

การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการ
ดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่**
MAKING A CHANNEL TO CREATE AWARENESS PROMOTE
KNOWLEDGE UNDERSTANDING AND BUSINESS OPERATIONS ON
ONLINE PLATFORMS FOR NEW ERA ENTREPRENEUR

Received: November 11, 2024

Revised: December 28, 2024

Accepted: December 31, 2024

ณฐาภพ สมคิด^{1*}, นคร ละลอกน้ำ²Nathapob Somkid^{1*}, Nakhon Lalognam²

*Corresponding author, Email: nathapobs@go.buu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 2) เพื่อจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ การวิจัยเป็นแบบวิจัยและพัฒนา กลุ่มตัวอย่าง คือ 1) นิสิตรดับปริญญาตรี ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball sampling) 2) ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน 3) ประชาชนทั่วไปที่เข้ามาชมรายการ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินคุณภาพและแบบประเมินความพึงพอใจ ผลการศึกษา พบว่า 1) ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารสูงสุดคือ Facebook ช่วงเวลาที่เข้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด คือช่วง 16.00-18.00 น. ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน อยู่ที่ 6-8 ชั่วโมง อุปกรณ์ที่เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ รูปแบบ VDO คอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คือ สัมภาษณ์และตอบคำถามต่าง ๆ 2) ผลการพัฒนาช่องรายการประกอบไปด้วยรายการจำนวน 6 ตอน และผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์ม ออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.56 อยู่ในเกณฑ์ “มากที่สุด” 3) ผลการศึกษาความพึงพอใจ ภาพรวมทั้ง 6 ตอน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 อยู่ในระดับ “มากที่สุด” ดังนั้นรูปแบบช่องรายการที่พัฒนาขึ้นเป็นระบบที่มีคุณภาพและมีความพึงพอใจต่อผู้รับชม

คำสำคัญ: การทำช่องรายการ, การสร้างการรับรู้, แพลตฟอร์มออนไลน์

¹ อาจารย์, ดร., คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา

¹ Lecturer, Dr., Faculty of Education, Burapha University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา

² Asst. Prof., Dr., Faculty of Education, Burapha University

** งานวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยบูรพา งบประมาณเงินอุดหนุนจากกองทุน

ส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

Abstract

This research aimed to 1) investigate the information consumption behavior and business operation needs of new generation entrepreneurs on online platforms, 2) develop an online channel to raise awareness, promote knowledge and understanding, and facilitate business operations for new generation entrepreneurs, and 3) Evaluate the satisfaction level of the target audience towards the developed channel. The research employed a Research and Development (R&D) methodology. The study Groups, Consisted of: 1) undergraduate students nationwide, sampled using snowball sampling, 2) a quality evaluation group: of three qualified experts, and 3) the general public who participated in the training program. Data collection instruments were a questionnaire, and interview form, a quality assessment form and a satisfaction assessment form. the findings were as follows: 1) facebook was the most preferred platform for information consumption. Peak online usage was between 4-6 PM. Average daily social media usage was 6-8 hours. Smartphones were the most commonly used devices for accessing online platforms. The preferred VDO content format for entrepreneurial awareness was interviews and Q&A sessions 2) The development of the online channel resulted in six episodes and a quality evaluation by qualified experts. The channel, raising Awareness, Promoting Knowledge and Understanding, and Facilitating Online Business Operations for New Generation Entrepreneurs," received an overall average score of 4.57, falling under the category of "Highly Appropriate." 3) Channel evaluation and satisfaction assessment showed that the overall satisfaction score for the six episodes was 4.63, indicating a "Most Satisfactory" level

Keywords: Develop an online channel, Raise awareness, Online platform

บทนำ

นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563–2570 เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาระบบอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของประเทศ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดเป็นพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ที่สอดคล้องกับทิศทางของยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และนโยบายของรัฐบาล โดยมีวิสัยทัศน์เพื่อ “เตรียมคนไทยแห่งศตวรรษที่ 21 พัฒนาเศรษฐกิจที่กระจายโอกาสอย่างทั่วถึง สังคมที่มั่นคง และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งทางนวัตกรรมระดับแนวหน้าในสากล นำพาประเทศไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว” และมีการขับเคลื่อนการดำเนินงานในลักษณะแพลตฟอร์มความร่วมมือตามเป้าประสงค์ของการพัฒนาใน 4 ด้าน (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562) ได้แก่ 1) การพัฒนากำลังคนและสถาบันความรู้ 2) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ท้าทายของสังคม 3) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน 4) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ และแผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนาากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564–2570 (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) โดยการขับเคลื่อนการดำเนินงาน กำหนด

ประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการอุดมศึกษาไว้ 3 ประการหลัก ประกอบด้วย บัณฑิตและกำลังคน ระบบนิเวศวิจัย และอุดมศึกษาใหม่ โดยมุ่งหวังให้อุดมศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม ผ่านพันธกิจของสถาบันอุดมศึกษา จำแนกตามยุทธศาสตร์ 3 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ 1: พัฒนาศักยภาพคน (Capacity building) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมระบบนิเวศวิจัยอุดมศึกษา (Research ecosystem building) และยุทธศาสตร์ที่ 3 จัดระบบอุดมศึกษาใหม่ (Higher education Transformation)

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) พบว่า มีผู้ว่างงานสำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษามากที่สุด 147,000 คน ใน เดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2562 ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 จะมีบัณฑิตที่กำลังสำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาเพิ่มขึ้น 300,000 คน แสดงให้เห็นความไม่สอดคล้องของคุณภาพของบัณฑิตกับความต้องการของตลาดแรงงาน และลักษณะผู้เรียนยุคปัจจุบันจะเป็น GEN-Z จะมีการแสวงหาความรู้ใหม่ผ่านช่องทางเทคโนโลยีดิจิทัลหลากหลายรูปแบบด้วยตนเอง กล้าคิด กล้าทำสิ่งใหม่ ๆ มีแนวคิดอยากเป็นเจ้าของธุรกิจ เป็นผู้ประกอบการ แสวงหาความสำเร็จในระยะเวลายาวนาน

ปัจจุบัน กลุ่ม GEN-Z กับการพัฒนากำลังคน การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาทักษะให้แรงงาน ในอุตสาหกรรม บุคคลทั่วไป นิสิตที่กำลังศึกษาและบัณฑิตที่เพิ่งจบการศึกษา ให้สามารถทำงานในสถานประกอบการได้หรือประกอบอาชีพอิสระที่สนใจได้ทันกับการแข่งขันของประเทศและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต เพื่อส่งเสริมให้สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต (Lifelong learning)

อัจฉริยา ทุงแจ่ม (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการนำเสนอ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมัยใหม่ ค่านิยม และกลุ่มอ้างอิง สำหรับลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจต่อการเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีการตัดสินใจรับชมรายการมากกว่าเพศชาย อาจเนื่องมาจากจิตใจและอารมณ์อ่อนไหวง่าย จึงทำให้เกิดความเครียดได้ง่ายกว่าเพศชาย จึงต้องการความบันเทิงและผ่อนคลายความเครียดที่สั่งสมด้วยการรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ เพราะมีรายการให้เลือกรับชมหลากหลาย และสามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลาได้อย่างต่อเนื่อง

ไพบรยา อรรถนิตย์ (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อ Social media (โซเชียลมีเดีย) ของวัยรุ่น Gen-Z ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มวัยรุ่นเจนเนอเรชั่น Z มักใช้ระยะเวลาในการเข้ารับชมแต่ละครั้งประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง ช่วงเวลาประมาณ 19.00 – 21.59 น. เมื่อพักอาศัยอยู่ที่บ้าน และรับชมวิดีโอคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความบันเทิง เพลง ตลก ละคร หนังสือ ฯลฯ แล้วเกิดความสนใจทำการส่งต่อ (Share) ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อนำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นเจนเนอเรชั่น Z มาวิเคราะห์ต่อการเลือกรับชมและการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ พบว่า กลุ่มคนยุคเจนเนอเรชั่น Z ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 24 ปี จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 6,001 – 9,000 บาทต่อเดือน อีกทั้งยังพบว่า มีพฤติกรรมการเลือกรับชมและการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ที่มีเนื้อหาตลก

เนื้อหาที่กำลังอยู่ในกระแสทุกคนกำลังกล่าวถึง วิธีการถ่ายทำสวยและมีคุณภาพ เนื้อหาที่แปลกตา และเป็นรูปแบบการถ่ายทำมุกกล้องแปลกใหม่ เพลงประกอบที่รู้สึกพอใจ และมีเนื้อหาเชิงข่าวสาร เป็นอันดับสุดท้าย

กมลชนก โตยะบุตร และคณะ (2564) ได้ศึกษารูปแบบ กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อดิจิทัล ของยูทูบเบอร์: กรณีศึกษายูทูบช่อง Chompoo Sangchan พบว่า กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหา ของยูทูบเบอร์ บนสื่อดิจิทัลสามารถแบ่งเป็นทั้งหมด 4 กลยุทธ์คือ กลยุทธ์ด้านเนื้อหา กลยุทธ์การดึงดูดให้ผู้ชม ติดตาม กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์ด้านการโฆษณา รูปแบบการเล่าเรื่องบนสื่อดิจิทัล ของยูทูบเบอร์ มีรูปแบบการเล่าเรื่องแบบเรียบง่าย มีความบันเทิง สอดแทรกด้วยความรู้ ประสบการณ์ ของเจ้าของช่อง

กขพร อนันตศานต์ (2563) ได้ศึกษา การตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (Youtube) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (Youtube) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกรับชมวิดีโอบนแพลตฟอร์มยูทูบ ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา และปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง

แหล่งเรียนรู้ทางอินเทอร์เน็ตมีมากมายหลากหลายในปัจจุบัน ที่ปรากฏเป็นช่องรายการที่เผยแพร่สาระความรู้ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็มีทั้งช่องรายการที่มีคุณภาพ และรายการที่ไม่มีคุณภาพ ทั้งในด้านของเนื้อหาสาระของรายการ และในด้านของรูปแบบการนำเสนอ โดยรูปแบบรายการที่นำเสนอในรูปแบบวิดีโอ เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน เพราะเป็นรูปแบบที่สามารถง่ายต่อการรับรู้ ที่ครบทั้งภาพและเสียง ซึ่งจะได้รรถรสในการรับสื่อที่มากกว่าการฟังหรือการอ่าน ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็ว และสามารถเพิ่มปริมาณผู้รับชมและผู้ติดตามได้อย่างรวดเร็ว โดยช่องรายการที่มีการสร้างในปัจจุบันนี้ ไม่ได้มีหลักการหรือทฤษฎี หรือผลการศึกษาที่จะสามารถนำมาเป็นองค์ความรู้ประกอบในการสร้างช่องรายการได้ อีกทั้งเรื่องการสร้างการรับรู้ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ซึ่งการสร้างการรับรู้กับคนในยุคปัจจุบัน มีรูปแบบการรับรู้ที่แตกต่างออกไปจากในอดีตที่จะต้องศึกษา โดยสามารถศึกษาได้ด้วย ทฤษฎีการสื่อสารเชิงระบบของเบอร์โล (1960) และทฤษฎีการเผยแพร่ข่าวสารของ โรเจอร์ (1995) จึงจะทำให้เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารและการแพร่ข่าวสารในปัจจุบันได้

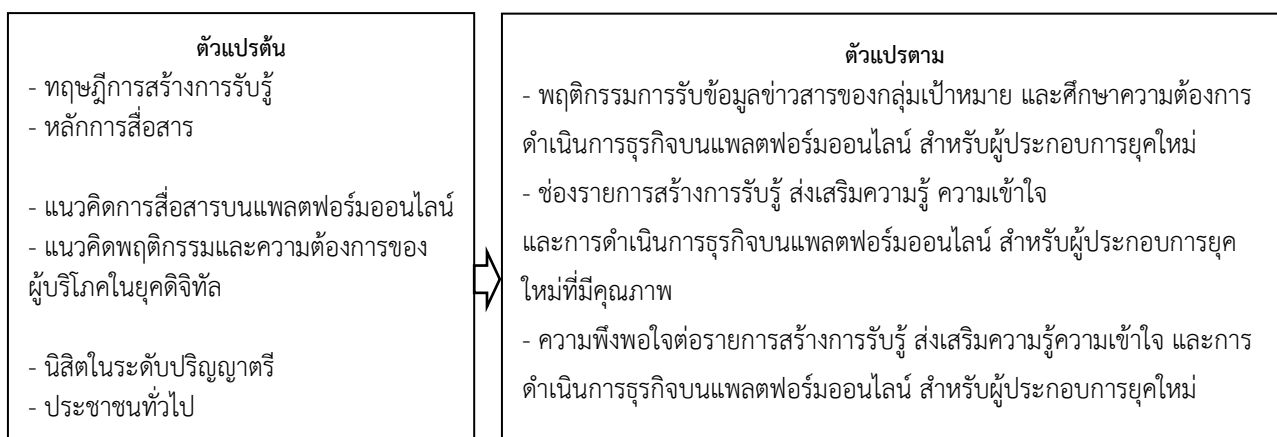
ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัย เรื่อง “การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่” โดยมีการดำเนินการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่มีคุณภาพ ทั้งทางด้านเนื้อหาสาระ และคุณภาพในด้านการผลิตและเผยแพร่ โดยการศึกษาถึงพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านความต้องการการรับรู้เนื้อหาสาระ สำหรับการที่จะเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ และพฤติกรรมการรับรู้สื่อ และนำผลที่ได้มาเป็นฐานในการออกแบบช่องรายการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะเกิดเป็นองค์ความรู้ หลักการ ให้กับผู้ที่สนใจจะสร้างช่องรายการเพื่อเผยแพร่ความรู้ทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบวิดีโอ อีกทั้งยังศึกษาผู้หารูปแบบการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างช่องรายการ ที่จะสามารถสื่อสารสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่
2. เพื่อจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรต้นได้แก่ การสร้างการรับรู้ หลักการสื่อสาร การสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ แนวคิดพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ผ่านกระบวนการศึกษาและพัฒนา 4 ระยะ และตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่มีคุณภาพ ความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบวิจัยและพัฒนา (Research and development) วิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับ

ผู้ประกอบการยุคใหม่ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร แบ่งเป็น 1) ประชากรสำหรับการศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร และศึกษา ความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball sampling) 2) ประชากรสำหรับการประเมินคุณภาพรูปแบบช่องรายการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยใช้เกณฑ์ การคัดเลือก กลุ่มตัวอย่างคือ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในระดับรองศาสตราจารย์ 3) ประชากรสำหรับศึกษา ความพึงพอใจ คือ ประชาชนทั่วไปที่เข้ามาชมรายการจากช่องรายการที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการสุ่มเจาะ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ 1) แบบสอบถาม เรื่อง การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 2) แบบสัมภาษณ์ความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการ ธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 3) แบบประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการ สร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับ ผู้ประกอบการยุคใหม่ 4) แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจและการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยผลการ ตรวจสอบหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) พบว่า ได้ค่า 1.00 ทั้งหมดทุกข้อคำถาม ของทุกแบบประเมิน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการ ทำช่องรายการ มีการเก็บข้อมูลดังนี้ 1) การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิต/ บัณฑิต แรงงาน/บุคลากรวัยทำงาน/บุคคลทั่วไปเขต EEC (ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา) ที่สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการ จำนวน 35 คน (Yamane, 1973) ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบผ่านช่องทางออนไลน์ 2) การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า กับกลุ่มตัวอย่างทีละคน เพื่อให้ได้ข้อมูล เชิงลึก และตรงวัตถุประสงค์มากที่สุด โดยใช้การบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาถอดเสียงสรุปผล การสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างคือ คือ นิสิต/ บัณฑิตแรงงาน/บุคลากรวัยทำงาน/บุคคลทั่วไปเขต EEC (ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา) ที่สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการ

ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ เป็นการพัฒนาช่องรายการ ไม่มีการเก็บข้อมูล

ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีการเก็บข้อมูลคือ ผู้วิจัย ส่งแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ให้กับผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเทคโนโลยีการศึกษา

ระดับรองศาสตราจารย์ จำนวน 3 คน พร้อมทั้งแบบประเมินคุณภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อทำการประเมินคุณภาพ

ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีการเก็บข้อมูล คือ การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจ ผู้วิจัยส่งแบบประเมินให้กลุ่มตัวอย่างตอบ ผ่านช่องทางออนไลน์ กับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ คือ นิสิตหรือประชาชนทั่วไปที่เข้ารับชมรายการทางช่องรายการ โดยไม่ระบุจำนวน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบสอบถามความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลมารวมเป็นหมวดหมู่และแยกประเด็นของข้อมูลที่ต้องการ เพื่อสร้างขอบเขตที่ชัดเจนและถูกต้อง โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาถอดบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Word by word) พิจารณาข้อมูลที่ได้รับ และใช้วิธีการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological analysis) ให้เป็นหมวดหมู่โดยการวิเคราะห์คำหลัก (Domain analysis) โดยจำแนกคำที่มีความสัมพันธ์กันมาไว้ในชุดข้อมูลเดียวกัน นำมาวิเคราะห์เป็นประเด็นหลักและแบ่งเป็นประเด็นย่อยต่อไป จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นั้นมาสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic induction) โดยการเขียนบรรยายถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นหลักกับประเด็นย่อย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการตีความตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในเชิงเหตุผล เพื่อเชื่อมโยงไปสู่แนวคิดและทฤษฎีที่ทำการศึกษา โดยสรุปผลข้อมูลแบบการบรรยายเชิงพรรณนา

4.2 การจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ผลสรุปที่ได้คือ 1) ความต้องการการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ของแพลตฟอร์มการรับชม สูงสุดคือ Facebook 2) ช่วงเวลาที่เข้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด คือช่วง 16.00- 18.00 น. 3) ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน อยู่ที่ 6-8 ชั่วโมง 4) อุปกรณ์ที่เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ 5) รูปแบบ VDO คอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คือ สัมภาษณ์และตอบคำถามต่าง ๆ 6) ความต้องการการผลิต VDO ของระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหา คือ 11-15 นาทีต่อเรื่อง 7) ความต้องการรูปแบบรายการในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คือ บันทึกเทปโดยแขกรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์ 8) ความต้องการความยาวของรายการในแต่ละครั้ง คือ 20-30 นาที 9) ความต้องการการผลิต VDO ของเนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ คือ วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ 10) ความต้องการรู้การเป็นผู้ประกอบการ คือ ประเภทผู้ประกอบการร้านค้าแฟและเบเกอรี่

2. การพัฒนารูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีการกำหนดรูปแบบการพัฒนาสองประเด็น คือ การสร้างช่องรายการ เพื่อมุ่งเน้นประสิทธิภาพของรูปแบบช่องรายการ และการสร้างการรับรู้ ที่เน้นที่รูปแบบและเนื้อหาของเรื่องในแต่ละตอนที่น่าสนใจ เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งรูปแบบการสร้างช่องรายการ กับการสร้างการรับรู้จะมาผนวกกัน ก่อนเข้าสู่รูปแบบการเผยแพร่ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ช่องรายการที่มีคุณภาพ โดยรูปแบบการพัฒนาช่องรายการ มีดังนี้

- ประเมินความพึงพอใจ
- ประเมินจากการปฏิสัมพันธ์ (Engagement)
- ประเมินจากผู้ติดตาม

0

ภาพที่
พัฒนา
ช่อง
สร้าง
ส่งเสริม
ความ
และการ



2 การ
รูปแบบ
รายการ
การรับรู้
ความรู้
เข้าใจ

ดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

จากนั้น ในขั้นตอนการพัฒนาช่องรายการ จะนำผลการศึกษาจากระยะที่ 1 มาเป็นปัจจัยในการกำหนดรูปแบบรายการและช่องรายการเพื่อนำเสนอ

ผลผลิตของการพัฒนาช่องรายการประกอบไปด้วย ช่องรายการที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ 3 ช่องทาง คือ Facebook Youtube และ Tiktok เนื้อหารายการประกอบไปด้วย 6 เรื่อง คือ 1) กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่จะไม่หายไปตามกาลเวลา ZX 2) ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยห่อ 3) การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กกนิเทศ สู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่าเต่ง Homestay 4) การต่อสู้ของพี่มู๋ผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่ 5) เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่ออดเจ้าของร้าน ส้มตำ อวดี ส้มตำที่กระแสะแรงสุด ๆ ตอนนี้ 6) คุยกับอินฟลูเอนเซอร์ ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVEN IMAGE

ตารางที่ 1 การประเมินคุณภาพรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	$\bar{x}$	S.D.	
1. เนื้อหาในรายการฯ น่าสนใจ น่าสนใจ เข้าใจง่าย ครอบคลุมทุกประเด็น	4.67	0.58	มากที่สุด
2. การจัดลำดับเนื้อหาในรายการฯ เป็นหมวดหมู่ เชื่อมโยงเหตุการณ์เริ่มต้นไปจนถึงภาพความสำเร็จ แต่ละช่วงเหตุการณ์มีความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กัน	4.67	0.58	มากที่สุด
3. เนื้อหาในรายการฯ มีปริมาณเหมาะสมกับระยะเวลาในการนำเสนอในแต่ละตอน	4.67	0.58	มากที่สุด
4. เสียงในรายการฯ มีความชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด
5. การจัดลำดับภาพและเสียงในรายการฯ มีความสัมพันธ์กัน	4.33	0.58	มาก
6. การใช้เทคนิคการเปลี่ยนภาพในรายการฯ คงเส้นคงวาทำให้การนำเสนอ น่าสนใจ	4.67	0.58	มากที่สุด
7. การใช้กราฟิกในรายการฯ ทำให้เข้าใจง่ายและทำให้การนำเสนอ น่าสนใจมากขึ้น	4.33	0.58	มาก
8. สื่อประกอบในรายการฯ สามารถถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ และเสนอตัวอย่างให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน	4.67	0.58	มาก
9. สื่อที่ใช้เสนอในรายการฯ ทำให้ทราบหลักการสำคัญ ในแต่ละเรื่องได้อย่างถูกต้อง และตรงกับความต้องการของผู้ชม	4.67	0.58	มากที่สุด
10. สื่อในรายการฯ ทำให้ผู้ชมเห็นภาพรวมชัดเจนในการนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจต่อไปได้	4.33	0.58	มาก
รวม	4.57	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในเกณฑ์ “มากที่สุด” โดยมีการพิจารณาในประเด็นของเนื้อหารายการ รูปแบบการนำเสนอ และเทคนิคการนำเสนอ เป็นหลัก

3. คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่จะไม่หายไปตามกาลเวลา พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.56 อยู่ในระดับ “มากที่สุด” 2) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไส้ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.51 อยู่ในระดับ “มากที่สุด” 3) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กนิเทศน์สู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่าเต่ง Homestay พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม 4.54 อยู่ในระดับ “มากที่สุด” 4) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์ม

ออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การต่อสู้ของพี่มยุผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.52 อยู่ในระดับ “มากที่สุด” 5) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ้อตเจ้าของร้าน ส้มตำ อวตี่ ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี้ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 อยู่ในระดับ “มากที่สุด” 6) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน คุยกับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์รัชชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในระดับ “มากที่สุด”

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รวมทุกตอน

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	$\bar{x}$	S.D.	
1. ช่องรายการฯ เผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ	4.59	0.51	มากที่สุด
2. ช่องรายการฯ มีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำให้น่าสนใจไม่น่าเบื่อ	4.53	0.51	มากที่สุด
3. ช่องรายการฯ เสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุกประเด็น ตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ	4.50	0.72	มากที่สุด
4. ช่องรายการฯ สามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	4.65	0.48	มากที่สุด
5. ช่องรายการฯ มีแขกรับเชิญที่หลากหลาย นำเสนอธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้	4.56	0.56	มากที่สุด
6. ช่องรายการฯ สามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สนใจได้	4.43	0.56	มาก
7. ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.53	0.51	มากที่สุด
8. ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้	4.68	0.54	มากที่สุด
9. ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน	4.50	0.72	มากที่สุด
10. ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง	4.56	0.56	มากที่สุด
รวม	4.56	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รวมทุกตอน จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมรับชมและตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งหมด 359 คน พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.56 อยู่ในระดับ “มากที่สุด”

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการ ดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ผลสรุปที่ได้คือ 1) ความต้องการ การรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ของแพลตฟอร์มการรับชม สูงสุดคือ Facebook 2) ช่วงเวลาที่เข้าใช้แพลตฟอร์ม ออนไลน์มากที่สุด คือช่วง 16.00-18.00 น. 3) ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน อยู่ที่ 6-8 ชั่วโมง 4) อุปกรณ์ที่เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ 5) รูปแบบ VDO คอนเทนต์ ในการ สร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คือ สัมภาษณ์และตอบคำถามต่าง ๆ 6) ความต้องการ การผลิต VDO ของระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหา คือ 11-15 นาทีต่อเรื่อง 7) ความต้องการรูปแบบรายการ ในการ สร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คือ บันทึกเทปโดยแขกรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์ 8) ความต้องการ ความยาวของรายการในแต่ละครั้ง คือ 20-30 นาที 9) ความต้องการการผลิต VDO ของเนื้อหาสาระ ที่ต้องการรับรู้ คือ วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ 10) ความต้องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ คือ ประเภทผู้ประกอบการร้านค้าแฟและเบเกอรี่

2. ผลการพัฒนารูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการ ธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้าง การรับรู้ โดยขั้นตอนการสร้างช่องรายการประกอบไปด้วย การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นของช่องรายการ การผลิต เนื้อหารายการ การเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ ส่วนการสร้างการรับรู้ ประกอบไปด้วย การออกแบบ เนื้อหา การออกแบบสื่อ และการเผยแพร่

ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า มีค่าเฉลี่ย รวม 4.57 อยู่ในเกณฑ์ “มากที่สุด”

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และ การดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ และค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ ของทุกตอน คือ 4.56 อยู่ในระดับ “มากที่สุด”

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการ ดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ทำให้เห็นพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในการรับรู้ข่าวสาร ก็ยังคงเป็น Facebook และช่วงเวลาที่เข้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด คือช่วง 16.00-18.00 น. ซึ่งจะเป็นเวลาหลังเลิกเรียน เลิกงาน เป็นเวลาของการทำกิจกรรมนันทนาการหรือพักผ่อน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ไปรยา อรรถนิตย์ (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อ Social media (โซเชียลมีเดีย) ของวัยรุ่น Gen-Z ที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่นเจนเนอเรชั่น Z มักใช้ระยะเวลาในการเข้ารับชม

แต่ละครั้งประมาณ 1-2 ชั่วโมง ช่วงค่าเวลาประมาณ 19.00-21.59 น. ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาช่วงเย็น หลังเลิกงานที่ต่อเนื่องกัน ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน อยู่ที่ 6-8 ชั่วโมง ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ในหนึ่งวัน กลุ่มเป้าหมายใช้เวลาไปกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็น 1 ใน 3 ของวัน อุปกรณ์ที่เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด ก็ยังเป็นโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสอดคล้องการศึกษาของ ชิตชนก สิริคังศักดิ์ และคณะ (2567) ซึ่งสามารถชี้ให้เห็นว่า การออกแบบเนื้อหาในทางการออกแบบภาพควรจะต้องรองรับและเหมาะสมกับการใช้งานบนขนาดหน้าจอโทรศัพท์มือถือมาเป็นอันดับแรก รูปแบบ VDO คอนเทนต์ ในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คือ สัมภาษณ์และตอบคำถามต่าง ๆ เป็นรูปแบบ ที่มีความต้องการในการรับชม ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ชอบเรียนจากการพูดคุย มากกว่า การฟังจากการบรรยาย และระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหาที่กลุ่มเป้าหมาย คิดว่าเหมาะสมในการรับแต่ละครั้ง คือ 11-15 นาทีต่อเรื่อง ความต้องการรูปแบบรายการในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คือ บันเทิงที่เก๋ไก๋โดยแซ่บรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์ ความต้องการความยาวของรายการในแต่ละครั้ง คือ 20-30 นาที ความต้องการการผลิต VDO ของเนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ คือ วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และความต้องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ คือ ประเภทผู้ประกอบการร้านค้าแฟรนไชส์และเบเกอรี่ ซึ่งทั้งหมดนี้ ชี้ให้เห็นพฤติกรรมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย ที่จะมีผลต่อการเลือกเนื้อหา ออกแบบวิธีการนำเสนอ และออกแบบการเผยแพร่ การสื่อสารในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ และได้รับการยอมรับ แพร่ขยายออกไป ซึ่งก็หมายถึงกลยุทธ์ของการสร้างช่องรายการเพื่อสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับ กมลชนก โตยะบุตร และคณะ (2564) ที่ได้ศึกษารูปแบบ กลยุทธ์การนำเสนอ เนื้อหาบนสื่อดิจิทัลของยูทูบเบอร์: กรณีศึกษายูทูบช่อง Chompoo Sangchan พบว่า กลยุทธ์ในการนำเสนอ เนื้อหาของยูทูบเบอร์บนสื่อดิจิทัลสามารถแบ่งเป็นทั้งหมด 4 กลยุทธ์คือ กลยุทธ์ด้านเนื้อหา กลยุทธ์การดึงดูด ให้ผู้ชมติดตาม กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์ด้านการโฆษณา รูปแบบการเล่าเรื่องบนสื่อดิจิทัล ของยูทูบเบอร์ มีรูปแบบการเล่าเรื่องแบบเรียบง่าย มีความบันเทิง สอดแทรกด้วยความรู้ ประสบการณ์ ของเจ้าของช่อง อีกทั้งสิ่งที่จะทำให้เกิดการติดตามและบอกต่อในการเผยแพร่การรับชมนั้น ไปรยา อรรถนิตย์ (2562) ระบุว่า วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ที่มีเนื้อหาตลก เนื้อหาที่กำลังอยู่ในกระแสทุกคนกำลังกล่าวถึง วิธีการ ถ่ายทำสวยและมีคุณภาพ เนื้อหาที่แปลกตาและเป็นรูปแบบการถ่ายทำมุกกลิ้งแปลกใหม่ เพลงประกอบ ที่รู้สึกพอใจ ส่วน เกียรติคุณ เยาวรัตน์ (2560) ระบุว่า กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอที่จะมีผลต่อการรับชมที่ดี การสร้างภาพปกคลิปวิดีโอ และการตั้งชื่อคลิปวิดีโอ ก็เป็นส่วนแรกที่จะดึงดูดให้เกิดการรับชม ซึ่งเป็น ส่วนที่สำคัญมากด้วยเช่นกัน

2. ผลการจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ โดยขั้นตอนการสร้างช่องรายการประกอบไปด้วย การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นของช่องรายการ การผลิตเนื้อหา รายการ การเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ ส่วนการสร้างการรับรู้ ประกอบไปด้วย การออกแบบเนื้อหา การออกแบบสื่อ และการเผยแพร่ ซึ่งขั้นตอนการสร้างจะแบ่งออกเป็น สองทางคู่ขนานกัน คือ การสร้าง ช่องรายการและการสร้างการรับรู้ และทั้งสองทางนี้จะมาบรรจบกันในเรื่องของการเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ นั้นชี้ให้เห็นว่า การสร้างช่องรายการที่เป็นการสร้างช่องรายการผ่านแพลตฟอร์ม การกำหนดสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนการผลิตรายการ จะต้องทำคู่ขนานไปกับการออกแบบ การสร้างการรับรู้ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ จนมาถึงเรื่องการเผยแพร่ ที่เป็นการแพร่พันธุ์วัฒนธรรม จึงใช้แนวคิดทฤษฎีการแพร่พันธุ์วัฒนธรรมของโรเจอร์ (1995) เป็นฐานในการออกแบบในแต่ละขั้นตอน

เผยให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ ยอมรับนวัตกรรม และส่งต่อนวัตกรรมออกไปในวงกว้างมากขึ้น และสุดท้ายในการประเมินผลลัพธ์ ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และ การดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในเกณฑ์ “มากที่สุด” เนื่องจากการออกแบบช่องรายการและสร้างเนื้อหารายการบนพื้นฐานแนวคิด การสื่อสารของเบอร์โล่ (1960) ทฤษฎีการแพร่ำนวัตกรรมของโรเจอร์ (1995) และออกแบบตามข้อมูลที่ได้เก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยภาพรวม มีระดับความพึงพอใจ มากที่สุดโดยจะมี ตอน เรื่องราวสุดแซบจากฟู้ดเจ้าของร้าน ส้มตำ อวตี่ ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี้ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 สูงกว่าทุกตอน สอดคล้องกับ กมลชนก โตยะบุตร และคณะ (2564) ที่ระบุว่าความมีชื่อเสียงของผู้ให้การสัมภาษณ์ มีผลต่อการติดตามรับชมรายการ เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์จะมีผู้ติดตามอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นชี้ให้เห็นว่า การสร้างเนื้อหารายการโดยนำคนที่มีความมีชื่อเสียงมาถ่ายทอดเรื่องราวสามารถสร้างการรับรู้ ได้มากกว่าบุคคลธรรมดาทั่วไป นอกจากนี้ การนำเสนอเรื่องราวกรณีศึกษาธุรกิจที่กำลังมีชื่อเสียงอยู่ในขณะนั้น ก็สามารถสร้างความสนใจในการรับชม ที่เป็นการสร้างการรับรู้ได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาพฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ทำให้เห็นพฤติกรรมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบหรือกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้

ผลการจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ซึ่งสามารถเป็นรูปแบบ ตัวอย่าง และแนวทาง สำหรับผู้ที่สร้างช่องรายการต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพได้

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ คือสิ่งการันตีผลการดำเนินงานของการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ว่าสามารถสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการสร้างช่องรายการในแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น TikTok X Instagram เพื่อหาผลลัพธ์ รูปแบบการสื่อสารที่จะสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ในเฉพาะกลุ่มของแพลตฟอร์มนั้น ๆ

2.2 ควรศึกษาพฤติกรรมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ หรือเด็ก กับเนื้อหาประเภทอื่น ๆ เช่น สารความรู้ด้านสุขภาพ การเงิน หรือ การพัฒนาตนเอง

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก โตยะบุตร, กมลทรรศน์ ศรีเอี่ยม, พชรณัฐ พชรนิธิภัทร์, สิตางค์ อินคง, และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. (5, กุมภาพันธ์, 2564). รูปแบบกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลของยูทูปเบอร์: กรณีศึกษา ยูทูปช่อง Chompoo Sangchan. ใน จำเนียร บุญมาก (ประธาน), งานประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8, เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กขพร อนันตสานต์. (2563). การตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป (Youtube) [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563–2570 (พิมพ์ครั้งที่ 1). <https://www.nxpc.or.th/content/documents/1875>
- กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564–2570 (พิมพ์ครั้งที่ 1). <https://www.mhesi.go.th/index.php/news-and-announce-all/pr/announcement-news/8464-2564-2570-2566-2570.html>
- เกียรติคุณ เขาวรัตน์. (2560). กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ “Runner’s Journeys” [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- ชิดชนก สิทธิศักดิ์ และคณะ. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและยูทูปเบอร์. วารสาร ศวท: ศิลปศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 1(1), 66-86.
- ไพบรียา อรรถนิตย์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อ Social media (โซเชียลมีเดีย) ของวัยรุ่น Gen Z [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร ทัวราชอาณาจักร ไตรมาสที่ 3: กรกฎาคม-กันยายน 2564 (พิมพ์ครั้งที่ 1).
- อัจฉริยา พุ่งแจ้ง. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- David, K. Berlo. (1960). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Everett, M. Rogers. (1995). *Diffusion of Innovations*. (4 th ed.) New York: Free Press.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3 ed.) Newyork: Harper and Row Publication.