังนั้น ชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ: วิดีโอคอนเทนต์, เพจเฟซบุ๊ก, 9th Stadium

Abstract

This research aimed to 1) develop the video content series titled "Little Sports Tips" on the 9th Stadium Facebook page; 2) evaluate the quality of the content and the presentation media of the developed video content series; 3) assess the perception of the sample group; and 4) evaluate the satisfaction of

the sample group with the developed video content series. The tools used in this research included 1) the video content series titled "Little Sports Tips" on the 9th Stadium Facebook page, 2) a content quality and presentation media evaluation form, 3) a perception assessment form for the sample group, and 4) a satisfaction assessment form for the sample group. The sample group for this study consisted of 50 followers of the 9th Stadium Facebook page, selected through simple random sampling and willing to respond to the questionnaire. The research results included the development of four video clips titled "Little Sports Tips" on the 9th Stadium Facebook page. The content quality evaluation by experts showed a good level ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.50), the presentation media quality evaluation was at a very good level ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.60), the perception assessment of the sample group was at the highest level ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.40), and the satisfaction evaluation of the sample group was at the highest level ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.42). Therefore, the developed "Little Sports Tips" video content series on the 9th Stadium Facebook page can be effectively utilized.

Keywords: Video Content, Facebook Page, 9th Stadium

บทนำ

ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในวงกว้างต่อระบบการสื่อสาร ทำให้เราสามารถเชื่อมต่อหรือสานสัมพันธ์กันได้เป็นวงกว้าง ไม่มีการจำกัดเวลา สถานที่และอุปกรณ์ ทำให้เราได้ทราบข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารถึงกันได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว เรียกว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้ก้าวเข้ามาเปลี่ยนแปลงโลกแห่งการสื่อสาร ที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้เป็นจำนวนมาก โดยในปัจจุบันมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกับกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา ตลอดจนส่งผลกระทบไปยังระบบการศึกษาอีกด้วย ซึ่งครูและอาจารย์ในทุกวันนี้ สามารถประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการศึกษาและสามารถนำมาเป็นช่องทางในการจัดการเรียนการสอนอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยแห่งการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนพฤติกรรม การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของผู้คนในยุคปัจจุบัน [1] วิดีโอคอนเทนต์ (Video Content) เป็นสารสนเทศที่มีรูปแบบภาพและเสียง มีการเคลื่อนไหว โดยอาศัยการนำเสนอผ่านอุปกรณ์วิดีโอต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งวิดีโอคอนเทนต์ประกอบไปด้วย แอนิเมชัน (Animation) เกม (Game) สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้ (e-Learning) คอมพิวเตอร์ช่วยสอน (Computer Assisted Instruction : CAI) และเนื้อหาต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือรวมถึงการออกแบบเว็บ (Web Design) โดยเนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์ในแต่ละรูปแบบ ทางผู้ผลิตต่างต้องการที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง การเรียนรู้และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้คนเกิดการรับรู้ได้ทั่วถึงและเข้าใจตรงกัน [2]

ขณะที่ในยุคสมัยที่วิดีโอคอนเทนต์กำลังเฟื่องฟู คอนเทนต์เรื่องกีฬาจำนวนมากก็ได้รับความสนใจจากประชากรทั่วทุกมุมโลกมากยิ่งขึ้น ทำให้สื่อออนไลน์ในแวดวงกีฬา ถูกแพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวาง จากสถิติที่เว็บไซต์ Worldatlas ได้รวบรวมไว้เกี่ยวกับจำนวนผู้ติดตามในโลกของกีฬาแต่ละชนิด โดยชนิดกีฬาที่อยู่ 5 อันดับที่มีความนิยมสูงสุดได้แก่ 1) ฟุตบอล (3.5 พันล้านคน) 2) คริกเก็ต (2.5 พันล้านคน) 3) ฮ็อกกี้ (2 พันล้านคน) 4) เทนนิส (1 พันล้านคน) และ 5) วอลเลย์บอล (900 ล้านคน) [3] โดยประชาชนชาวไทยในปัจจุบันนี้ได้ให้ความสำคัญกับการกีฬามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะแฟนกีฬาที่มีความคาดหวังและโอกาสของวงการกีฬาไทย ทาง KBU Sport Poll [4] จึงสำรวจความคิดเห็นเรื่อง “ความคาดหวังและโอกาสกีฬาไทยในปี 2567” โดยกลุ่มตัวอย่าง 31.07% คาดหวังให้รัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา

ในทุกมิติด้านการกีฬาอย่างต่อเนื่อง 28.11% คาดหวังให้นักกีฬาทีมชาติได้รับการพัฒนาสู่ระดับสากล 21.98% ต้องการให้วงการกีฬาปราศจากการคอร์รัปชัน 11.35% คาดหวังให้ประชาชนเล่นกีฬามากยิ่งขึ้น 5.89% คาดหวังให้องค์กรกีฬามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium เป็นเพจสำหรับลงข่าวสารการกีฬาต่าง ๆ ประจำรายการ “9th Stadium” ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) หรือ (บมจ.อสมท) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ.2520 และยังเป็นสำนักข่าวแห่งแรกของไทยอีกด้วย มีหน้าที่รับผิดชอบในการผลิต รวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์ และรายงานข่าวเพื่อนำเสนอออกอากาศทั้งทางวิทยุกระจายเสียง จะกระจายเสียงทุก ๆ ชั่วโมงตามที่กำหนดโดยมีภารกิจในการประกอบกิจการสื่อสารมวลชน มีธุรกิจหลักประกอบด้วย กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุกระจายเสียงสำนักข่าวไทย และกิจการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก และโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ทั้งนี้ รายการ “9th Stadium” เป็นรายการวาไรตี้กีฬาที่ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 22:30 น. ทางช่อง 9 กดหมายเลข 30 โดยรายการมุ่งเน้นการนำเสนอเรื่องราวกีฬาในประเทศและต่างประเทศที่เกิดขึ้นในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา รวมถึงรีวิวก่อนเกมการแข่งขันที่น่าสนใจ พร้อมกับพูดคุยสัมภาษณ์เรื่องราวชีวิตนอกสนามของนักกีฬาหรือคนดังที่รักกีฬาหลากหลายวงการ เพื่อให้ข้อมูลมุมมองที่แตกต่างกันในประเด็นสำคัญมาวิเคราะห์เจาะลึก สร้างความบันเทิงให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ พร้อมกับการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ชม [5]

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นเนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถสื่อสารและส่งข้อมูลสาระต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเรื่องราวในแวดวงกีฬา ที่มีส่วนในการพัฒนาประเทศให้เป็นที่ยอมรับไปอย่างแพร่หลาย แต่แพลตฟอร์ม “9th Stadium” ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ยังไม่มีรายการที่ให้เกร็ดความรู้เกี่ยวกับกีฬา ทีมข่าวกีฬาจึงมอบหมายให้คณะผู้วิจัยให้ดำเนินการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ให้กับเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ซึ่งเป็นช่องทางเผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับกีฬาที่คนไทยสนใจได้อย่างรวดเร็วของหน่วยงานในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ ทำให้ผู้รับสารได้รับรู้เรื่องราวการกีฬาทั้งในและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ในเบื้องต้นจึงมีแนวทางการพัฒนาโดยเริ่มจากข่าวสารของกีฬาประเภทฟุตบอลก่อน เนื่องจากเป็นประเภทกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดดังได้กล่าวมาแล้ว [4] ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงดำเนินการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับกีฬากับบนเพจเฟซบุ๊ก “9th Stadium” ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ต่อไป

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.1 เพื่อพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium
- 1.2 เพื่อประเมินคุณภาพชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium
- 1.3 เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium
- 1.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium

2. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิดีโอคอนเทนต์

วิดีโอคอนเทนต์ (Video Content) หรือการนำเสนอสารหรือเนื้อหาเรื่องราวผ่านรูปแบบภาพเคลื่อนไหวและเสียงประกอบ โดยมีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน เช่น เพื่อความบันเทิง เพื่อแบ่งปันความรู้ เพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์นั้นจะถูกจำแนกตามเนื้อหาหรือแพลตฟอร์มที่คอนเทนต์นั้น ๆ จะไปปรากฏ ในปัจจุบันคอนเทนต์ประเภทวิดีโอและเสียงกำลังเป็นที่นิยมมาก ซึ่งอาจจะส่งผลต่อธุรกิจโดยตรง การคาดการณ์ของรายงานอินเทอร์เน็ตประจำปีของ Cisco รายงานว่า ภายในปี 2565 นี้ 82% ของปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมดจะเป็นวิดีโอ ซึ่งในส่วนนี้ได้พิสูจน์แล้วว่าเป็นการส่งสัญญาณว่าเนื้อหาวิดีโอจะมีโอกาสเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2567 แนวโน้มของการเสพสื่อประเภทวิดีโอกำลังเติบโตขึ้น ทั้งยังครอบคลุมรูปแบบที่หลากหลาย [6] เช่น รูปแบบ Short-Form Video หรือวิดีโอสั้น ความยาว 1-3 นาที และ Video Blog ความยาว 1-5 นาที เป็นต้น ซึ่งจะปรากฏบนแพลตฟอร์ม Facebook , Youtube และ TikTok เป็นต้น ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้พัฒนาคลิปวิดีโอที่สั้น ๆ จำนวน 4 คลิป เกี่ยวกับกีฬาเพื่อเผยแพร่ผ่านเพจเฟซบุ๊ก “9th Stadium” ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเพจเฟซบุ๊ก

เพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium เป็นเพจสำหรับลงข่าวสารการกีฬาต่างๆ ประจำรายการ “9th Stadium” ที่ออกอากาศทางช่อง 9 อสมท หมายเลข 30 ทุกคืนวันพุธ เวลา 22:30 น. เป็นรายการที่อัปเดตเรื่องราวข่าวสารของการกีฬาโดยเพจดังกล่าวจะเป็นเพจประจำของรายการให้กับผู้ติดตามรายการ 9th Stadium ได้รับทราบว่า ในเนื้อหาของแต่ละสัปดาห์ของวงการกีฬามีประเด็นใต้น่าสนใจบ้างในรอบสัปดาห์นั้นๆ เพื่อโปรโมทให้ผู้ติดตามและนักกีฬาได้รับทราบ โดยรายการจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงคุยข้างสนาม, พักครึ่งเวลา และสปอร์ตแอ็คแท็ก ซึ่งจะมีช่วงที่ออกไปสัมภาษณ์นักกีฬา ทั้งอดีต หรือนักกีฬาปัจจุบัน ที่มีชื่อเสียง ร่วมพูดคุยเกี่ยวกับชีวิตการทำงานของแต่ละท่าน เมื่อได้สัมภาษณ์นักกีฬาแล้ว จึงนำเอาส่วนต่างๆ มาโพสต์ลงเฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้ติดตามหรือนักกีฬา มีการแชร์ต่อไป เพื่อเพิ่มยอดการเข้าถึงเพจให้มากยิ่งขึ้น [7]

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 คุณภาพชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ที่พัฒนาขึ้น อยู่ในระดับดีขึ้น

3.2 ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium อยู่ในระดับมากขึ้นไป

3.3 ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium อยู่ในระดับมากขึ้นไป

4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

4.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium

4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 เครื่องมือการวิจัย

5.1.1 ชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium

5.1.2 แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา และด้านสื่อการนำเสนอที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium

5.1.3 แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium

5.1.4 แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium

โดยเครื่องมือทุกชิ้นในการวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงหรือค่า IOC ที่ค่ามากกว่า .05 จากผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดประเมินผลที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 3 ท่าน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาต่อการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ได้แก่ ผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium จำนวน 844 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2567) [8]

5.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium ดำเนินการโดยวิธีการเลือกแบบสุ่มอย่างง่ายจากผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ที่เคยรับชมวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ค่าความสอดคล้อง IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป

ในส่วนของขั้นตอนการพัฒนาชุดสื่อวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ตามแนวทาง ADDIE Model [9] มี 5 ขั้นตอนได้แก่

ก. วิเคราะห์ (Analysis) คือ การศึกษาแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาชุดสื่อวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium

ข. ออกแบบ (Design) คือ กำหนดรูปแบบและวิธีการนำเสนอสื่อ ผ่านการออกแบบผ่านสตอรี่บอร์ด ก่อนพัฒนาเป็นชุดสื่อวิดีโอคอนเทนต์ ได้ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและให้คำแนะนำ

ค. พัฒนา (Development) คือ การพัฒนาชุดสื่อวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” ประกอบด้วยวิดีโอคอนเทนต์ จำนวน 4 คลิป

ง. นำไปใช้ (Implementation) คือ นำสื่อที่พัฒนาเรียบร้อยแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และให้คำแนะนำอีกครั้ง ก่อนนำไปเผยแพร่ และให้กลุ่มตัวอย่างรับชม

จ. ประเมินผล (Evaluation) คือ คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ที่เคยรับชมวิดีโอ คอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium บนเพจ 9th Stadium และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 2/2566 หลังจากนั้นจึงนำผลประเมินการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ ไปวิเคราะห์คำนวณทางสถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสรุปผลต่อไป

6. ผลการวิจัย

6.1 ชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ประกอบด้วยวิดีโอคอนเทนต์ จำนวน 4 คลิป ระยะเวลาคลิปละ 3 - 5 นาที โดยขั้นตอนในการพัฒนาได้ดำเนินตามแนวทาง ADDIE Model [9] 5 ขั้นตอน ได้แก่ วิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา นำไปใช้ และ ประเมินผล จนได้สื่อที่พัฒนาขึ้นตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานซึ่งต้องการนำเสนอข่าวสารที่เป็นเกร็ดข่าวกีฬาประเภทฟุตบอลที่น่าสนใจในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจสำหรับผู้ชม ดังตัวอย่างในรูปที่ 1-5



รูปที่ 1 ภาพตัวอย่างวิดีโอคอนเทนต์ คลิปที่ 1 เรื่อง ผลงานของฟุตบอลทีมชาติไทยในเอเชียนคัพ 2024



รูปที่ 2 ภาพตัวอย่างวิดีโอคอนเทนต์ คลิปที่ 2 เรื่อง เกียรติประวัติ 9 ปี ของ เจอร์เก้น คล็อปป์ กับลิเวอร์พูล



รูปที่ 3 ภาพตัวอย่างวิดีโอคอนเทนต์ คลิปที่ 3 เรื่อง เปิดตัว เหรียญรางวัลและโปสเตอร์กีฬาโอลิมปิกเกมส์ “ปารีสเกมส์ 2024”



รูปที่ 4 ภาพตัวอย่างวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น
คลิปที่ 4 เรื่อง ฟุตบอลโลก 2026 และ ฟุตบอลโลก 2030



รูปที่ 5 แสดงคิวอาร์โค้ดของตัวอย่าง
วิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้นบนเพจ 9th Stadium

6.2 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ที่พัฒนาขึ้น

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหามีความถูกต้อง	4.33	0.58	ดี
1.2 เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย และน่าสนใจ	4.00	0.00	ดี
1.3 เนื้อหามีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	ดีมาก
1.4 ความถูกต้องของศัพท์เฉพาะที่ใช้ในเรื่องกีฬา	4.33	0.58	ดี
เฉลี่ย	4.33	0.58	ดี
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา			
2.1 ภาษาที่ใช้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	4.33	0.58	ดี
2.2 ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.00	0.00	ดี
2.3 ภาพประกอบกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกัน	5.00	0.00	ดีมาก
2.4 ภาพประกอบมีความเหมาะสมและถูกต้อง	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.50	0.52	ดี
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.42	0.50	ดี

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.52) รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.58) มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของวิดีโอคอนเทนต์เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ที่พัฒนาขึ้น

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านภาพ			
1.1 ภาพที่ใช้มีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.67	0.58	ดีมาก
1.2 ภาพที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	5.00	0.00	ดีมาก
1.3 ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.78	0.44	ดีมาก
2. ด้านเสียง			
2.1 ระดับความดังของเสียงมีความเหมาะสม	4.33	0.58	ดี
2.2 เสียงมีความชัดเจน ไม่สับสน	4.67	0.58	ดีมาก
2.3 เสียงที่ใช้ประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.33	1.15	ดี
เฉลี่ย	4.44	0.73	ดี
3. ด้านอักษรและการใช้สี			
3.1 ขนาดของตัวอักษร อ่านง่าย และชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
3.2 สีและรูปแบบของตัวอักษร สวยงาม	4.33	0.58	ดี
3.3 ตัวอักษรมีการจัดวางอย่างเหมาะสม และสวยงาม	4.33	1.15	ดี
เฉลี่ย	4.44	0.73	ดี
4. ด้านการนำเสนอ			
4.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.67	0.58	ดีมาก
4.2 การนำเสนอโดยใช้ชุดวิดีโอคอนเทนต์ บนเพจ 9 th stadium เรื่อง เกร็ดเล็กเช็กกีฬา มีความเหมาะสม และน่าสนใจ	5.00	0.00	ดีมาก
4.3 การนำเสนอชุดวิดีโอคอนเทนต์ บนเพจ 9 th stadium เรื่อง เกร็ดเล็กเช็กกีฬา สามารถเข้าถึงง่าย	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.78	0.44	ดีมาก
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.61	0.60	ดีมาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาคูณภาพในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านภาพ ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.44) มีรองลงมา คือ ด้านการนำเสนอ ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.44) ตามด้วยด้านเสียง ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.73) และด้านอักษรและการใช้สี ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

6.3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 แสดงผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อวีดิโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ที่พัฒนาขึ้น

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ท่านรับรู้ว่ ช่วงเกร็ดเล็กกีฬา เป็นส่วนหนึ่งของ รายการ "ห้อง Grand Ballroom" ซึ่งเผยแพร่คลิปบนเพจเฟซบุ๊ก 9 th Stadium	4.84	0.37	มากที่สุด
2. ท่านรับรู้ว่ ช่วงเกร็ดเล็กกีฬา เป็นรายการที่ให้เกร็ดความรู้เกี่ยวกับเรื่องกีฬา	4.76	0.43	มากที่สุด
3. ท่านรับรู้ถึงผลงานของฟุตบอลทีมชาติไทยในเอเชียนคัพ 2024	4.86	0.35	มากที่สุด
4. ท่านรับรู้ว่ มาซาตะ อะชิอิ เป็นเฮดโค้ชของทีมชาติไทยในการแข่งขันรายการ เอเชียนคัพ 2024	4.80	0.40	มากที่สุด
5. ท่านรับรู้เกียรติประวัติของเจอร์เก้น คล็อปป์ ในการคุมทีมลิเวอร์พูล	4.82	0.39	มากที่สุด
6. ท่านรับรู้ว่เจอร์เก้น คล็อปป์ เป็นผู้จัดการทีมลิเวอร์พูลมาแล้ว 9 ปี	4.80	0.40	มากที่สุด
7. ท่านรับรู้ถึงความเป็นมาของเหรียญโอลิมปิกเกมส์ปารีส 2024	4.78	0.42	มากที่สุด
8. ท่านรับรู้ว่มีโปสเตอร์โปรโมทการแข่งขันโอลิมปิกเกมส์ 2024	4.72	0.45	มากที่สุด
9. ท่านรับรู้ว่ ประเทศโปรตุเกส สเปนและโมร็อกโก เป็นเจ้าภาพการแข่งขันฟุตบอลโลกปี 2030	4.82	0.39	มากที่สุด
10. ท่านรับรู้ว่ กสทช. มีมติถอนการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกปี 2026 ออกจากประกาศ “มีสต์แอฟ 7 รายการกีฬาที่ถ่ายทอดให้คนไทยดูฟรี”	4.84	0.37	มากที่สุด
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.80	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวีดิโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีผลการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.80, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาผลประเมินการรับรู้ในแต่ละรายการพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รับรู้ถึงผลงานของฟุตบอลทีมชาติไทยในเอเชียนคัพ 2024 และ รับรู้ว่ กสทช. มีมติถอนการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกปี 2026 ออกจากประกาศ “มีสต์แอฟ 7 รายการกีฬาที่ถ่ายทอดให้คนไทยดูฟรี” ($\bar{X}$ = 4.86, S.D. = 0.35) รองลงมา คือ รับรู้ว่ ช่วงเกร็ดเล็กกีฬา เป็นส่วนหนึ่งของรายการ "ห้อง Grand Ballroom" ซึ่งเผยแพร่คลิปบนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ($\bar{X}$ = 4.84, S.D. = 0.37)

6.4 ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 แสดงผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อวีดิโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา”

บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ที่พัฒนาขึ้น

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 การลำดับเนื้อหาของชุดสื่อวีดิโอคอนเทนต์	4.82	0.39	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของชุดสื่อวีดิโอคอนเทนต์มีความน่าสนใจ ความชัดเจน และเข้าใจง่าย	4.82	0.39	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาของชุดสื่อวีดิโอคอนเทนต์มีประโยชน์ และได้ รับความรู้ในชุดสื่อจริง	4.76	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.80	0.42	มากที่สุด
2. ด้านภาพและเสียง			
2.1 ภาพและสื่อที่ใช้ในชุดวีดิโอคอนเทนต์มีสีสันสวยงาม	4.80	0.40	มากที่สุด
2.2 ภาพและเสียงของดนตรีชัดเจน ไม่สะดุด เข้าใจง่าย	4.76	0.48	มากที่สุด
2.3 ความถูกต้องของภาพและเสียงที่ใช้	4.76	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.77	0.45	มากที่สุด
3. ด้านการนำเสนอ			
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.82	0.39	มากที่สุด
3.2 การนำเสนอคลิปนำเสนอโดยใช้ชุดสื่อวีดิโอคอนเทนต์ บนเพจ 9 th stadium เรื่อง เกร็ดเล็กเช็กกีฬา มีความเหมาะสมและความน่าใจ	4.74	0.44	มากที่สุด
3.3 การนำเสนอชุดสื่อวีดิโอคอนเทนต์ บนเพจ 9 th stadium เรื่อง เกร็ดเล็กเช็กกีฬา	4.82	0.39	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.79	0.41	มากที่สุด
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.79	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อวีดิโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาผลประเมินความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหา ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.42) รองลงมา คือ ด้านการนำเสนอ ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.41) และด้านภาพและเสียง ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.45) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

7. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยได้ทำการวิจัย โดยใช้แนวคิด ADDIE Model [9] การออกแบบการเรียนการสอนตามรูปแบบ ADDIE Model ประกอบด้วยกิจกรรมใน การดำเนินงาน 5 กิจกรรม ได้แก่ การวิเคราะห์ (Analyze) การออกแบบ (Design) การพัฒนา (Develop) การนำไปใช้ (Implement) และการประเมินผล (Evaluate) ซึ่งเมื่อพิจารณาให้ถี่ถ้วนแล้วมีลักษณะคล้ายกระบวนการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการวิเคราะห์ปัญหา (Analyze) การนำเสนอ แนวทางการแก้ปัญหา (Design) การเตรียมการแก้ปัญหา (Develop) การทดลองการแก้ปัญหา (Implement) และสุดท้ายประเมินแนวทางการแก้ปัญหาว่าประสบความสำเร็จหรือไม่ (Evaluate) รูปแบบ ADDIE นี้ จึงเป็นรูปแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบการเรียนการสอนในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะมีผู้นิยมนำไปใช้ในการออกแบบสื่อ วัสดุการเรียนการสอน เช่น การออกแบบชุดการเรียนการสอน การออกแบบบทเรียนแบบโปรแกรม เป็นต้น ในขั้นตอนการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium มีการใช้แนวคิดดังกล่าวอย่างเป็นระบบ และสามารถประยุกต์ใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ชุดวิดีโอคอนเทนต์ ที่พัฒนาขึ้น มีผลการประเมินเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี บินรามันและคณะ [10] ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมด เบเกอรี่ โดยมีการใช้แนวคิด ADDIE Model ในการออกแบบและพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า วิดีโอคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมดเบเกอรี่ที่พัฒนาขึ้น มีผลการประเมินเป็นไปตามสมมติฐานของการศึกษาที่ตั้งไว้ และสามารถนำไปใช้งานได้จริงอย่างมีคุณภาพ

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.50) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอผลการประเมินด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.60) โดยมีการออกแบบวิดีโอคอนเทนต์ในด้านเนื้อหาที่มีความเหมาะสมทั้งในด้านเนื้อหาที่ใช้ รวมไปถึงด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบที่สามารถช่วยให้เข้าใจได้ง่าย ส่วนด้านสื่อการนำเสนอมีความเหมาะสมทั้งในด้านคุณภาพของภาพ ด้านเสียงที่มีความเหมาะสม ขนาดของตัวอักษรและการใช้สี รวมไปถึงการนำเสนอที่มีความเหมาะสม จึงทำให้คุณภาพด้านเนื้อหาและสื่อการนำเสนอมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา พุ่มเขียว พิมพ์พิมล นนท์เสนา และชเนตติ พิมพ์สวรรค์ [11] ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรอบรมออนไลน์โดยใช้เทคโนโลยีวีดิโอสตรีมมิ่งมีเดีย ซึ่งมีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) โดยมีการเลือกใช้ภาษาอย่างเหมาะสม เนื้อหาที่มีความถูกต้องครบถ้วนและเข้าใจง่าย มีปริมาณเนื้อหาที่เหมาะสม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรภัสสร ปริญญาญกุล และคณะ [12] ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การบริการของโรงพยาบาลจุฬารัตน์ สภากาชาดไทยโดยใช้นำเสนอแบบอาหาร ที่พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.61) ตามลำดับ ทั้งนี้งานวิจัยได้ดังกล่าวได้มีการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้น โพสต์อินโฟกราฟิก ที่มีการออกแบบเขียนบท ใช้ภาษาอย่างกระชับ สามารถสื่อความหมายทั้งภาพและเสียงที่ชัดเจนและเหมาะสมต่อการเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ได้รับผลประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอในระดับดี-ดีมากจากผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีผลการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.40) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.42) โดยสื่อที่พัฒนาขึ้น

ในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ อีกทั้งยังมีเสียงบรรยาย มีข้อความในคลิปนำเสนอ ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างเข้าใจ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่าง ได้มีการรับรู้ข้อมูลภายในสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มิ่งขวัญ เพ็ชรสวัสดิ์ และคณะ [13] ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โปรไฟล์องค์กรของบริษัท ไวท์ไลน์แอดทีเวชัน จำกัด โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Simon Sinek's Golden Circle พบว่า ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง วิดีโอคอนเทนต์ที่ว่า กลยุทธ์ในการสร้างวิดีโอคอนเทนต์ที่ดีจำเป็นต้องใช้องค์ประกอบหลายด้าน สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือเนื้อหาแบบใดที่เหมาะสมกับเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ จะสามารถสร้างการรับรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติ สร้างแรงจูงใจที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจ วิธีใดที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชม ช่องทางบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับผู้ชม ความยาวที่เหมาะสมในแต่ละช่องทาง และเนื้อหาที่น่าสนใจ รวมถึงการศึกษาว่าประเภทของการนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ [14] ในที่นี้คณะผู้วิจัยจึงพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬากีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ประกอบด้วยวิดีโอคอนเทนต์ จำนวน 4 คลิป ระยะเวลาคลิปละ 3 - 5 นาที ซึ่งมีความเหมาะสมต่อการนำเสนอบนสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงาน ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องด้วยสื่อใหม่เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ข่าวสารตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ สื่อใหม่จึงเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวสารได้ทุกที่ทุกเวลาได้อย่างรวดเร็ว ผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน จึงเกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สื่อใหม่จึงเป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงงานด้านประชาสัมพันธ์อย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมหรือ Social Media ที่ทำให้สามารถสื่อสารได้รวดเร็วประหยัดค่าใช้จ่าย สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสาร และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำมากขึ้น นอกจากนี้สื่อใหม่ยังช่วยให้หน่วยงานสามารถรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ระบุงroupเป้าหมายได้ง่ายและเข้าถึงได้โดยตรง ดังนั้นเนื้อหาจึงได้รับการปรับแต่งให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้ในประเทศไทยปัจจุบันประชาชนใช้สื่อใหม่เพิ่มมากขึ้น ปี พ.ศ.2565 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 54.50 ล้านบัญชี คิดเป็นร้อยละ 77.8 ของประชากรไทย โดยแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด ได้แก่ เฟซบุ๊ก แอปพลิเคชันไลน์ และเฟซบุ๊กเมสเซนเจอร์ การเกิดขึ้นและถูกใช้อย่างแพร่หลาย ทำให้นักประชาสัมพันธ์ได้นำสื่อใหม่มาใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ [15] ด้วยเหตุนี้นักประชาสัมพันธ์ที่มีหน้าที่ผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่เนื้อหาเรื่องราวต่าง ๆ ของหน่วยงานจึงควรมีความรู้และทักษะในการผลิต เผยแพร่ดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ด้วย

8. สรุปผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬากีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium จำนวน 4 คลิป ตามความต้องการของหน่วยงานและได้ดำเนินการพัฒนาออกแบบและสื่อตามแนวทาง ADDIE Model ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาพบว่า อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.50) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.60) ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.40) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.42)

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ เรื่อง “เกร็ดเล็กเช็กกีฬา” บนเพจเฟซบุ๊ก 9th Stadium ทำให้ได้คลิปลิขิตที่สนใจมีความน่าสนใจ ผู้รับสารสามารถเข้าใจและรับรู้คุณสมบัติ จุดเด่น และประโยชน์ของรายการได้ง่าย หน่วยงานจึงสามารถนำวิดีโอคอนเทนต์ให้ความรู้เกี่ยวกับกีฬาที่พัฒนาขึ้น ไปเผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ยูทูบ อินสตาแกรม และเพจเฟซบุ๊กของช่อง 9 MCOT HD เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลที่หน่วยงานต้องการนำเสนอได้มาก

9.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

9.2.1 ผู้สนใจศึกษาควรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชนิดกีฬาที่หลากหลาย ได้แก่ วอลเลย์บอล แบดมินตัน บาสเกตบอล กีฬาอีสปอร์ต เป็นต้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และคอนเทนต์บนเพจเฟซบุ๊กของหน่วยงานให้น่าติดตามมากขึ้น

9.2.2 ควรศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบของการนำเสนอคอนเทนต์ด้วยการโพสต์ข้ามแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์รายการของหน่วยงานต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] A. Thanoi, “Social media is changing the world, and it may change your life !!!,” [Online]. Available: <https://w2.med.cmu.ac.th/suandok-variety/it/1313/>. [Accessed: June 20, 2024].
- [2] S. Anantnakarakul, “Video Content: What is it and is it necessary?,” [Online]. Available: <https://www.primal.co.th/th/marketing/what-is-video-content/>. [Accessed: June 19, 2024].
- [3] E. Veroutsos, “The Most Popular Sports In The World,” [Online], Available: <https://www.worldatlas.com/articles/what-are-the-most-popular-sports-in-the-world.html>. [Accessed: June 19, 2024].
- [4] Center of Innovation for Human Capital Development (CIHCD) KBU, “Survey Report on “Hopes and Opportunities for Thai Sports in 2024,”” [Online]. Available: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057055856550>. [Accessed: June 20, 2024].
- [5] MCOT Public Company Limited, “Business Overview,” [Online]. Available: <https://investor.mcot.net/th/corporate-info/business-overview> . [Accessed: June 20, 2023].
- [6] STEPS Academy, “5 Content Marketing Trends 2024,” [Online]. Available: <https://stepstraining.co/5-content-marketing-trends>. [Accessed: June 20, 2024].
- [7] S. Dangyoun, Moderator: “9th Stadium” and Sports Reporter, Thai New Agency, MCOT Public Company Limited. [Interview], March 7, 2024.
- [8] 9th stadium, “9thstadium, 844 followers,” [Online]. Available: <https://www.facebook.com/9thstadium>. [Accessed: June 20, 2024].
- [9] P. Thongpanit, “ADDIE Model,” [Online]. Available: <http://adi2learn.blogspot.com/2018/01/addie-model.html>. [Accessed: June 20, 2024].

-
- [10] P. Binraman et al., "The Development of a Digital Inforgraphic Content on Social Media for Promoting a Product of Homemade Bakery," *Journal of Learning Innovation and Technology (JLIT)*, vol.2, no.2, pp.68-77, July – December 2022. [Online]. Available: <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JLIT/article/view/257471/175175>. [Accessed: June 20, 2024].
- [11] P. Putkiaw et al., "Development Online Training Course based on Video Streaming Media Technology," *Maejo Information Technology and Innovation Journal (MITIJ)*, vol.3, no.2. pp.41-53, July - December 2017. [Online]. Available: <https://mitij.mju.ac.th/ARTICLE/R60011.pdf>. [Accessed June 20, 2024].
- [12] P. Princhankol et al., "The Development of Digital Content for Public Relations Service Information of King Chulalongkorn Memorial Hospital by Avatar Presenter," *Siam Communication Review*, vol.23 issue 1 pp.33-51, January – June. [Online]. Available: <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/commartsreviewsiamu/article/view/272713/182128>, [Accessed: June 20, 2024].
- [13] P. Princhankol et al., "The Development of Video Content for Public Relations Company Profile of Whiteline Activation Company Limited Using Simon Sinek's Golden Circle Storytelling Technique," *Journal of Mass Communication Technology, RMUTP*, vol. 8, issue 2, pp.94-105, July – December 2023. [Online]. Available: <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jmctrmutp/article/view/266087/180880>. [Accessed: June 20, 2024].
- [14] K. Yaowarat, "Clip Video Strategies in Social Media for Motivation to Exercise with Running. Facebook Case Study: "Runner's Journeys"," [Online]. Available: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3131/3/kaittikhun_yaow.pdf. [Accessed: June 20, 2024].
- [15] A. Sirisuntornpaiboon, "The Use of New Media in Public Relations of Local Administrative Organization in Phuket," *Rajabhat Rambhai Barni Research Journal*, vol. 18 no. 1 pp.94-106, January – April 2024. [Online]. Available: <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RRBR/article/view/272072>. [Accessed: June 20, 2024].