การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple

The Development of a Digital Content Set on the Online Platform for Public Relations A Television Series “Emergency Couple”

พรปภัสสร ปริญชาญกล,* กุลธิดา ธรรมวิภัชน์* กฤชสร ศุทธิโชติเดชา,**
ณัฐรินีย์ เรืองเวทมงคล**น้ำทิพย์ จันทศร,** และภาคิน แสงอรุณ**
Pornpapatsorn Princhankol,* Kuntida Thamwipat,* Kritchasorn Sutthichotdaecha,**
Nattarinee Ruangvetmongkol,** Namthip Chantasorn,** & Phakin Saengarun**
Corresponding Author Email: pornpapatsorn.pri@kmutt.ac.th
kuntida.tha@kmutt.ac.th

วันที่รับบทความ 19 เมษายน 2567
วันที่แก้ไขบทความ 1 ตุลาคม 2567
วันที่ตอบรับบทความ 15 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple โดยบริษัททรูดิจิทัล กรุ๊ป (2) เพื่อประเมินคุณภาพชุดสื่อที่พัฒนาขึ้น (3) เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ (4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดสื่อที่พัฒนาขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) ชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple (2) แบบประเมินคุณภาพ (3) แบบประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง (4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่กดติดตามช่อง TrueID บน แพลตฟอร์มติ๊กต็อก ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 50 คน ผลการวิจัยได้

* ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

* Department of Educational Technology and Communication, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut’s University of Technology Thonburi

** นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

** Student, Department of Educational Technology and Communication, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut’s University of Technology Thonburi

พัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์เรื่อง Emergency Couple โดยบริษัททรู ดิจิทัล กรุ๊ป โดยมีสื่ออินโฟกราฟิกรูปแบบอัลบั้มโพสจำนวนทั้งหมด 3 ชุด และคลิปวีดิทัศน์แบบสั้น จำนวน 20 ชิ้น ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.79, S.D. = 0.41) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.75, S.D. = 0.44) ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.61, S.D. = 0.60) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.72, S.D. = 0.49) ดังนั้น ชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์, ดิจิทัลคอนเทนต์, แพลตฟอร์มออนไลน์

Abstract

The purposes of this research were (1) To develop a digital content set on the online platform for public relations a television series “Emergency Couple” by True Digital Group (2) To evaluate the quality of digital content developed (3) To evaluate the perception of the sample group , and (4) To assess the satisfaction of the sample group towards a digital content on the online platform for public relations a television series “Emergency Couple”. The tools used in the research were (1) A set of digital content on the online platform for public relations a television series “Emergency Couple” (2) Quality assessment form (3) Sample perception assessment 4) Satisfaction assessment form of the sample group. The sample group used in this study included people who liked the Tiktok channel “TrueID”, which was obtained from simple random sampling, who were willing and voluntary to cooperate as volunteers for the sample of 50 people. The research results had developed a set of digital content on the online platform for public relations a television series “Emergency Couple” by True Digital Group. This included a total of 3 sets of infographic album posts and 20 short video clips. The results of which were evaluated by experts found that the content quality assessment result was at a very good level ($\bar{x}$ = 4.79, SD = 0.41). The presentation media quality assessment result was at a very good level ($\bar{x}$ = 4.75, SD = 0.44). The perception of the sample group was at the highest level ($\bar{x}$ = 4.61, SD = 0.60) . And the satisfaction evaluation result of the sample group was at the highest level ($\bar{x}$ = 4.72, SD = 0.49). Therefore, the digital content on the online platform for public relations a television series “Emergency Couple” developed could be used practically.

Keywords : Public Relations, Digital Content, Online Platform

บทนำ

ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ หรือ Public Relations (PR) คือการนำสารสื่อไปยังลูกค้า เป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารการตลาด โดยอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนจากสื่อมวลชน โดยทั่วไปแล้วการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความรู้จัก และความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร สินค้า หรือบริการ นำไปสู่การสร้างฐานลูกค้า ซึ่งแตกต่างจากการทำโฆษณา (Advertising) เพราะการโฆษณาจะเน้นไปที่การนำเสนอสินค้าและบริการด้วยการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า ส่วนการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือ Marketing Public Relations จะเน้นการสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ที่ดีของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์ เป็นการจูงใจให้ผู้ใช้บริการหันมาสนใจสินค้าและบริการโดยไม่ต้องทำการโฆษณา ซึ่งปัจจุบันเรามักจะเห็นการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ หรือ Online Public Relations ด้วย ซึ่งการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ คือการทำการประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดีย การใช้ KOL/Influencer ฯลฯ เพื่อความรวดเร็ว สามารถวัดผลอย่างเชิงลึกได้ง่ายด้วยข้อมูลออนไลน์ (Mandala Team, 2566) ทั้งนี้ แพลตฟอร์มออนไลน์ คือพื้นที่หรือโครงสร้างพื้นฐานในระบบดิจิทัล หรือบริการที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้บุคคล 2 ฝ่ายขึ้นไป อาทิ ผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้บริโภค และผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้มาทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มคนหลาย ๆ กลุ่มโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรืออาจกล่าวได้ว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นเป็นเสมือนพื้นที่ที่รวบรวมสินค้า บริการ และข้อมูลต่าง ๆ ไว้ในที่เดียว และยังเป็นตัวกลางที่ช่วยให้เกิดการปฏิสัมพันธ์หรือตอบโต้กันระหว่างผู้ประกอบการ ผู้บริโภค

ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป (True Digital Group) เป็นหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ดำเนินการภายใต้กลุ่มทรู เครือข่ายผู้ให้บริการโทรคมนาคมชั้นนำของไทย โดยทรู ดิจิทัล กรุ๊ป มุ่งหวังที่จะปลดล็อกศักยภาพให้กับทุกคนและทุกภาคส่วนในสังคม ด้วยการเดินหน้ามุ่งมั่นพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อส่งมอบบริการด้านดิจิทัลที่ดีที่สุดให้กับทุกคน โดยกลุ่มธุรกิจหลักภายใต้ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป ได้แก่ ดิจิทัล มีเดีย, O2O (Online-to-Offline) บริการหลักจากทรู ดิจิทัล กรุ๊ป นั่นคือ TrueID เป็นแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ และกล่องทรูไอดี ทีวี ที่เต็มไปด้วยความบันเทิง (Extra - Tainment) ไม่ว่าจะเป็นทางด้านบทความ ภาพยนต์ กีฬา และเข้าถึงทุกบริการจากทรูในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงิน การจัดเก็บข้อมูล การให้บริการคอนเทนต์ทั้งไทยและต่างประเทศ รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จากทรู (True Digital, 2567) ทั้งนี้ “ทรู ซีเจ ครีเอชั่นส์” (TRUE CJ Creations) คือบริษัทร่วมทุนระหว่าง True Visions Group (ไทย) และ CJ ENM (เกาหลีใต้) การันตีด้วยกว่า 10 ผลงานคุณภาพทั้งซีรีส์หลากหลายรสชาติ ได้สรรหาหนังซีรีส์ทั้งไทยและต่างประเทศมานำเสนอผู้ชมตลอดระยะเวลา 6 ปี และยังสามารถทะยานขึ้นสู่อันดับที่ 36 ของโลก โดยซีรีส์เรื่องล่าสุดที่กำลังจะมีการเผยแพร่ คือเรื่อง “Emergency Couple” ที่จะเผยแพร่ลงแอปพลิเคชัน TrueID

“Emergency Couple” ซีรีส์ดังที่ถูกซื้อลิขสิทธิ์ไปกว่า 10 ประเทศรวมถึงประเทศไทย เรื่องราวของสามีภรรยาวัยรุ่นที่แต่งงานกันได้ไม่นานก็เลิกรา แต่เขาและเธอกลับมาพบกันใหม่ในฐานะหมออินเทิร์น ห้องฉุกเฉิน ทั้งคู่ไม่เพียงแต่ต้องผ่านบททดสอบจนเป็นหมอประจำบ้านให้ได้เท่านั้น แต่ยังต้องปิดบังอดีต และผ่านบททดสอบหัวใจกับความรักอีกครั้งที่ดูจะซับซ้อนกว่าเดิม จากทั้งอาจารย์หมอสาวและหมอหนุ่มใหญ่หัวหน้าห้องฉุกเฉินอีกด้วย กำกับการแสดงโดย “ชาญคชา ประทวน (โซ่)” นำแสดงโดย “ฌอห์ณ จินดาโชติ บัว นลินทิพย์ อ้น นพพันธ์ อร พัทธ์ธีรา เป็นต้น (EntertainmentReport3, 2565)

ทรูไอดี (TrueID) คือเว็บและแอปพลิเคชันที่นำเสนอความสะดวกสบายในการเข้าถึงทุกบริการจากทรูในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงิน การจัดเก็บข้อมูล การให้บริการคอนเทนต์ทั้งไทยและต่างประเทศ เช่น หนัง ซีรีส์ กีฬา การ์ตูนอนิเมชั่น รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จากทรูอีกมากมาย (TrueID, 2567) เนื่องด้วยทาง ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป ที่มี “ทรู ซีเจ ครีเอชั่นส์” (TRUE CJ Creations) เป็นส่วนหนึ่งในองค์กรเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง True Visions Group (ไทย) และ CJ ENM (เกาหลีใต้) มีโครงการการเผยแพร่ซีรีส์เรื่องใหม่ นั่นคือ Emergency couple เผยแพร่ลงแอปพลิเคชัน TrueID จึงทำให้ทางผู้จัดการดูแลหลักของ แอปพลิเคชัน TrueID มีดำริที่จะประชาสัมพันธ์ข้อมูลของซีรีส์เรื่องดังกล่าวให้มีความสดใหม่ ทันต่อโลก และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มผู้ใช้งานที่มีความสนใจเข้ามารับชม ผ่านสื่อในรูปแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก และคลิปวีดิทัศน์ในรูปแบบชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ช่องติ๊กต็อก TrueID เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่แล้ว จึงต้องใช้แพลตฟอร์มนี้ในการประชาสัมพันธ์ (ศิริมา แจ่มจิตรตรง, การสัมภาษณ์, 20 เมษายน 2567)

ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจดำเนินการศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งให้ผู้ชมในเจน Z เกิดการรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ของหนังซีรีส์ดังกล่าวเพื่อเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของหน่วยงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple
2. เพื่อประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple
3. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple

สมมติฐานของการศึกษา

1. ชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีคุณภาพอยู่ในระดับดีขึ้นไป

2. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple อยู่ในระดับมากขึ้นไป

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple อยู่ในระดับมากขึ้นไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple ที่มีคุณภาพ สำหรับใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลทั่วไปที่สนใจได้จริง

2. เป็นแนวทางในพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานอื่น ๆ ต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัลคอนเทนต์

ดิจิทัลคอนเทนต์ หมายถึง สารสนเทศที่มีรูปแบบดิจิทัล โดยอาศัยการสื่อ หรือการแสดงเนื้อหาผ่านทาง อุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน โทรทัศน์ดิจิทัล รวมถึงป้ายโฆษณาระบบดิจิทัล และโรงภาพยนตร์ระบบดิจิทัล (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2567) ทั้งนี้ความหมายของคำว่า ดิจิทัลคอนเทนต์ค่อนข้างกว้างมากและมีการนิยามต่างกันไปในแต่ละหน่วยงาน แต่จากการบริโภคดิจิทัลคอนเทนต์ในปัจจุบัน อาจสรุปแปลความหมายของมันได้ว่าเป็นสารสนเทศทั้งหมดในชีวิตประจำวันที่ถูกแปลงออกมาเป็นรูปแบบดิจิทัล และแสดงผลออกมาผ่านเครื่องมือสื่อสารใดก็ได้ (Any Content to Any Device) โดยมีความเชื่อมโยงกันระหว่างการสื่อสารข้อมูลนั้นผ่านคอมพิวเตอร์ โทรทัศน์ มือถือ ดาวเทียม อินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถแบ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. ผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creator) และ 2. ผู้ให้บริการ (Service Provider) ในที่นี้คณะผู้วิจัยในฐานะผู้ผลิตเนื้อหาได้จัดทำชุดดิจิทัลคอนเทนต์ในรูปแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิก และคลิปวีดิทัศน์แบบสั้น

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างกลุ่มบุคคล ทุกคน ทุกองค์กร สามารถใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ภารกิจหลักเป็นไปอย่างราบรื่น ลดทอนปัญหาอุปสรรค ลงให้น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้ (ทัศนีย์ ผลชานิโก, 2567) ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์มีกระบวนการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มประชาชนที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การ เพื่อต้องการให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อองค์การ เกิดความนิยมชมชอบ เลื่อมใส ศรัทธา ตลอดจนการป้องกันและแก้ไขความ

เข้าใจผิดในการดำเนินงานขององค์การ อันจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือ การสนับสนุน และการยอมรับนับถือ โดยมีการดำเนินงานอย่างมีระเบียบแบบแผนและมีการสื่อสารแบบสองทาง คือ การติดต่อไปมาระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้จัดทำชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มผู้ชมยุคใหม่

แนวคิดเกี่ยวกับแพลตฟอร์มออนไลน์

แพลตฟอร์ม หมายถึงรากฐานหรือกรอบการทำงานที่อำนวยความสะดวกในการโต้ตอบธุรกรรม หรือการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ หรือข้อมูล ซึ่งมีข้อสังเกตว่าในบริบทของธุรกิจสมัยใหม่ แพลตฟอร์ม มักหมายถึงเครื่องมือที่มีความสามารถด้านธุรกิจ หรือเทคโนโลยีที่หลากหลาย กล่าวคือ สิ่งที่ใช้เรียกได้ มีทั้งแพลตฟอร์มคอมพิวเตอร์ แพลตฟอร์มซอฟท์แวร์ แพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มการตลาดดิจิทัล และอื่น ๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ยังมีข้อสังเกตได้ว่า โซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาทิ Facebook, Twitter และ Instagram เหล่านี้ ได้ถูกเรียกแทนว่า “แพลตฟอร์มออนไลน์” อย่างแพร่หลายเป็นที่เรียบร้อย (วชิระ ทองสุข, 2565) ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้เผยแพร่ชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple คือ ช่องติ๊กต็อกของหน่วยงาน ชื่อ TrueID

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่กดติดตามช่อง TrueID บนแพลตฟอร์ม Tiktok จำนวน 426,300 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2567)

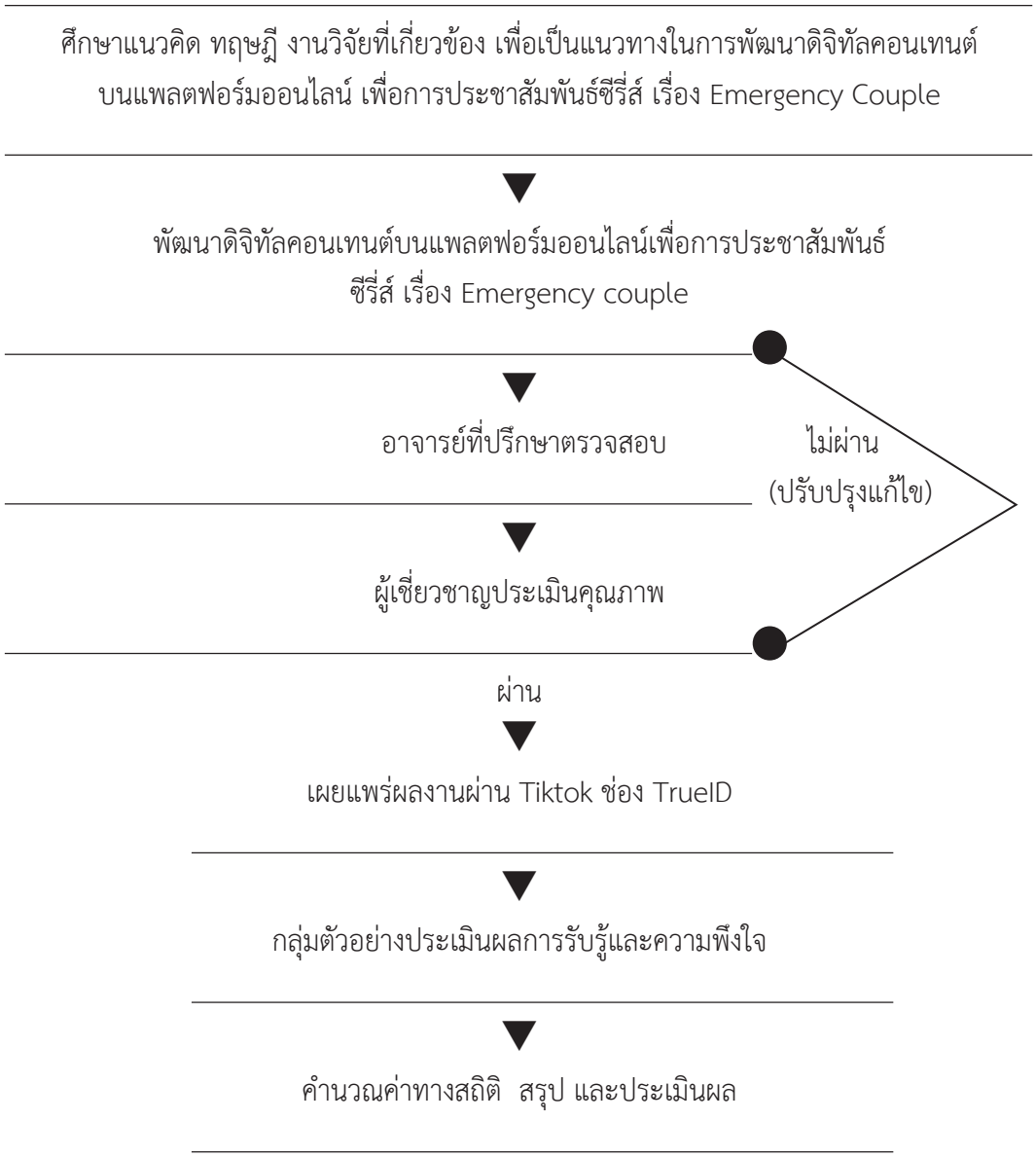
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย เป็นผู้ที่ยินดีและสมัครใจในการให้ความร่วมมือในการรับชมสื่อและตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน

ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีความชำนาญ และประสบการณ์เพื่อประเมินคุณภาพของการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปและมีประสบการณ์ในการผลิตสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการประเมินค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีเครื่องมือการศึกษา ได้แก่ (1) ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple (2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ (3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ (4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยในที่นี้เครื่องมือทุกชิ้นได้ผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงหรือค่า IOC ที่ค่ามากกว่า .05 เป็นที่เรียบร้อย

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 2/2566

แผนผังแสดงขั้นตอนการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์ โดยใช้หลักการ ADDIE Model (จำนง สันตจิต, 2556) (ประกอบด้วย ก. Analysis (การวิเคราะห์) กำหนดวัตถุประสงค์ วิเคราะห์ความต้องการ และวิเคราะห์รูปแบบสื่อที่จะผลิตขึ้น ข. Design (การออกแบบ) ออกแบบวางแนวทาง เขียนบท และวางสตอรี่บอร์ดตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ค. Development (การพัฒนา) พัฒนาสื่อตามที่ได้ออกแบบไว้ ง. Implement (การดำเนินการ) ดำเนินการเผยแพร่สื่อที่พัฒนาขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และ จ. Evaluation (การประเมินผล) ประเมินผลการรับรู้ และประเมินความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่อหรือที่ออกแบบและพัฒนาขึ้น) ดังแสดงในแผนผัง ต่อไปนี้

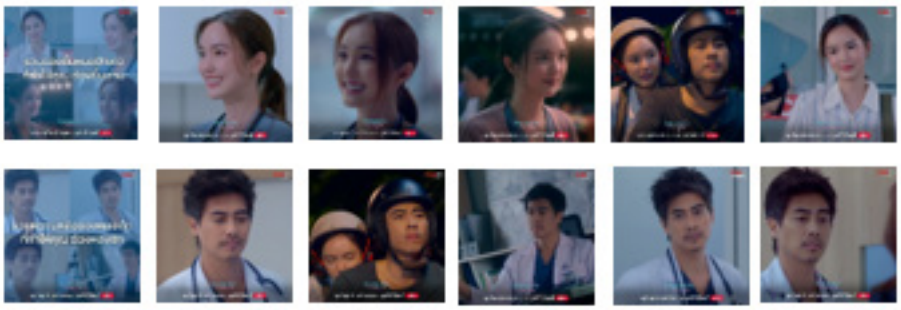


ภาพที่ 1 แผนผังแสดงขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการศึกษาเรื่องการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีสื่อจำนวน 2 ประเภท เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้เข้ารับชม TrueID ผ่านช่องติ๊กต็อกของหน่วยงาน ชื่อ TrueID ได้แก่

ก. สื่ออินโฟกราฟิกรูปแบบอัลบั้มโพสจำนวนทั้งหมด 3 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วยการประชาสัมพันธ์ตัวละครภายในซีรีส์ จำนวน 3 ตัวละคร ตัวละครละ 1 ชุด ชุดละ 6 แผ่น



ภาพที่ 2 สื่ออินโฟกราฟิกรูปแบบอัลบั้มโพสต์ประชาสัมพันธ์ตัวละครภายในซีรีส์

ข. สื่อวิดีทัศน์ประชาสัมพันธ์ซีรีส์ Emergency Couple รูปแบบ Short Video 20 ชิ้น



ภาพที่ 3 สื่อวิดีทัศน์ประชาสัมพันธ์ซีรีส์ Emergency Couple รูปแบบ Short Video

2. ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา

รายการที่ประเมิน	**ผลการวิเคราะห์**		
	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับคุณภาพ**
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหามีความถูกต้อง	5.00	0.00	ระดับดีมาก
1.2 เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่ายและน่าสนใจ	4.67	0.58	ระดับดีมาก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1.3 เนื้อหามีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	ระดับดีมาก
1.4 ความถูกต้องของศัพท์เฉพาะที่ใช้	4.67	0.58	ระดับดีมาก
เฉลี่ย	4.75	0.45	ระดับดีมาก
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา			
2.1 ภาษาที่ใช้อธิบายชัดเจน เหมาะสมกับผู้ชม	4.67	0.58	ระดับดีมาก
2.2 ข้อความที่ใช้มีความชัดเจนและถูกต้อง	4.33	1.15	ระดับดี
2.3 ภาพประกอบกับเนื้อหามีความสอดคล้องกัน	4.67	0.58	ระดับดีมาก
2.4 ภาพประกอบมีความเหมาะสมและถูกต้อง	4.67	0.58	ระดับดีมาก
เฉลี่ย	4.58	0.67	ระดับดีมาก
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	**4.67**	**0.56**	**ระดับดีมาก**

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา เรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.75, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.75, S.D. = 0.45) และค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านตัวอักษรและการใช้สี			
1.1 ขนาดของตัวอักษร อ่านง่าย และชัดเจน	4.67	0.50	ระดับดีมาก
1.2 สีและรูปแบบของตัวอักษร สวยงาม	4.67	0.00	ระดับดีมาก
1.3 ตัวอักษรมีการจัดวางอย่างเหมาะสม	4.67	0.50	ระดับดีมาก
เฉลี่ย	4.67	0.50	ระดับดีมาก
2. ด้านภาพ			
2.1 ภาพที่ใช้มีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.67	0.50	ระดับดีมาก
2.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.67	0.50	ระดับดีมาก
2.3 ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.50	ระดับดีมาก
เฉลี่ย	4.67	0.50	ระดับดีมาก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
3. ด้านเสียง			
3.1 ความดังของเสียงบรรยายมีความเหมาะสม	4.67	0.50	ระดับดีมาก
3.2 เสียงบรรยายชัดเจน ไม่สะดุด	4.67	0.50	ระดับดีมาก
3.3 ดนตรีประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.67	0.50	ระดับดีมาก
เฉลี่ย	4.67	0.50	ระดับดีมาก
4. ด้านการนำเสนอ			
4.1 รูปแบบการนำเสนอกระชับ และเข้าใจง่าย	3.33	1.15	ระดับดี
4.2 รูปแบบของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิก มีความเหมาะสม	4.33	1.15	ระดับดี
4.3 รูปแบบของคลิปนำเสนอโดยใช้ผู้นำเสนอแบบอวทาร์มีความเหมาะสม	4.33	1.15	ระดับดี
เฉลี่ย	4.33	1.00	ระดับดี
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	**4.58**	**0.65**	**ระดับดีมาก**

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ เรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับดีมาก มีจำนวนเท่ากัน 3 หัวข้อ ได้แก่ ด้านตัวอักษรและการใช้สี ($\bar{x}$ = 4.67, S.D. = 0.50) ด้านภาพ ($\bar{x}$ = 4.67, S.D. = 0.50) และด้านเสียง ($\bar{x}$ = 4.67, S.D. = 0.50) รองลงมาคือ ด้านการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 4.33, S.D. = 1.00) ตามลำดับ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับตุณภาพ
1. ท่านรับรู้ว่าทาง TrueID มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก	4.79	0.41	มากที่สุด
2. ท่านรับรู้ว่าทาง TrueID มีการใช้ชื่อผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ว่า trueid_th	4.67	0.47	มากที่สุด
3. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีการเผยแพร่ในช่องทางแอปพลิเคชัน TrueID	4.79	0.41	มากที่สุด

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับตุณภาพ
4. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีการเผยแพร่ให้รับชมได้ฟรี ทางแอปพลิเคชัน TrueID ที่เดียว	4.69	0.51	มากที่สุด
5. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีกำหนดเผยแพร่ทุกวัน ศุกร์ และ เสาร์	4.69	0.47	มากที่สุด
6. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีกำหนดเผยแพร่ในเวลา 20.00 น. ของทุกวันศุกร์ เสาร์	4.75	0.48	มากที่สุด
7. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงนำชาย คือ ฌอห์ณ จินดาโชติ	4.85	0.41	มากที่สุด
8. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงนำหญิง คือ นลินทิพย์ สกุลอ่องอำไพ	4.81	0.40	มากที่สุด
9. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงสมทบชาย คือ นพพันธ์ บุญใหญ่	4.85	0.36	มากที่สุด
10. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงสมทบหญิง คือ พัทธ์ธีรา ศรุติพงศ์โภคิน	4.69	0.54	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.33	1.00	ระดับดี
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	**4.58**	**0.65**	**ระดับดีมาก**

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ เรื่อง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับดีมาก มีจำนวนเท่ากัน 3 หัวข้อ ได้แก่ ด้านตัวอักษรและการใช้สี ($\bar{x}$ = 4.67, S.D. = 0.50) ด้านภาพ ($\bar{x}$ = 4.67, S.D. = 0.50) และด้านเสียง ($\bar{x}$ = 4.67, S.D. = 0.50) รองลงมาคือ ด้านการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 4.33, S.D. = 1.00) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับตุณภาพ
1.ท่านรับรู้ว่าทาง TrueID มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก	4.79	0.41	มากที่สุด
2.ท่านรับรู้ว่าทาง TrueID มีการใช้ชื่อผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ว่า trueid_th	4.67	0.47	มากที่สุด
3.ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีการเผยแพรในช่องทางแอปพลิเคชัน TrueID	4.79	0.41	มากที่สุด
4. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีการเผยแพร่ให้รับชมได้ฟรี ทางแอปพลิเคชัน TrueID ที่เดียว	4.69	0.51	มากที่สุด
5. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีกำหนดเผยแพร่ทุกวัน ศุกร์ และ เสาร์	4.69	0.47	มากที่สุด
6. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีกำหนดเผยแพร่ในเวลา 20.00 น. ของทุกวันศุกร์ เสาร์	4.75	0.48	มากที่สุด
7. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงนำชาย คือ ฌอห์ณ จินดาโชติ	4.85	0.41	มากที่สุด
8. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงนำหญิง คือ นลินทิพย์ สกุลอ่องอำไพ	4.81	0.40	มากที่สุด
9. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงสมทบชาย คือ นพพันธ์ บุญใหญ่	4.85	0.36	มากที่สุด
10. ท่านรับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงสมทบหญิง คือ พัทธ์ธีรา ศรุติพงศ์โภคิน	4.69	0.54	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.79	0.41	มากที่สุด
สรุปผลการประเมิน	**4.67**	**0.47**	**มากที่สุด**

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่าโดยรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.76, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณารายหัวข้อพบว่าหัวข้อที่มีผลการรับรู้สูงสุด คือ ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงนำชาย คือ ฌอห์ณ จินดาโชติ มีผลการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.85, S.D. = 0.41) รองลงมา คือ รับรู้ว่า ซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple นักแสดงสมทบชาย คือ นพพันธ์ บุญใหญ่ มีผลการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.85, S.D. = 0.36)

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	**ผลการวิเคราะห์**		
	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับความพึงพอใจ**
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 การลำดับเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์	4.75	0.44	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความชัดเจน	4.71	0.50	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีความน่าสนใจ	4.73	0.49	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์มีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.79	0.41	มากที่สุด
1.5 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์เข้าใจง่าย	4.62	0.49	มากที่สุด
ภาพรวม	4.71	0.47	มากที่สุด
2. ด้านภาพและเสียง			
2.1 ภาพที่ใช้ในดิจิทัลคอนเทนต์มีสีสันสวยงาม	4.77	0.43	มากที่สุด
2.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.79	0.41	มากที่สุด
2.3 ภาพและเสียงมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.85	0.36	มากที่สุด
2.4 ภาพและเสียงชัดเจน ไม่สะดุด	4.77	0.51	มากที่สุด
2.5 ภาพและเสียงสอดคล้องกับเนื้อหา	4.71	0.46	มากที่สุด
ภาพรวม	4.77	0.44	มากที่สุด
3. ด้านการนำเสนอ			
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับเข้าใจง่าย	4.77	0.43	มากที่สุด
3.2 การนำเสนอชุดดิจิทัลคอนเทนต์(สื่อโปสเตอร์) รูปแบบอินโฟกราฟิกบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความน่าสนใจ	4.79	0.41	มากที่สุด
3.3 การนำเสนอชุดดิจิทัลคอนเทนต์ (คลิป) นำเสนอมีความน่าสนใจ	4.79	0.41	มากที่สุด
ภาพรวม	4.78	0.42	มากที่สุด
ผลการประเมินภาพรวม	**4.75**	**0.45**	**มากที่สุด**

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.75, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก ได้แก่ ด้านการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.78, S.D. = 0.42) รองลงมาคือ ด้านภาพและเสียงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.77, S.D. = 0.44) และด้านการเนื้อหาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.71, S.D. = 0.47) ตามลำดับ

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดด้านคิวของนักแสดงหลัก ซึ่งมีคิวงานแน่นมาก แต่ทางหน่วยงานต้องการให้คณะผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์นักแสดงหลักจำนวนหลายๆ คลิป เพื่อสามารถสื่อสารกับผู้ชมได้ดี แต่ด้วยคิวและการติดต่อของนักแสดงหลักที่นัดค่อนข้างยาก ทำให้คณะผู้วิจัยนัดได้เพียงบางท่าน จึงใช้วิธีนำเสนอภาพนักแสดงหลักผ่านโปสเตอร์อินโฟกราฟิกให้ครบถ้วน แต่ถ้าเป็นคลิปจะนำเสนอได้ไม่ครบทุกท่าน

อภิปรายผล

จากการศึกษาโครงงานเรื่องการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple ผลการวิจัยนั้นเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยขออภิปรายผลในประเด็น ดังต่อไปนี้

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple พบว่ามีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.67, S.D. = 0.56) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple พบว่ามีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.65) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของสื่อโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิก ทำให้สื่อมีความกระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบสวยงาม สอดคล้องกับเนื้อหา อีกทั้งยังมีการรับข้อมูลจากผู้ที่รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้งานอินโฟกราฟิกของ Infographic Thailand (Infographic Thailand, 2557) ได้กล่าวว่า การออกแบบอินโฟกราฟิกต้องคำนึงถึงด้านข้อมูล คือ ต้องมีเรื่องราวที่น่าสนใจ เป็นความจริง กระชับ นำไปใช้งานได้จริง ในการออกแบบและพัฒนาสื่อดังกล่าวมุ่งหมายเพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานและต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (ทัศนีย์ ผลชานิโก, 2567) ที่กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มประชาชนที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การ เพื่อต้องการให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อองค์การ เกิดความนิยมชมชอบ

เลื่อมใส ศรัทธา ตลอดจนการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดในการดำเนินงานขององค์การ อันจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือ การสนับสนุน และการยอมรับนับถือ โดยมีการดำเนินงานอย่างมีระเบียบแบบแผนและมีการสื่อสารแบบสองทาง คือการติดต่อไปมาระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรียา จิตร์ถาวรมณีและคณะ (Jittawon-manee, S., et al., 2022) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาวิชวลคอนเทนต์แบบอัลบั้มเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ Fiet Ambassador ซึ่งผลการวิจับพบว่ามีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 4.33, S.D. = 0.51) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.71, S.D. = 0.38) โดยพบว่า การนำเสนอด้วยรูปแบบวิชวลคอนเทนต์แบบอัลบั้มเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์บุคคลเด่นบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีผลประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานจึงควรคำนึงถึงการออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่ได้ดี ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์เรื่อง Emergency Couple พบว่ามีผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.76, S.D. = 0.45) และผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.75, S.D. = 0.45) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple มีการออกแบบโปสเตอร์รูปแบบอินโฟกราฟิกมีเนื้อหาเข้าใจง่าย ลักษณะการจัดวางเป็นระเบียบ แยกหัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อยได้ชัดเจน และออกแบบสื่อวีดิทัศน์ให้มีกราฟิก เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ และข้อความที่ชัดเจน ดึงดูดความสนใจ สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และเข้าใจสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อได้ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของศักดิ์ กองสุวรรณและคณะ (Kongsuwan, S., et al., 2021) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวีดิทัศน์ เรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต” โดยผลการวิจัยพบว่า ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.70, S.D. = 0.54) และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.55) ด้วย ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในกิจกรรมและสื่อในระดับมากที่สุด ทั้งยังทำให้เกิดการรับรู้ในระดับมากที่สุดด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยของกุลธิดา ธรรมวิภัชน์ และพรปภัสสร ปริญชาญกล (Thamwipat, K., and Princhankol, P., 2023) ศึกษาเรื่อง ผู้ลการใช้คอนเทนต์รีวิวอาหารร่วมกับกิจกรรมการสื่อสารโดยใช้เกมเป็นฐานเพื่อส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการรายย่อยในมหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่าผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.80, S.D.= 0.38) และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.45, S.D. = 0.62) ด้วย ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ที่ผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ลบนแพลตฟอร์มออนไลน์แล้ว ยังควรคำนึงถึงการจัดกิจกรรมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีอีกช่องทางหนึ่งด้วย

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. การเผยแพร่ชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple ควรใช้ช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คือผู้ที่ต้องการพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่สังกัดอยู่ภายใต้ TrueID ทั้งนี้เพื่อให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยควรประชาสัมพันธ์สื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่แตกต่างไปจากเดิม หากเป็นไปได้ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแพลตฟอร์มที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ ณ ขณะนั้น เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือ เอกซ์ ก็จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

2. การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple สามารถนำไปใช้เป็นสื่อประกอบการประชาสัมพันธ์ในงานอีเวนท์ต่าง ๆ ที่จัดขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มฐานคนดูที่สนใจให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการใช้สื่อร่วมกับกิจกรรมหรืออีเวนท์ สามารถดึงดูดผู้ชมได้มากกว่าการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple

2. ควรศึกษาแนวทางและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังซีรีส์ เรื่อง Emergency Couple ในรูปแบบของอีเวนท์แฟนมีตติ้งแบบไฮบริดเพื่อเสริมสร้างการรับรู้และเพิ่มฐานคนดูที่สนใจให้มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ระบบออนไลน์

จำนง สันตจิต. (2556). *ADDIE MODEL.* สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/520517%20%

ทัศนีย์ ผลชานิโก. (2567). *การประชาสัมพันธ์ (Public Relations).* สืบค้นจาก https://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER46/DRAWER001/GENERAL/DATA0000/00000003.PDF

มุทิตา สร้อยเพชร และพรพรรณ บัวทอง. (2564). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและไม่พอใจ.* สืบค้นจาก https://dusitpoll.dusit.ac.th/KB/2021/601/

วชิระ ทองสุข. (2565). *แพลตฟอร์ม คืออะไรกันแน่? ทำไมพูดถึงกันบ่อยจัง ยุคนี้ใครไม่รู้ ต้องรู้แล้ว!.* สืบค้นจาก https://talkatalka.com/blog/what-is-a-platform

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.* สืบค้นจาก https://onde.go.th/view/1/นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม/TH-

EntertainmentReport3. (2567). ส่องเทรลเลอร์แรกของซีรีส์ “Emergency Couple”. สืบค้นจาก https://entertainment.trueid.net/detail/ABjYvy1q66Xg

Infographic Thailand. (2557). *Infographic Design Rules.* สืบค้นจาก http://infographic.in.th/infographic/infographic-design-rules

Jittawonmanee, S., Thamwipat, K., & Princhankol, P. (2022). Album Visual Content Development for Public Relations to Promote the Image of Fietambassador. *Journal of Learning Innovation and Technology (JLIT). 2* (2). Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JLIT/article/view/256361/175195

Kongsuwan, S., Thamwipat, K., Jirachai, P., Princhankol, P., Jasadanurukkit, T., & Wongsumpun, A. (2021). The Development of Content Set and Activity for Public Relations Focusing on Participation in the Video Clip Contest Project Titled in “The Scholarship for Children, Funding for the Future”. Journal of Learning Innovation and Technology (JLIT). 1 (1). Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JLIT/article/view/251719/170088

Mandala Team. (2567). *PR คืออะไร ทำไมถึงมีความสำคัญ พร้อมเทคนิคการทำให้ประสบความสำเร็จ.* สืบค้นจาก https://blog.mandalasystem.com/th/public-relations

Thamwipat, K., and Princhankol, (2023). The Results of Using Food Review Content together with Game-Based Communication Activities to Promote the Sales of Small Entrepreneurs in Universities through Social Service Learning. *Journal for Research and Innovation Institute of Vocational Education Bangkok. 6* (2). Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/ivebjournal/article/view/267458/180555

True Digital. (2567). *ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป.* สืบค้นจาก https://www.truedigital.com/living-about?lang=th