

การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์^{1*} พรปภัสสร ปริญาญกุล¹ ธิตินพงษ์ สงวนงาม² อธิภัทร สุคำภา²
ภูริพัฒน์ วิริยานุชิต² และ ฤทธิชัย ใจเที่ยง²

รับบทความ 28 มิถุนายน 2567 แก้ไขบทความ 4 กุมภาพันธ์ 2568 ตอบรับบทความ 11 มีนาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาและประเมินคุณภาพวิดีโอรายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์โดยผู้เชี่ยวชาญ 2) ประเมินผลการรับรู้ที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และ 3) ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ วิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกที่ติดตามเพจ Merc Station บน 3 แพลตฟอร์มออนไลน์ของบริษัท โดยได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีจับสลาก จากผู้ที่เคยชมวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน ผลการวิจัยได้วิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ความยาว 1-3 นาที จำนวน 4 คลิป 4 เกม ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.59) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.51) ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.51) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.50) ดังนั้นสื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยควรนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลายเพื่อเพิ่มการรับรู้แก่ผู้ชมให้มากขึ้น โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่กระชับ สนุกสนานผ่านเกมง่าย ๆ โดยควรผลิตคอนเทนต์ละไม่เกิน 3 นาทีบนแพลตฟอร์มออนไลน์

คำสำคัญ: รายการประเภทเกม; บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด; แพลตฟอร์มออนไลน์; วิดีโอคอนเทนต์

¹รองศาสตราจารย์ ดร. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

²นักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

*ผู้ประสานงานหลัก: kuntida.tha@kmutt.ac.th

The Development of Video Content Game Types on the Online Platforms Mercury Digital Company Limited

Kuntida Thamwipat^{1*} Pornpapatsorn Princhankol¹ Titipong Sanguanngam²
Theeraphat Sukhampha² Phuripat Wiriyanchit² and Rittichai Jaitiang²

Received 28 June 2024.; Revised 4 February 2025; Accepted 11 March 2025

Abstract

The purposes of this research were 1) to develop and evaluate the quality of video content game types on the online platforms by experts, Mercury Digital Company Limited, 2) to evaluate the perception towards the video content game types on the online platforms, and 3) to evaluate the satisfaction towards the video content game types on the online platforms, Mercury Digital Company Limited. The research tools included the video content game types, the quality assessment form, the perception assessment form, and the satisfaction assessment form. Data were collected by simple random sampling by drawing lots from a sample of 50 people who followed Merc Station on 3 online platforms of the company, who had watched video content game types on online platforms, and who were willing to answer the questionnaires. The result of the development of video content game types on the online platforms was 4 clips, 4 types of games each 1-3 minutes long. The results of the evaluation by experts found that there was a content quality assessment result by experts at a very good level ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.59), the media presentation quality assessment by experts was at a very good level ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.51), the result of the sample's perception was at the highest level ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.51), and the result of the sample's satisfaction was at the highest level ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.50). Therefore, the developed media can be used in practical. It should be presented on various online platforms to increase audience awareness, using concise and engaging formats through simple games. Content should be produced in under 3 minutes on online platforms.

Keywords: Game types; Mercury Digital Company Limited; Online Platform; Video Content

¹ Associate Professor. Dr., Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

² Student, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

* Corresponding Author: kuntida.tha@kmutt.ac.th

บทนำ

สถานการณ์โลกปัจจุบันที่การแข่งขันทางเศรษฐกิจเข้มข้นขึ้น และสังคมโลกเชื่อมโยงกันมากขึ้นในสภาพไร้พรมแดน แนวโน้มการพัฒนาทางเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงเทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานเช่นที่ผ่านมาอีกต่อไป หากแต่ได้หลอมรวมเข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต และปฏิวัติโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ การทำงานของรัฐ และกระบวนการทางสังคมไปจากเดิม นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีเนื้อหาในรูปแบบสื่อดิจิทัลที่หลากหลายเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของคนในประเทศไม่เพียงพอ กล่าวคือยังคงมีปัญหาคอขวดหรือคอขวดด้านเนื้อหา ซึ่งเป็นอีกมิติหนึ่งของความเหลื่อมล้ำดิจิทัล โดยเนื้อหาสำคัญที่ยังขาดไป เช่น สื่อการเรียนรู้เพื่อนำไปใช้ประกอบอาชีพ และสื่อที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในระดับท้องถิ่นทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และวัฒนธรรมที่ต่างกัน ในขณะที่ประชาชนเริ่มมีการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากอุปกรณ์พกพา เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต แต่ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความสนุกสนาน บันเทิง โดยไม่ได้นำเทคโนโลยีไปก่อให้เกิดประโยชน์เท่าที่ควร รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนผลิตสื่อดิจิทัลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในขณะเดียวกันรัฐบาลก็มีมาตรการพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับรวบรวมข้อมูล องค์ความรู้ ความสามารถของบุคคล โดยเฉพาะบุคลากรวัยเกษียณ ปรากฏการณ์เช่นนี้ นักวิชาการ และผู้มีจิตอาสา ให้เป็นเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เรียนรู้ร่วมกัน และถ่ายทอดองค์ความรู้ และประสบการณ์จากฐานฐาน จากชุมชนสู่ชุมชน นำไปสู่เศรษฐกิจและสังคมแห่งการแบ่งปัน (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561) ในยุคปัจจุบันสื่อเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารที่นำเนื้อหาของผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารอย่างตรงตามวัตถุประสงค์ ด้วยการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สื่อในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ได้พัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ข้อดีของสื่อดิจิทัลนั้นมีมากมาย ทั้งการสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้สื่อดิจิทัลยังช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน รวมทั้งเป็นช่องทางในการนำเสนอผลงานส่วนตัว ใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ บริการลูกค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ทั้งนี้หน่วยงานธุรกิจส่วนใหญ่นิยมใช้คลิพวิดีโอสั้นที่ได้รับความนิยม มีความกระชับ และดึงดูดความสนใจของผู้ชมเป็นหลัก เพราะรูปแบบนี้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ (Imagehubs, 2562)

ในปัจจุบันเมื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีอิทธิพลสำคัญต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์ การเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มต่าง ๆ ส่งผลอย่างมากต่อกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อตรงผู้ชมไว้ให้ได้ยาวนานที่สุด นอกจากนี้ ความหลากหลายของช่องทางที่อาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นตัวขับเคลื่อน ทำให้ผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งพยายามปรับรูปแบบและเนื้อหาของรายการ เพื่อให้สอดคล้องกับความหลากหลายของสื่อที่เพิ่มมากขึ้น มีการข้ามสื่อระหว่างกันเพื่อเอื้อต่อการเข้าถึงและตอบสนองความคาดหวังของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ประเภทเนื้อหาที่มีการปรับเปลี่ยนสั้นลงอยู่ตลอดเวลา ด้วยวิธีการที่ยืดหยุ่นอย่างมากของทั้งผู้ผลิตและสื่อเอง ยิ่งภายหลังเมื่อมีทีวีดิจิทัลเกิดขึ้น สถานีโทรทัศน์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก บริษัทผู้สร้างสรรค์รายการบันเทิงขนาดใหญ่อย่างบริษัทต่าง ๆ ปรับเปลี่ยนบทบาทของตนจากผู้ผลิตมาเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ รายการที่เคยออกอากาศอยู่ทางสถานีโทรทัศน์อื่น ๆ ก็ถูกดึงกลับมาออกอากาศทางสถานีช่องของตน ความบันเทิงที่เคยหล่อเลี้ยงผู้ชมโทรทัศน์มาโดยตลอดจึงเกิดภาวะชะงักงัน ในส่วนของรายการบันเทิงที่ยังคงอยู่ ผู้ผลิตต่างพยายาม

ที่จะสร้างความโดดเด่นและแตกต่าง เพื่อการเป็นที่ยอมรับและนำมาซึ่งผลตอบแทนทางธุรกิจ เนื่องจากรายการบันเทิงประเภทเกมโชว์หรือรายการวาไรตี้สามารถสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจได้มาก หากรายการประสบความสำเร็จและเป็นที่ถูกใจของผู้ชม ผู้สนับสนุนรายการพร้อมที่จะให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ ผู้ผลิตรายการจึงจำเป็นต้องทำทุกวิถีทางให้รายการของตนเป็นที่ดึงดูดผู้ชมและแหล่งรายได้ แพลตฟอร์มออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่น่าจับตามองสำหรับธุรกิจเอกชนที่สนใจผลิตรายการบันเทิงประเภทเกมโชว์ เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างกว้างขวางและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้ชมในยุคดิจิทัล (เมธา เสรีธนาวงศ์, 2564)

ปัจจุบันเราจะเห็นได้ว่าแพลตฟอร์มเป็นส่วนสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มคนต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การให้บริการที่เป็นศูนย์กลางสำหรับลูกค้าและร้านค้า เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินการต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของแต่ละแพลตฟอร์ม โดยความสะดวกสบายที่แพลตฟอร์มเหล่านี้เสนอ เช่น เมื่อต้องการจะเดินทางจากคอนโดไปสนามบิน สามารถใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อเรียกรถได้ทันที ทั้งยังมีขั้นตอนการชำระเงินที่สะดวกและรวดเร็ว เป็นต้น แพลตฟอร์มเหล่านี้มีหลากหลายประเภท เช่น Grab, LINEMAN, Uber ที่เชื่อมคนที่ต้องการบริการเดินทางและผู้ขับรถเข้าด้วยกัน หรือ Multi-Sided Platform เช่นเว็บหางานที่เชื่อมกลุ่มผู้ใช้หลาย ๆ กลุ่มที่มีความต้องการแตกต่างกัน เช่น บริษัทที่ต้องการพนักงานและคนที่มองหางาน นอกจากนี้ยังมี Service Platform ที่ให้บริการต่าง ๆ เช่น บริการรับจ้างขนของ รับซ่อมประปา ไฟฟ้า มี Content Platform ที่ให้บริการเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น YouTube, Netflix และมี Marketplaces Platform เป็นแพลตฟอร์มที่สำคัญและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นที่รวมของผู้ขายและผู้ซื้อที่ต้องการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ตัวอย่างเช่น Shopee, Lazada, Amazon, และ AliExpress เป็นต้น ทำให้ร้านค้าและผู้บริโภคสามารถทำธุรกิจซื้อขายออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย และมีความหลากหลายในการเลือกซื้อสินค้าที่ไม่ได้หาได้ในร้านท้องถิ่นของตน ที่สำคัญยังมี Social Network Platform ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสำหรับการสื่อสารและติดต่อสื่อสารสำคัญระหว่างบุคคล ตัวอย่างเช่น Facebook, Twitter, Instagram, LINE, และ Whatsapp ซึ่งเป็นที่รู้จักกันทั่วไป ผู้คนสามารถแบ่งปันข้อมูล ภาพถ่าย ความคิดเห็น และเชื่อมต่อกับเพื่อน ๆ และคนรอบตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ มี Cloud Storage Platform เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการเก็บข้อมูลและสำรองข้อมูลผ่านทางเทคโนโลยีคลาวด์ ที่ผู้ใช้สามารถเลือกใช้บริการตามความต้องการและขนาดของข้อมูล ตัวอย่างเช่น Google Drive, Dropbox, และ Box เป็นบริการที่ได้รับความนิยมในการจัดเก็บข้อมูลออนไลน์และการทำสำรองข้อมูลขององค์กรและบุคคลทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การเกิดขึ้นและเติบโตของธุรกิจแบบ แพลตฟอร์มออนไลน์เหล่านี้ได้สร้างโอกาสให้กับระบบเศรษฐกิจอย่างมาก (Aukrathorn.A, 2023)

บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด เริ่มตั้งธุรกิจเมื่อปีพุทธศักราช 2561 เพื่อดำเนินธุรกิจรับให้คำปรึกษาด้านการทำธุรกิจและด้านการทำการตลาดออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด มีบทบาทสำคัญในการร่วมวางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์ด้านการพัฒนาธุรกิจให้กับกลุ่มลูกค้าเพื่อความเท่าทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันทางบริษัทเป็นผู้เชี่ยวชาญที่พร้อมให้คำปรึกษาด้านการทำการตลาดออนไลน์อย่างครบวงจรให้กับธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจพาณิชย์กรรม ธุรกิจอุตสาหกรรม และธุรกิจบริการ โดยมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และการเติบโตด้านยอดขายอย่างยั่งยืน และมีความสนใจในการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ที่บริษัทนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งนี้พบว่าทางบริษัทมีความต้องการให้พัฒนาวิดีโอคอนเทนต์รายการบันเทิงประเภทเกมที่น่าสนใจ ในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้น เพื่อสร้างความสนใจและต่อยอดสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อทำการตลาดออนไลน์ต่อไป (ณัฐปริยา นิพนธ์ศักดิ์, 2567) คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่า ควรมีการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์รายการ

ประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ทั้งนี้เพื่อเผยแพร่รายการประเภทเกมที่มีความสร้างสรรค์ภายใต้เงื่อนไขของกฎและกติกาที่กำหนดไว้ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้เกิดความสนุกสนานและสร้างความสัมพันธ์อันดี ทั้งยังทำให้กลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้รายการประเภทเกมของบริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของบริษัทด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพของวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด
2. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด เป็นงานวิจัยเชิงทดลองที่ได้จัดทำขึ้นมีการกำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาผลการรับรู้และความพึงพอใจในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 8 คน อินสตาแกรม จำนวน 104 คน และติ๊กต็อกจำนวน 157 คน รวมจำนวน 269 คน (Merc Station, 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ได้แก่ สมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และติ๊กต็อก Merc Station โดยได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีการจับสลาก จากสมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และติ๊กต็อกที่เคยชมวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมและยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน

2. ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญเพื่อประเมินคุณภาพการสร้างสื่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ได้จากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอเป็นเจ้าหน้าที่ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริง และยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ และในส่วนผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลเป็นคณาจารย์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี (มจร.) ดังต่อไปนี้

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ เจ้าหน้าที่บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีหรือเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์เกี่ยวกับวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ คือ เจ้าหน้าที่บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีหรือเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความรู้

ความชำนาญเกี่ยวกับการผลิตสื่อ เพื่อประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

2.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล คือ คณาจารย์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มจร. ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโทหรือเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินคุณภาพด้านการวัดและประเมินผลของการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยเครื่องมือการวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการหาค่า IOC ได้ค่า 0.75-1.00 อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมก่อนนำไปประเมินคุณภาพ การรับรู้และความพึงพอใจต่อไป

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 วิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ มีขั้นตอนการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ได้ใช้หลักการและแนวคิดของ ADDIE MODEL (People Value, 2567) ในการวิจัย โดยมี 5 ขั้นตอนต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ (Analysis) คณะผู้วิจัยได้ศึกษาความต้องการขององค์กรและนำมาปรึกษากับสมาชิกและอาจารย์ที่ปรึกษา

2) การออกแบบ (Design) กำหนดรูปแบบและวิธีในการนำเสนอสื่อโดยใช้วิดีโอคอนเทนต์

3) การพัฒนา (Development) นำรูปแบบของวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกม บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขสื่อให้มีความเหมาะสม ส่วนนี้คือการพัฒนาและประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญในเฟสต้นของการวิจัย

4) การนำไปทดลองใช้ (Implementation) คณะผู้วิจัยนำวิดีโอคอนเทนต์ที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำไปประเมินผลการรับรู้และประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อที่พัฒนาขึ้น ส่วนนี้เป็นเฟสท้ายของการวิจัย

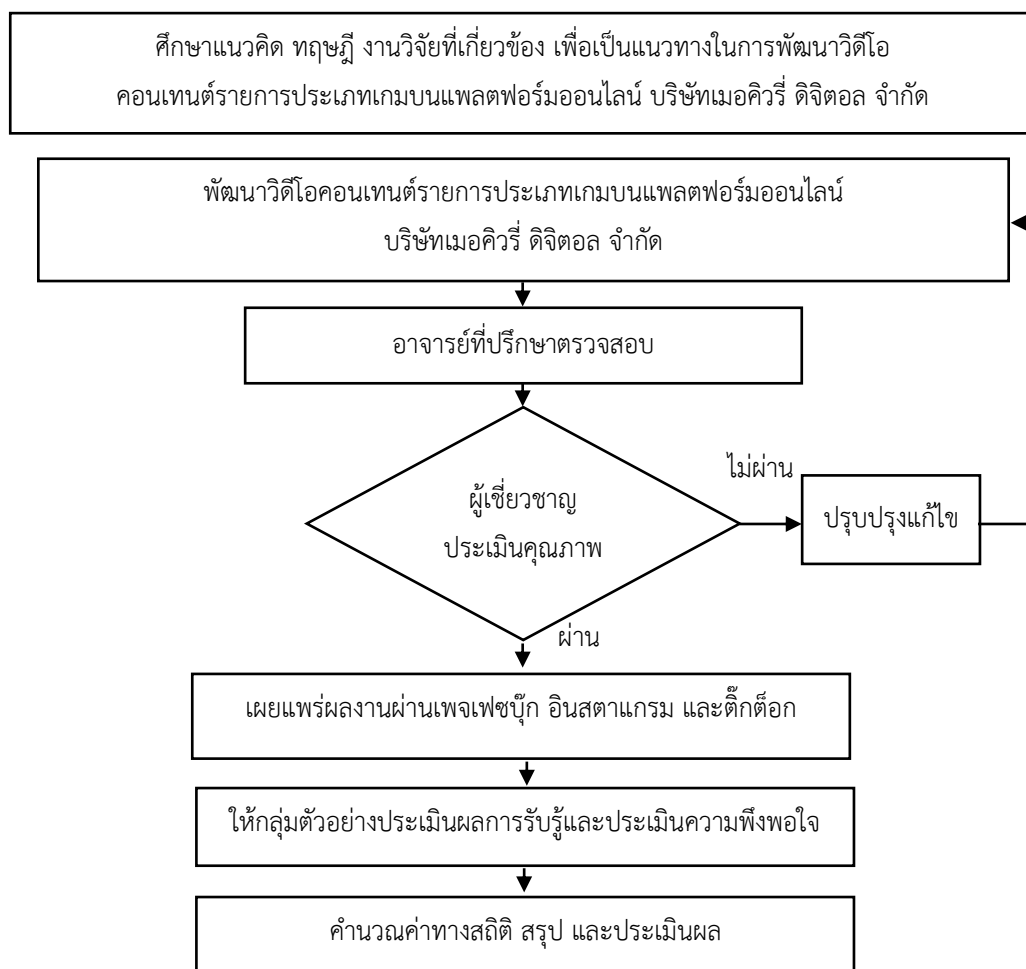
5) การประเมิน (Evaluation) คณะผู้วิจัยนำผลประเมินที่ได้ไปวิเคราะห์ คำนวณทางสถิติและสรุปผลต่อไป

3.2 แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ

3.3 แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

3.4 แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

โดยเป็นแบบประเมินค่าแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามวิธีของ Likert Scale โดยแบ่งเป็นระดับ 5 4 3 2 และ 1



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้นตามแนวคิดของ ADDIE MODEL

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 4.1 แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านละ 3 ท่าน
- 4.2 แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ประเมินโดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน
- 4.3 แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ประเมินโดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมี การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญศรี พรหมมาพันธุ์, 2018)

4.51 – 5.00	หมายถึง	ดีมาก/มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ดี/มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด

ผลการออกแบบและพัฒนา ได้วิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด จำนวน 4 คลิป ความยาว 3 นาที ประกอบด้วย 1) เกมปิงปองสุ่มโชค 2) เกมคำถามทดสอบความรู้ 3) เกม Davinci และ 4) เกมปิดหูดูปาก



ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด และคิวอาร์โค้ดรับชมสื่อ

2. ผลการประเมินคุณภาพของวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินคุณภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านความถูกต้องของเนื้อหา	4.50	0.67	ดี
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบ	4.58	0.51	ดีมาก
สรุปผลการประเมิน	4.54	0.59	ดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.59) ทั้งนี้ พบว่าด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบ มีผลประเมินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.51) รองลงมาคือด้านความถูกต้องของเนื้อหา มีผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินคุณภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านตัวอักษรและการใช้สี	4.67	0.50	ดีมาก
2. ด้านภาพ	4.56	0.53	ดีมาก
3. ด้านเสียง	4.44	0.53	ดี
4. ด้านการนำเสนอ	4.50	0.55	ดี
สรุปผลการประเมิน	4.55	0.51	ดีมาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.51) ทั้งนี้พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรก คือ ด้านตัวอักษรและการใช้สี มีผลประเมินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.50) รองลงมาคือด้านภาพ มีผลประเมินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.53) และด้านการนำเสนอ มีผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ท่านรับรู้ว่ามีชื่อว่า Merc Station	4.64	0.53	มากที่สุด
2. ท่านรับรู้ว่ามีกรลงคลิปวิดีโอผ่าน 3 แพลตฟอร์มคือช่องทาง เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และติ๊กต็อก	4.58	0.54	มากที่สุด
3. ท่านรับรู้ว่ามีเกมแรกที่เล่น คือเกมปิงปองสุมโซค	4.48	0.50	มาก
4. ท่านรับรู้ว่ามีเกมปิงปองสุมโซค มีผู้เล่นจำนวน 2 คู่ (4 คน)	4.62	0.57	มากที่สุด
5. ท่านรับรู้ว่ามีเกมที่ 2 คือเกมคำถามทดสอบความรู้	4.66	0.52	มากที่สุด
6. ท่านรับรู้ว่ามีเกมทดสอบความรู้มีเงินรางวัลจำนวน 200 บาท	4.62	0.49	มากที่สุด
7. ท่านรับรู้ว่ามีเกมที่ 3 คือเกม Davinci	4.58	0.50	มากที่สุด
8. ท่านรับรู้ว่ามีเกม Davinci มีภาพให้ทายจำนวน 7 ภาพ	4.58	0.54	มากที่สุด
9. ท่านรับรู้ว่ามีเกมที่ 4 คือเกมปิดหูดูปาก	4.48	0.54	มาก
10. ท่านรับรู้ว่ามีเกมปิดหูดูปาก มีผู้มาผลัดกันใบ้ ผลัดกันทาย	4.62	0.49	มากที่สุด
สรุปผลการประเมิน	4.59	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ผลการประเมินเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.59, S.D. = 0.51) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รับรู้ว่าเกมมีที่ 2 คือเกมคำถามทดสอบความรู้ ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.52) อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด รองลงมา คือ รับรู้ว่าเกมมีชื่อว่า Merc Station ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.53) อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุดและรับรู้ว่าเกมปิงปองสุมโซค มีผู้เล่นจำนวน 2 คู่ (4 คน) ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.57) รับรู้ว่าเกมทดสอบความรู้มีเงินรางวัลจำนวน 200 บาท รับรู้ว่าเกมปิดหูดูปาก มีผู้มาผลักดันไป ผลัดกันทาย ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.49) ตามลำดับ

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา	4.65	0.48	มากที่สุด
1.1 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์มีความชัดเจน	4.60	0.49	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์มีความน่าสนใจ	4.60	0.49	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์มีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.72	0.45	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์เข้าใจง่าย	4.68	0.47	มากที่สุด
2. ด้านภาพและเสียง	4.59	0.54	มากที่สุด
2.1 ภาพที่ใช้ในวิดีโอคอนเทนต์มีสีสันสวยงาม	4.58	0.50	มากที่สุด
2.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.66	0.48	มากที่สุด
2.3 ภาพและเสียงมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.50	0.65	มากที่สุด
2.4 ภาพและเสียงชัดเจน ไม่สะดุด	4.60	0.53	มากที่สุด
3. ด้านการนำเสนอ	4.71	0.47	มากที่สุด
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.80	0.40	มากที่สุด
3.2 การนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความเหมาะสมและน่าสนใจ	4.76	0.43	มากที่สุด
3.3 การนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมสามารถส่งเสริมการรับรู้ในองค์กร บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด	4.56	0.54	มากที่สุด
สรุปผลการประเมิน	4.64	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ผลการประเมินเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.50) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการนำเสนอ ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.47) รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.48) และด้านภาพและเสียง ($\bar{X}$ = 4.59, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนารายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด อิงตามแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE MODEL (People Value, 2567) โดยใช้ครบทั้ง 5 ขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนาสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี (กุลธิดาธรรมวิวัฒน์ และพรปภัสสร ปริญาญาณกุล, 2565) ผลการวิจัยพบว่า วิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นได้ทำการออกแบบโดยอิงหลักการตามแนวทางของ ADDIE Model โดยมี 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นวิเคราะห์ 2) การออกแบบ 3) ขั้นการพัฒนา 4) การดำเนินการ 5) ขั้นการประเมินผล ทั้งนี้ เพื่อให้สื่อออกมามีความน่าสนใจ ทันสมัย และสื่อความหมายชัดเจน เช่นเดียวกันกับวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ที่ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model ทำให้สื่อออกมามีความสมบูรณ์ทั้งในด้านของเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และด้านการนำเสนอที่โดดเด่น

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.59) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.51) เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกม ทำให้สื่อมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย มีภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา อีกทั้งยังมีการรับข้อมูลจากผู้ที่รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน มีเสียงบรรยายมีความชัดเจนไม่สะดุด เสียงดนตรีประกอบกับเนื้อหา และระดับเสียงที่ใช้มีความพอดีต่อการรับฟัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์แบบปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เรื่องการเชื่อมต่อวงจรเครื่องผสมเสียงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน (ญาณิศา สุวรรณपाल ภัสกร ตั้งชาญตรงกุลเพ็ญเพ็ญ จิรัชัย และไพฑูรย์ กานต์ธัญลักษณ์, 2566) ที่พัฒนาสื่อวีดิทัศน์ที่ผู้เรียนสามารถโต้ตอบกับเนื้อหาที่อยู่ภายในได้ ซึ่งผู้เรียนสามารถเลือกเรียนเนื้อหาได้อย่างอิสระ โดยผลประเมินคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์แบบปฏิสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพเนื้อหาโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.49) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.52) ทั้งนี้ ผลการวิจัยพบความสอดคล้องกันว่า การสื่อสารเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์เป็นรูปแบบการนำเสนอที่มีความเหมาะสมต่อกลุ่มตัวอย่างได้ดีมาก

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด พบว่า มีผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.59, S.D. = 0.51) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.47) พบว่า มีผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากมีการออกแบบวิดีโอคอนเทนต์ที่มีเสียงบรรยายพร้อมภาพประกอบที่ชัดเจน เรียบง่าย

แต่ดึงดูดความสนใจ สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และเข้าใจสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อได้ดี มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ลักษณะการลำดับเนื้อหา มีการแยกหัวข้อได้อย่างชัดเจน โดยเนื้อหาและภาพประกอบมีความเหมาะสม น่าสนใจ มีการใช้กราฟิกได้สวยงาม มีเสียงประกอบและเสียงบรรยายชัดเจนส่งเสริมการรับรู้กลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ พบว่าผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และผลของการใช้สื่อต่อความรู้ ความมั่นใจและความพึงพอใจเพื่อการเตรียมนักศึกษาพยาบาล ในการฝึกประสบการณ์เด็กและวัยรุ่น (กาญจนา ศิริเจริญวงศ์ มณฑาวดี เมธาพัฒนา สุมาลา สว่างจิต และจักรกรฤษ ปิจติ, 2564) เป็นงานวิจัยที่พัฒนาสื่อวีดิทัศน์ช่วยเตรียมความพร้อมนักศึกษาพยาบาลในการฝึกประสบการณ์เด็กและวัยรุ่น สื่อวีดิทัศน์ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้นักศึกษามีความรู้และความมั่นใจในการฝึกปฏิบัติและช่วยแบ่งเบาภาระงานของผู้สอนได้ ผลประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.57, SD. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการนำไปใช้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.67, SD. = 0.48) ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้ ความมั่นใจในการปฏิบัติการพยาบาลเด็กและวัยรุ่น และความพึงพอใจของนักศึกษาภายหลังการเตรียมของกลุ่มที่ได้รับการเตรียมความพร้อมด้วยวีดิทัศน์กับกลุ่มที่ได้รับการสอนสาธิต พบว่าความรู้หลังการเตรียมโดยการสอนสาธิตในกลุ่มควบคุมมากกว่ากลุ่มทดลองที่เตรียมโดยใช้สื่อวีดิทัศน์แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าเฉลี่ยก่อนการเตรียมความพร้อมโดยใช้วีดิทัศน์ ($\bar{X}$ = 12.97, SD. = 3.26) และค่าเฉลี่ยหลังการเตรียมความพร้อมโดยใช้วีดิทัศน์ ($\bar{X}$ = 16.37, SD. = 2.94) สื่อวีดิทัศน์จึงมีประโยชน์ สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มผู้เรียนได้จำนวนมาก โดยสามารถเป็นสื่อหลักหรือสื่อเสริมในการเรียนการสอน เพื่อผู้เรียนได้เรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ดังนั้นการจัดการเรียนการสอนภายใต้บรรยากาศและสถานการณ์ที่กดดัน หากมีอุปกรณ์และเทคโนโลยี เช่น สื่อวีดิทัศน์มาใช้ย่อมทำให้กลุ่มเกิดความรู้ ความเข้าใจจดจำ และเกิดการรับรู้ได้ดียิ่งขึ้น

ในส่วนผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.53, S.D. = 0.72) โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการนำเสนอด้วยรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การผลิตสารคดีแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกรีก ยूनันท์ (ฉันทนา ปาปิตตา เกษม เขมมพูนเรืองศรี ปณณพัทธ เจียมจิราพันธ์ ดวงพร อินแดง, 2564) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่รับชมสารคดีแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกรีก ยूनันท์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.46, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ข้อที่มีผลการประเมินสูงที่สุด คือ การออกแบบสื่อมัลติมีเดีย รองลงมาคือ ความชัดเจนของสาร และความชัดเจนของเสียง ทั้งนี้เนื่องมาจากการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสมทั้งภาพจริงที่ทำให้ผู้ชมได้เห็นภาพจริงจากสถานที่นั้นอย่างละเอียด เนื้อหาสถานที่ภายในครบถ้วน ภาพ อินโฟกราฟิกที่เข้ามาเสริมช่วยให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่ายขึ้น ประกอบกับส่วนเสียงพากย์และเสียงดนตรีประกอบเชิญชวนให้น่าติดตาม เหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และความพึงพอใจได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นสื่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด จึงสามารถนำไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์หน่วยให้กับกลุ่มเป้าหมายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ได้ ทั้งยังเป็นการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับรายการประเภทเกมได้เป็นอย่างดีเนื่องจากการสร้างสรรค์นำเสนอเรื่องราวผ่านวิดีโอคอนเทนต์ที่เป็นกันเอง จะทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกมีส่วนร่วมและติดตามเพื่อรอชมวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมได้อย่างสนุกสนานเพลิดเพลินในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงควรมีทักษะและความรู้ในการผลิตดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลาย มีการโพสต์ข้ามประเภทสื่อเพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

ออนไลน์ที่กว้างขวางเพิ่มมากขึ้น และควรพิจารณาการทำคลิป์วิดีโอสั้นในการเล่าเรื่องราวอย่างมีเทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ จะยิ่งตอบโจทย์การขยายฐานผู้ชมบนโลกออนไลน์ได้เพิ่มมากขึ้น

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้วิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี ดิจิตอล จำกัด ความยาว 3 นาที จำนวน 4 คลิป 4 เกม ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.59) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.51) ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.51) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.47) ดังนั้นสื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์องค์กรได้จริง

2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

การเผยแพร่วิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้หน่วยงานสามารถนำไปเป็นสื่อเผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น หน่วยงานจึงควรทำรายการประเภทเกมที่ทำให้พนักงานและผู้ชมมีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์กันเพิ่มมากขึ้น หากเป็นไปได้ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแพลตฟอร์มที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ ณ ขณะนั้นเป็นพิเศษ พร้อมมีของรางวัลจากการเล่นเกม เช่น ผ่านแพลตฟอร์มติ๊กต็อก จะสามารถกระตุ้นการมีส่วนร่วม (Engagement) และช่วยขยายฐานลูกค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

ในแง่การนำเสนอคอนเทนต์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมในระดับมากที่สุด โดยรูปแบบควรกระชับ ชัดเจน จึงเป็นแนวทางในการพัฒนาคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ไม่ควรเกินคอนเทนต์ละ 3 นาที

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกแบบเน้นการมีส่วนร่วม เช่น การตอบคำถามชิงรางวัล โดยควรพัฒนารายการประเภทเกมแบบใหม่ ๆ เล่นสนุก ในระยะเวลาอันสั้น กระชับ มีกติกาง่าย ๆ แต่ชัดเจน

สถาบันการศึกษาสามารถนำแนวทางการนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมไปใช้ในการทำคอนเทนต์กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ และมีสไตล์ สนุกสนานอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ศิริเจริญวงศ์, มัณฑนาวดี เมธาพัฒนะ, สุมาลา สว่างจิต และจักรกฤษ ปิจติ. (2564). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และผลของการใช้สื่อต่อความรู้ ความมั่นใจและความพึงพอใจเพื่อเตรียมนักศึกษาพยาบาลในการฝึกประสบการณ์เด็กและวัยรุ่น. *วารสารวิจัยสุขภาพและการพยาบาล*, 37(1), 218–229.

- กุลธิดา ธรรมวิรักษ์ และพรปัสสร ปริญญาญกุล. (2565). การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก*, 2(1), 16–29.
- ฉันทนา ปาปัดดา, เกษม เขมมพูนเรืองศรี และปณณพัทธ์ เจียมจิรานนท์. (2564). การผลิตสารคดีแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเกริก ยูนพันธ์. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก*, 1(3), 10–16.
- ญาณิศา สุวรรณपाल, ภัสกร ตั้งชาญตรงกุล, เพียงเพ็ญ จิรัชัย และไพฑูรย์ กานต์ธัญลักษณ์. (2566). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์แบบปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการเชื่อมต่อวงจรเครื่องผสมเสียงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน. *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี*, 3(2), 98–112.
- ณัฐปริยา นิพนธ์ศักดิ์. (2567). *ประวัติ Mercury Digital Marketing*. สืบค้นจาก <https://docs.google.com/document/d/1ck-mUq6ef-PDyUQtKS2MM-e7W1egNg4bbUjsqZxEnY4/edit>
- บุญศรี พรหมมาพันธ์. (2018). *การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย*. สืบค้นจาก <https://adacstou.wixsite.com/adacstou/single-post/2018/05/16/การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย>
- เมธา เสรีธนาวงศ์. (2562). *การสร้างสรรครายการแข่งขันชิงรางวัล: แนวคิดและเทคนิค*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก <https://www.commarts.chula.ac.th/upload/2019/10/Game%20Show.pdf>
- เมธา เสรีธนาวงศ์. (2564). วิวัฒนาการของรายการสาระความรู้และรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 39(2), 1–18.
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). *นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561–2580)*. สืบค้นจาก <https://onde.go.th/assets/portals/1/files/620425-Government%20Gazette.PDF>
- Aukrathorn, A. (2023). *แพลตฟอร์มคืออะไร*. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/what-is-a-platofrom/Imagehubs>.
- Imagehubs. (2562). *สื่อคืออะไร*. สืบค้นจาก <https://imageshubs.com/media/>
- Merc station. (2567). *จำนวนผู้ติดตามเพจ Merc station (Facebook)*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/MercuryDigitalTH>
- Merc station. (2567). *จำนวนผู้ติดตามเพจ Merc station (Instagram)*. สืบค้นจาก <https://www.instagram.com/merc.station?igsh=em1hc2tlazZuZHA=>
- Merc station. (2567). *จำนวนผู้ติดตามเพจ Merc station (TikTok)*. สืบค้นจาก <https://www.tiktok.com/@mercurydigitalth>
- People Value. (2567). *ADDIE MODEL คืออะไร*. สืบค้นจาก <https://www.peoplevalue.co.th/content/9119/addie-model-คืออะไร>