



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ
และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์
สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

Making a channel to create awareness Promote knowledge
understanding and business operations on online platforms
for new era entrepreneur

ภายใต้แผนงาน

Platform 1 การพัฒนากำลังคนและสถาบันความรู้ Program 3

ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาทักษะเพื่ออนาคต ของ ววน. พ.ศ. 2563-2570 และ

Platform 1 การสร้างและพัฒนาบุคลากรคุณภาพสนองตอบอุตสาหกรรมกลุ่มเป้าหมาย Program 3

การพัฒนาระบบและสร้างศูนย์การพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต

KR1.3.2 ศูนย์การพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต และ Program 5 ศูนย์บ่มเพาะนิสิตประกอบการ

(Start up) KR1.5.1 จำนวนนิสิตและบัณฑิต ที่ได้รับการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ

ตามแผนพัฒนาความเป็นเลิศ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ 2566-2570

ดร.ณัฐภาพ สมคิด หัวหน้าโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นคร ละลอกน้ำ ผู้ร่วมวิจัย

โครงการวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยบูรพา งบประมาณเงินอุดหนุน

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ 2566

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ข้าพเจ้า ดร.ณัฐภาพ สมคิด และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นคร ละลอกน้ำ ผู้ร่วมวิจัย ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัย จากมหาวิทยาลัยบูรพา งบประมาณเงินอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 โครงการวิจัยเรื่อง การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจและการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ (Making a channel to create awareness Promote knowledge understanding and business operations on online platforms for new era entrepreneur) รหัสโครงการ 4366390-4 เลขที่สัญญา ววน.8.4/2566 ภายใต้แผนงาน Platform 1 การพัฒนากำลังคนและสถาบันความรู้ Program 3 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาทักษะเพื่ออนาคต ของ ววน. พ.ศ. 2563-2570 และ Platform 1 การสร้างและพัฒนาบุคลากรคุณภาพสนองต่อบุคลากรกลุ่มเป้าหมาย Program 3 การพัฒนาระบบและสร้างศูนย์การพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต KR1.3.2 ศูนย์การพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต และ Program 5 ศูนย์บ่มเพาะนิสิตประกอบการ (Startup) KR1.5.1 จำนวนนิสิตและบัณฑิต ที่ได้รับการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ ตามแผนพัฒนาความเป็นเลิศ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ 2566-2570 มหาวิทยาลัยบูรพาในงบประมาณรวมทั้งสิ้น 600,000.00 บาท (หกแสนบาทถ้วน) ระยะเวลาการดำเนินงาน 1 ปี (ระหว่างวันที่ 1 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 30 เดือนกันยายน พ.ศ.2566)

ขอรายงานสรุป ผลงานวิจัยในภาพรวม ดังนี้

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 2) เพื่อจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ การวิจัยเป็นรูปแบบวิจัยและพัฒนา (Research and Development) วิธีการดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบน

แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 1) กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ทั่วประเทศ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling) 2) กลุ่มตัวอย่างสำหรับการประเมินคุณภาพรูปแบบช่องรายการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในระดับรองศาสตราจารย์ 3) กลุ่มตัวอย่าง สำหรับศึกษาความพึงพอใจ คือ ประชาชนทั่วไปที่เข้ามารับชมรายการจากช่องรายการที่พัฒนาขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ 1) แบบสอบถาม เรื่อง การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 2) แบบสัมภาษณ์ความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 3) แบบประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 4) แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ผลการศึกษา พบว่า

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) ความต้องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ คือ ประเภทผู้ประกอบการ ร้านกาแฟและเบเกอรี่

2. ผลการจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ โดยขั้นตอนการสร้างช่องรายการประกอบไปด้วย การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นของช่องรายการ การผลิตเนื้อหารายการ การเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ ส่วนการสร้างการรับรู้ประกอบไปด้วย การออกแบบเนื้อหา การออกแบบสื่อ และการเผยแพร่

ผลผลิตของการพัฒนาช่องรายการประกอบไปด้วย รายการจำนวน 6 ตอน และผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในเกณฑ์ “เหมาะสมมากที่สุด”

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ภาพรวมทั้ง 6 ตอน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (6) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน คุยกับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” และค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของทุกตอน คือ 4.57 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

ผลผลิตที่ได้รับจากงานวิจัย

(/) องค์ความรู้/ข้อค้นพบใหม่ () สิ่งประดิษฐ์ใหม่ () อื่นๆ

โปรดระบุอย่างละเอียด

ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ โดยขั้นตอนการสร้างช่องรายการประกอบไปด้วย การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นของช่องรายการ การผลิตเนื้อหารายการ การเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ ส่วนการสร้างการรับรู้ ประกอบไปด้วย การออกแบบเนื้อหา การออกแบบสื่อ และการเผยแพร่ และผลผลิตของการพัฒนาช่องรายการประกอบไปด้วย รายการจำนวน 6 ตอน

ศักยภาพของเทคโนโลยีในเชิงพาณิชย์ (ถ้ามี)

- () ผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีที่ใกล้เคียงที่มีอยู่แล้วในตลาด
 () ลักษณะการใช้ประโยชน์จากผลงาน (Application)
 () จุดเด่นของผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีปัจจุบัน

โปรดระบุอย่าง

ละเอียด.....

แผนและกลไกการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

- (/) เชิงเศรษฐกิจ

- () เจริญสาธารณะ/สังคม
- () เจริญสิ่งแวดล้อม/พัฒนาพื้นที่
- () เจริญวิชาการ
- () อื่นๆ โปรดระบุ.....

โปรดระบุรายละเอียดของแผนและกลไกการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์
เพื่อการพัฒนาช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องต่าง ๆ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 2) เพื่อจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ การวิจัยเป็นรูปแบบวิจัยและพัฒนา (Research and Development) วิธีการดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 1) กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ทั่วประเทศ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling) 2) กลุ่มตัวอย่างสำหรับการประเมินคุณภาพรูปแบบช่องรายการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในระดับรองศาสตราจารย์ 3) กลุ่มตัวอย่าง สำหรับศึกษาความพึงพอใจ คือ ประชาชนทั่วไปที่เข้ามารับชมรายการจากช่องรายการที่พัฒนาขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ 1) แบบสอบถาม เรื่อง การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 2) แบบสัมภาษณ์ความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 3) แบบประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 4) แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ผลการศึกษา พบว่า

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ผลสรุปที่ได้คือ (1) ความ

ต้องการการรับรู้ข่าวสารต่าง 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) ความต้องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ คือ ประเภทผู้ประกอบการ ร้านกาแฟและเบเกอรี่

2. ผลการจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ โดยขั้นตอนการสร้างช่องรายการประกอบไปด้วย การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นของช่องรายการ การผลิตเนื้อหารายการ การเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ ส่วนการสร้างการรับรู้ประกอบไปด้วย การออกแบบเนื้อหา การออกแบบสื่อ และการเผยแพร่

ผลผลิตของการพัฒนาช่องรายการประกอบไปด้วย รายการจำนวน 6 ตอน และผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในเกณฑ์ “เหมาะสมมากที่สุด”

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ภาพรวมทั้ง 6 ตอน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน คุยกับอินฟลูเอนเซอร์ที่ ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

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. 3) Evaluate the satisfaction level of the target audience towards the developed channel. The research employed a Research and Development (R&D) methodology. The research procedure was divided into four phases: Phase 1: Literature Review : A comprehensive review of literature on awareness creation, online channel creation, target audience analysis, and channel planning was conducted. Phase 2: Channel Development : An online channel was developed to raise awareness, promote knowledge and understanding, and facilitate business operations for new generation entrepreneurs. Phase 3: Channel Evaluation : The developed channel was evaluated by qualified experts using a rating scale. Phase 4: Satisfaction Assessment : The satisfaction level of the target audience towards the developed channel was assessed using a questionnaire. The target audience for the research comprised of: Study Group: Undergraduate students nationwide, sampled using Snowball Sampling. Quality Evaluation Group: Three qualified experts with the rank of Associate Professor. Satisfaction Assessment Group: General public who participated in the training program. Data Collection Instruments is a questionnaire was used to gather information on the target audience's information consumption behavior, business operation needs, and satisfaction level with the developed channel. In-depth interviews were conducted to explore the target audience's in-depth needs and preferences regarding the developed channel. Quality Evaluation Form: A quality evaluation form was used to assess the quality of the developed channel by qualified experts. Satisfaction Assessment Form: A satisfaction assessment form was used to measure the target audience's satisfaction level with the developed channel.

Findings

1) Investigate the information consumption behavior and business operation needs of new generation entrepreneurs on online platforms. (a) Facebook was the most preferred platform for information consumption. (b) Peak online usage was

between 4-6 PM. (c) Average daily social media usage was 6-8 hours. (d) Smartphones were the most commonly used devices for accessing online platforms. (e) Preferred VDO content format for entrepreneurial awareness was interviews and Q&A sessions. (f) Preferred VDO length was 11-15 minutes per topic. (g) Preferred program format was a recorded interview with a guest speaker. (h) Preferred program length was 20-30 minutes per episode. (i) Preferred VDO content topics were business success strategies. (j) Preferred entrepreneurial awareness topics were coffee shops and bakeries.

2) Develop an online channel to raise awareness, promote knowledge and understanding, and facilitate business operations for new generation entrepreneurs. The channel development process included preparing channel background information, producing program content, disseminating the channel, and evaluating the results. Awareness creation strategies included content design, media design, and dissemination. The development of the online channel resulted in six episodes and a quality evaluation by qualified experts. The channel to raise awareness, promote 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. The overall satisfaction score for the six episodes was 4.63, indicating a "most satisfactory" level. The average satisfaction score for episode: Talk with WORRACHART SODSRI-SevenImage was 4.57, indicating a "most satisfactory" level.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัย จากมหาวิทยาลัยบูรพา “งบประมาณเงินอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ปีงบประมาณพ.ศ. 2566” เลขที่สัญญา วรรณ.8.4/2566

Acknowledgment

This work was financially supported by (i) Burapha University (BUU),(ii) Thailand Science Research and Innovation (TSRI), and (iii) National Science Research and Innovation Fund (NSRF) (Fundamental Fund : Grant no.xxx/2566).

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	จ
Abstract	ช
กิตติกรรมประกาศ	ณ
Acknowledgment	ญ
สารบัญ	ฉ
สารบัญภาพ	ท
สารบัญตาราง	ฒ
บทที่ 1 บทนำ (Introduction)	1
บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	4
วัตถุประสงค์และขอบเขตการวิจัย	8
ประโยชน์ที่จะได้รับ	8
ขอบเขตการวิจัย	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	10
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการวิจัย (Material & Methods)	12
ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้าง	14
การรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	
การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ	
1. การพัฒนาเครื่องมือในการเก็บข้อมูล	14
2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	20
3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	23
4. วิธีการเก็บข้อมูล	23
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	24
6. ผลการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ผล	25
ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการ	25
ดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	
1. การพัฒนารูปแบบช่องรายการ	25
2. การทดลองเผยแพร่รายการผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์	25
3. ผลการพัฒนารูปแบบช่องรายการ	26

เรื่อง	หน้า
ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	26
1. การพัฒนาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพ	26
2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	28
3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	30
4. วิธีการเก็บข้อมูล	31
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	31
6. ผลการประเมินคุณภาพ	32
ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	32
1. การพัฒนาเครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจ	32
2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	34
3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	36
4. วิธีการเก็บข้อมูล	36
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	36
6. ผลการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ผล	37
บทที่ 3 ผลการวิจัย (Results)	38
ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้าง การรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ	38
1. ผลการศึกษาความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความ เข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุค ใหม่	38
2. การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์	44
ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการ ดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	45
1. การพัฒนารูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการ ดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	45
2. ผลการผลิตการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการ ดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	53

เรื่อง	หน้า
ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	60
1. ผลการประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	60
ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	62
1. ผลการเผยแพร่และการประเมินความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	62
บทที่ 4 อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (Discussion & Conclusion)	71
สรุปผลการวิจัย	71
อภิปรายผล	73
การประยุกต์ใช้ผลงานวิจัย	75
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	75
บทที่ 5 ผลผลิต/ผลลัพธ์/ผลกระทบ (Output/Outcome/Impact)	76
ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง	76
ผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง (Output) โดยข้อมูลนี้ต้องสอดคล้องกับข้อเสนอการวิจัย (Proposal) ที่ได้เสนอกับแหล่งทุน	78
ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง (Outcome)	81
ผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง (Impact)	84
การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	84
ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness Level: TRL)	85
ระดับความพร้อมทางสังคม (Societal Readiness Level: SRL)	85
เอกสารอ้างอิง	86
ภาคผนวก	87
ประวัตินักวิจัยและผู้ร่วมวิจัย	101

สารบัญภาพ

เรื่อง	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย	10
ภาพที่ 2 การพัฒนารูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	46
ภาพที่ 3 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS (กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิคส์ที่ไม่หายไปตามกาลเวลา)	53
ภาพที่ 4 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS (ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ)	54
ภาพที่ 5 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS (การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กกนิเทศสู่ เจ้าของธุรกิจแคมป์ping ย่าเต็ง Homestay)	55
ภาพที่ 6 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS (การต่อสู้ของพี่มู๋ผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่)	56
ภาพที่ 7 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS (เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ้อตเจ้าของร้าน ส้มตำ อาวดี ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี้)	57
ภาพที่ 8 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS (คุยกับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับ อาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE)	58
ภาพที่ 9 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS	59
ภาพที่ 10 ภาพหน้าปก Facebook ผู้ประกอบการยุคใหม่	59

สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางแสดงวิธีการดำเนินการวิจัย	12
ตารางที่ 2 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามความต้องการการทำ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบน แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	20
ตารางที่ 3 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสัมภาษณ์ ความต้องการการทำ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบน แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	22
ตารางที่ 4 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพ รูปแบบช่อง รายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบน แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	29
ตารางที่ 5 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินความพึงพอใจต่อ รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	35
ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ของแพลตฟอร์มการรับชม	38
ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ช่วงเวลาที่เข้าใช้แพลตฟอร์ม ออนไลน์	39
ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ใน แต่ละวัน	39
ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอุปกรณ์ที่เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ มากที่สุด	40
ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรูปแบบ VDO คอนเทนต์ในการ สร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	40
ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการการผลิต VDO ของ ระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหา	41
ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการรูปแบบรายการในการ สร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	42
ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการความยาวของรายการ ในแต่ละครั้ง	42

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการการผลิต VDO ของ เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้	43
ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการรับรู้การเป็น ผู้ประกอบการ	43
ตารางที่ 16 การประเมินคุณภาพรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้	61
ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการ สร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์ม ออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสตูดิโอที่จะไม่หายไปตามกาลเวลา	62
ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการ สร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์ม ออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ	63
ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการ สร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์ม ออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กนิเทศน์สู่ เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่ำเต็ง Homestay	64
ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการ สร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์ม ออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การต่อสู้ของพี่มู๋ผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่	66
ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการ สร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์ม ออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ้อตเจ้าของร้าน ส้มตำ อาวดี ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี้	67
ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการ สร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์ม ออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน คุยกับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับ อาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE	68
ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่อง รายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบน แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รวมทุกตอน	69

บทที่ 1

บทนำ (Introduction)

บทนำ

นางสาวอัจฉริยา พุ่งแจ้ง (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยใช้ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการนำเสนอ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึงลักษณะประชากรศาสตร์ ทั้งเพศ อายุ สถานภาพการสมรสและอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการนำเสนอ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมัยใหม่ ค่านิยม และกลุ่มอ้างอิง สำหรับลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจต่อการเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีการตัดสินใจรับชมรายการมากกว่าเพศชาย อาจเนื่องมาจากจิตใจและอารมณ์อ่อนไหวง่าย จึงทำให้เกิดความเครียดได้ง่ายกว่าเพศชาย จึงต้องการความบันเทิงและผ่อนคลายความเครียดที่สั่งสมด้วยการรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ เพราะมีรายการให้เลือกรับชมหลากหลาย และสามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลาได้อย่างต่อเนื่อง

ไปรยา อรรคนิตย์ (2562). ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อ Social Media (โซเชียลมีเดีย) ของวัยรุ่น Gen Z มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาเนื้อหา และองค์ประกอบของวิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกรับชม และการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ของวัยรุ่น GenZ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเนื้อหา และองค์ประกอบของวิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย โดยครอบคลุมเนื้อหาในลักษณะต่างๆ ที่ส่งผลต่อการรับชมและการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ ของกลุ่มวัยรุ่นเจนเนอเรชั่น Z รวมถึงศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับชมและการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ของวัยรุ่นเจนเนอเรชั่น Z ผลการศึกษาวิจัยในเรื่องเนื้อหาและองค์ประกอบของวิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย 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 อายุ

ระหว่าง 20 – 24 ปี จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 6,001 – 9,000 บาทต่อเดือน อีกทั้งยังพบว่า มีพฤติกรรมการเลือกรับชมและการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ที่มีเนื้อหาตลก เนื้อหาที่กำลังอยู่ในกระแสทุกคนกำลังกล่าวถึง วิธีการถ่ายทำสวยและมีคุณภาพ เนื้อหาที่แปลกตาและเป็นรูปแบบการถ่ายทำมุกกล้องแปลกใหม่ เพลงประกอบที่รู้สึกพอใจ และมีเนื้อหาเชิงข่าวสารเป็นอันดับสุดท้าย

เกียรติคุณ เขาวรัตน์ (2560) ได้ศึกษา กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กรณีศึกษา เพชบุ๊คแฟนเพจ “Runner’s Journeys” ” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือเพื่อ 1) ศึกษาเนื้อหาของ VDO Content ของเพจ Runner’s Journey ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจไปออกกำลังกายด้วยการวิ่ง 2) ศึกษาวิธีการนำเสนอ VDO Content ของเพจ Runner’s Journey ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจให้ผู้ชมหันมาออกกำลังกายด้วยการวิ่ง และ 3) ศึกษากลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ที่จะส่งผลต่อแรงจูงใจให้ไปออกกำลังกายด้วยการวิ่ง ผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาคลิปวิดีโอที่จะสามารถทำให้คนมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง คือเนื้อหาที่มีคุณค่าต่อผู้ชมและแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ชัดเจนของการเปลี่ยนแปลงที่ได้จากการวิ่ง ทั้งความสุขที่ได้วิ่งและผลจากการลดน้ำหนักเมื่อออกวิ่ง สำหรับวิธีการนำเสนอที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการวิ่งได้ดีที่สุด คือ วิธีการนำเสนอแบบสัมภาษณ์ที่สนุกสร้างอารมณ์ร่วมและความเข้าใจรวมถึงการสอนวิธีการวิ่งแบบชัดเจน นอกจากนี้แล้ว กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการนำเสนอเนื้อหาด้วยปก การตั้งชื่อที่มีความชัดเจนและดึงดูดใจจะทำให้เกิดแรงจูงใจต่อผู้ชมให้ไปออกกำลังกายด้วยการวิ่งได้อย่างรวดเร็วและง่ายกว่าเนื้อหาของคลิปวิดีโอที่ถูกนำเสนอออกมา

กมลชนก โดยะบุตร และคณะ (2564) ได้ศึกษารูปแบบ กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลของยูทูบเบอร์ : กรณีศึกษา ยูทูบช่อง Chompoo Sangchan พบว่า กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาของยูทูบเบอร์บนสื่อดิจิทัลสามารถแบ่งเป็นทั้งหมด 4 กลยุทธ์คือ กลยุทธ์ด้านเนื้อหา กลยุทธ์การดึงดูดให้ผู้ชมติดตาม กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์ด้านการโฆษณา รูปแบบการเล่าเรื่องบนสื่อดิจิทัลของยูทูบเบอร์ มีรูปแบบการเล่าเรื่องแบบเรียบง่าย มีความบันเทิง สอดแทรกด้วยความรู้ ประสบการณ์ของเจ้าของช่อง

กชพร อนันตศานต์ (2563) ได้ศึกษา การตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์ม ยูทูบ (Youtube) DECISION IN CHOOSING ONLINE VIDEOS ON YOUTUBE เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์ม ยูทูบ (Youtube) โดยผลการศึกษาคือจะช่วยให้ผู้ประกอบการอาชีพยูทูบเบอร์ ผู้ที่สนใจจะประกอบอาชีพยูทูบเบอร์ รวมถึงผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจต่าง ๆ ที่ต้องการสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านช่องทางยูทูบ นำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนผลิต พัฒนา และปรับปรุงเนื้อหาของวิดีโอเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจสูงสุดจากการรับชมวิดีโอ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอบนแพลตฟอร์มยูทูบไม่ต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญ และปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา และปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง

ชิตชนก สิทธิคงศักดิ์ และคณะ (2567) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป โดยจะรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปทุกวัน และช่วงเวลาที่รับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์ม ยูทูปมากที่สุด คือ ช่วงเวลาก่อนเข้านอน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทยมากที่สุด คือ ช่วงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยสนับสนุนทั้ง 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จุฬาลักษณ์ นาคะชาติ (2563) ได้ศึกษา การตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านสื่อยูทูป (YouTube) 1 Factors Affecting to Watching on YouTube Program เพื่อศึกษา ลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านสังคม และการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านสื่อยูทูป (YouTube) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านสื่อยูทูป (YouTube) จำแนกตาม ประชากรศาสตร์ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการผ่านสื่อยูทูป (YouTube) ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน มีอายุ 25 – 35 ปี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 25,000 บาท สถานภาพโสด ปัจจัยด้านสังคมทั้งด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต และค่านิยมอยู่ในระดับคะแนนมาก และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะรับชมรายการย้อนหลัง และค้นหา รายการในสื่อยูทูป (YouTube) ก่อนเป็นลำดับแรก

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจและการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 2) เพื่อจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ สามารถสรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้ พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารออนไลน์ มีพฤติกรรมการรับรู้เนื้อหาประเภทบันเทิง

เป็นส่วนใหญ่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการ เลือกรับชมรายการที่แตกต่างกัน ช่วงเวลาที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุดคือช่วงเย็น ถึงกลางคืน ซึ่งเป็นช่วงเวลาเลิกงาน อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงเนื้อหาข้อมูลมากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ แพลตฟอร์มที่มีการเข้าใช้งานมากที่สุด ในลักษณะของการรับชมวิดีโอแบบเชิงรุก คือ ยูทูป เนื่องจาก ยูทูปเป็นลักษณะของแพลตฟอร์มวิดีโอที่ผู้ใช้ใช้งาน จะเข้ามาค้นหาข้อมูล และใช้เวลาดูวิดีโอตาม ต้องการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่พฤติกรรมการเข้ารับชมวิดีโอ จะเป็น ลักษณะแบบไม่ตั้งใจ และมีพฤติกรรมในการรับชมวิดีโอในแบบสั้น ใช้เวลาไม่นาน

กลยุทธ์การจัดทำช่องรายการเพื่อสร้างการรับรู้ ได้แก่ 4 กลยุทธ์คือ กลยุทธ์ด้านเนื้อหา กลยุทธ์การดึงดูดให้ผู้ชมติดตาม กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์ด้านการโฆษณา รูปแบบการเล่า เรื่องบนสื่อดิจิทัลต้องมีรูปแบบการเล่าเรื่องแบบเรียบง่าย มีความบันเทิง สอดแทรกด้วยความรู้ เล่าใน รูปแบบแชร์ประสบการณ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ นำเสนอแบบสั้นกระชับ ด้วยเทคนิคการถ่ายทำและ ตัดต่อที่ตื่นเต้น แปลกใหม่ ทันสมัย

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนา “ประเทศไทย 4.0 มุ่งเน้นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยภาครัฐได้จัดทำโครงการนำร่องขนาดใหญ่ เพื่อพัฒนาเขตเศรษฐกิจ ได้แก่ “โครงการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Thailand’s Eastern Economic Corridor : EEC)” เพื่อต้องการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกให้เป็น ศูนย์กลางเชื่อมโยงเศรษฐกิจโลกสู่อาเซียน รวมทั้งเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมแห่งอนาคตเชื่อมโยงอนุ ภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งพื้นที่ตั้งโครงการครอบคลุม 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และ ระยอง นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570 เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาระบบอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของประเทศ ให้ สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดเป็นพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ที่สอดคล้องกับ ทิศทางของยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และนโยบายของรัฐบาล โดยมีวิสัยทัศน์เพื่อ “เตรียมคนไทย แห่งศตวรรษที่ 21 พัฒนาเศรษฐกิจที่กระจายโอกาสอย่างทั่วถึง สังคมที่มั่นคง และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งทางนวัตกรรมระดับแนวหน้าในสากล นำพาประเทศไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว” และมีการขับเคลื่อนการดำเนินงานในลักษณะแพลตฟอร์มความร่วมมือตามเป้าประสงค์ของการ พัฒนาใน 4 ด้าน ได้แก่ (1) การพัฒนากำลังคนและสถาบันความรู้ (2) การวิจัยและสร้างนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ท้าทายของสังคม (3) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน (4) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ และแผนด้านการ อุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564 – 2570 โดยการขับเคลื่อนการ ดำเนินงานกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการอุดมศึกษาไว้ 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)

มหาวิทยาลัยบูรพาในฐานะมหาวิทยาลัยหลักใน EEC และมหาวิทยาลัยในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือในการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรให้มีศักยภาพเพื่อรองรับการอุตสาหกรรมเป้าหมาย และพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อยกระดับอุตสาหกรรม เศรษฐกิจชุมชน สังคม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ EEC และจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบบนโยบายและยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ 2566-2570 สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจ 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 กล้าทำสิ่งใหม่ๆ มีแนวคิดอยากเป็นเจ้าของธุรกิจ เป็นผู้ประกอบการ แสวงหาความสำเร็จในระยะเวลายั่งยืน จากนโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563-2570 ใน 4 ด้านหลัก แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนาากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564 – 2570 กำหนดไว้ 3 ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ 2566-2570 กำหนดไว้ 3 แพลตฟอร์ม และความต้องการของผู้เรียน

ปัจจุบัน กลุ่ม GEN-Z กับการพัฒนากำลังคน การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาทักษะให้แรงงานในอุตสาหกรรม บุคคลทั่วไป นิสิตที่กำลังศึกษาและบัณฑิตที่เพิ่งจบการศึกษา ให้สามารถทำงานในสถานประกอบการได้หรือประกอบอาชีพอิสระที่สนใจได้ ทันกับการแข่งขันของประเทศและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต เพื่อส่งเสริมให้สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) โดยการเรียนรู้นั้นสามารถทำได้หลากหลายช่องทาง และการเรียนรู้ในแหล่งเรียนรู้ระบบเปิดทางอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมและมีปริมาณข้อความรู้ สารสนเทศ จำนวนมหาศาล ให้ผู้ที่สนใจในศาสตร์สาขาแขนงต่าง ๆ ได้เรียนรู้

แหล่งเรียนรู้ทางอินเทอร์เน็ตมีมากมายหลากหลายในปัจจุบัน ที่ปรากฏเป็นช่องรายการที่เผยแพร่สาระความรู้ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็มีทั้งช่องรายการที่มีคุณภาพ และรายการที่ไม่มีคุณภาพ ทั้งในด้านของเนื้อหาสาระของรายการ และในด้านของรูปแบบการนำเสนอ โดยรูปแบบรายการที่นำเสนอในรูปแบบวิดีโอ เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน เพราะเป็นรูปแบบที่สามารถง่ายต่อการรับรู้ ที่ครบทั้งภาพและเสียง ซึ่งจะได้รรถรสในการรับสื่อที่มากกว่า การฟัง หรือ การอ่าน

ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็ว และสามารถเพิ่มปริมาณผู้รับชมและผู้ติดตามได้อย่างรวดเร็ว โดยช่องรายการที่มีการสร้างในปัจจุบันนี้ ไม่ได้มีหลักการหรือทฤษฎี หรือผลการศึกษาที่จะสามารถนำมาเป็นองค์ความรู้ประกอบในการสร้างช่องรายการได้ อีกทั้งเรื่องการสร้างการรับรู้ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ซึ่งการสร้างการรับรู้กับคนในยุคปัจจุบัน มีรูปแบบการรับรู้ที่แตกต่างออกไปจากในอดีตที่จะต้องศึกษา โดยสามารถศึกษาได้ด้วย ทฤษฎีการสื่อสารเชิงระบบของเบอร์โล (1960) และทฤษฎีการเผยแพร่ข่าวสารของ โรเจอร์ (1995)

ทฤษฎีการสื่อสารเชิงระบบของเบอร์โล (SMCR Model) โดย เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) หรือที่รู้จักกันในชื่อ SMCR Model เป็นหนึ่งในทฤษฎีการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทฤษฎีนี้อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารว่าเกิดขึ้นอย่างไร โดยมุ่งเน้นไปที่องค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. ผู้ส่ง (Source) หมายถึง บุคคลที่เริ่มต้นการสื่อสาร ผู้ส่งมีหน้าที่ในการเข้ารหัสข้อความ เพื่อแปลงความคิด ความรู้สึก หรือประสบการณ์ ให้กลายเป็นสัญลักษณ์ที่ผู้รับสามารถเข้าใจได้ ผู้ส่งที่มีประสิทธิภาพ ควรมีทักษะการสื่อสารที่ดี มีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาที่ส่ง และเข้าใจผู้รับ

2. สาร (Message) หมายถึง เนื้อหาของการสื่อสาร สารอาจเป็นข้อมูล ความคิด ความรู้สึก หรือประสบการณ์ สารที่ดีควรมีความชัดเจน กระชับ ตรงประเด็น และเข้าใจง่าย

3. ช่องทาง (Channel) หมายถึง ตัวกลางที่ใช้ในการส่งข้อความ ช่องทางอาจเป็นสื่อมวลชน บุคคลต่อบุคคล หรือเครือข่ายสังคม ช่องทางที่ดี ควรเหมาะสมกับเนื้อหาของข้อความ และเข้าถึงผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ผู้รับ (Receiver) หมายถึง บุคคลที่รับข้อความ ผู้รับมีหน้าที่ในการถอดรหัสข้อความ เพื่อแปลงสัญลักษณ์ที่ได้รับ ให้กลายเป็นความหมายที่เข้าใจได้ ผู้รับที่มีประสิทธิภาพ ควรมีทักษะการฟังที่ดี มีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาที่รับ และเปิดใจรับฟังข้อความ

5. ผลลัพธ์ (Receiver) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร ผลลัพธ์อาจเป็นความเข้าใจ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ควรบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสาร ได้แก่

1. วัฒนธรรม วัฒนธรรมของผู้ส่ง ผู้รับ และช่องทาง อาจมีผลต่อการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมบางวัฒนธรรม อาจให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบอ้อมอ้อม ในขณะที่วัฒนธรรมอื่น ๆ อาจให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบตรงไปตรงมา

2. ประสบการณ์ ประสบการณ์ของผู้ส่ง ผู้รับ และช่องทาง อาจมีผลต่อการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น ผู้ส่งที่มีประสบการณ์ อาจสามารถสื่อสารข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าผู้ส่งที่ไม่มีประสบการณ์

3. ทักษะ ทักษะของผู้ส่ง ผู้รับ และช่องทาง อาจมีผลต่อการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น ผู้ส่งที่มีทัศนคติเชิงบวก อาจสามารถสื่อสารข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าผู้ส่งที่มีทัศนคติเชิงลบ

ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรมของ โรเจอร์ (1995) (Diffusion of Innovations Theory) เอเวอร์เรต เอ็ม. โรเจอร์ส (Everett M. Rogers) ซึ่ง โรเจอร์ได้เสนอทฤษฎีการเผยแพร่วัตกรรมในปี ค.ศ. 1962 อธิบายถึงกระบวนการที่นวัตกรรมถูกแพร่กระจายไปยังกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ทฤษฎีนี้ นำเสนอแนวคิดสำคัญ คือ นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง ความคิด ความคิดสร้างสรรค์ หรือ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่นำเสนอต่อบุคคล องค์กร หรือสังคม กระบวนการเผยแพร่ (Diffusion Process) หมายถึง กระบวนการที่นวัตกรรมถูกแพร่กระจายจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ผ่านการสื่อสาร และการเรียนรู้ และกลุ่มบุคคลผู้รับนวัตกรรม (Adopters) แบ่งเป็น 5 กลุ่มตามลำดับการรับ นวัตกรรม ดังนี้

1. ผู้ริเริ่ม (Innovators) กล้าเสี่ยง ชอบทดลอง เป็นกลุ่มแรกที่รับนวัตกรรม
2. ผู้รับก่อนช่วงแรก (Early Adopters) มีบทบาทผู้นำ มองการณ์ไกล รับนวัตกรรมเร็วกว่ากลุ่มอื่น
3. ผู้รับช่วงต้น (Early Majority) รอบคอบ ตัดสินใจจากประสบการณ์ รับนวัตกรรมเมื่อ เห็นว่ามีประโยชน์จริง
4. ผู้รับช่วงปลาย (Late Majority) สงสัย ยึดติดกับสิ่งเดิม รับนวัตกรรมเมื่อกลายเป็น บรรทัดฐาน
5. ผู้ล่าช้า (Laggards)ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง รับนวัตกรรมเป็นกลุ่มสุดท้าย หรืออาจไม่ ยอมรับเลย

องค์ประกอบของการเผยแพร่วัตกรรม (Elements of Diffusion) ได้แก่

1. ลักษณะของนวัตกรรม (Characteristics of Innovation) นวัตกรรมที่มีลักษณะเด่น เช่น การเข้ากันได้ ความซับซ้อน การทดลอง การสังเกต และประโยชน์ที่ชัดเจน มีแนวโน้มที่จะถูก แพร่กระจายได้เร็ว
2. ลักษณะของผู้รับนวัตกรรม (Characteristics of Adopters) บุคคลที่มีความคิดริเริ่ม กล้าเสี่ยง มีระดับการศึกษาสูง มีทักษะการสื่อสาร และมีเครือข่ายทางสังคมที่ดี มีแนวโน้มที่จะรับ นวัตกรรมได้เร็ว
3. ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) นวัตกรรมที่มีช่องทางการสื่อสารที่มี ประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย มีแนวโน้มที่จะถูกแพร่กระจายได้เร็ว
4. ระบบสังคม (Social System) นวัตกรรมที่สอดคล้องกับบรรทัดฐาน ค่านิยม และ กฎเกณฑ์ของสังคม มีแนวโน้มที่จะถูกแพร่กระจายได้เร็ว
5. ระยะเวลา (Time) นวัตกรรมใช้เวลาในการแพร่กระจายแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะ ของนวัตกรรม ลักษณะของผู้รับนวัตกรรม ช่องทางการสื่อสาร และระบบสังคม

กระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรม (Innovation-Decision Process): บุคคลจะผ่านกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ (Knowledge): บุคคลรับรู้ถึงนวัตกรรม แต่ยังไม่มีความรู้เพียงพอ
2. การถูกชักจูง (Persuasion): บุคคลเริ่มสนใจในนวัตกรรม แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม
3. การตัดสินใจ (Decision): บุคคลตัดสินใจว่าจะรับหรือไม่รับนวัตกรรม
4. การนำไปใช้ (Implementation): บุคคลนำนวัตกรรมไปใช้จริง
5. การยืนยัน (Confirmation): บุคคลประเมินผลลัพธ์ ตัดสินใจว่าจะใช้ต่อไปหรือเลิกใช้

ดังนั้นผู้วิจัย จึงสนใจทำวิจัย เรื่อง “การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่” โดยมีการดำเนินการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่มีคุณภาพ ทั้งทางด้านเนื้อหาสาระ และคุณภาพในด้านการผลิตและเผยแพร่ โดยการทำการศึกษาถึงพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านความต้องการการรับรู้เนื้อหาสาระ สำหรับการที่จะเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ และพฤติกรรมการรับรู้สื่อ และนำผลที่ได้มาเป็นฐานในการออกแบบช่องรายการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะเกิดเป็นองค์ความรู้ หลักการ ให้กับผู้ที่สนใจจะสร้างช่องรายการเพื่อเผยแพร่ความรู้ทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบวิดีโอ อีกทั้งยังศึกษาผู้หารูปแบบการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ ในการสร้างช่องรายการ ที่จะสามารถสื่อสารสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์และขอบเขตการวิจัย

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

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ได้ทราบพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่
2. ได้ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีคุณภาพ

3. ได้ทราบความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

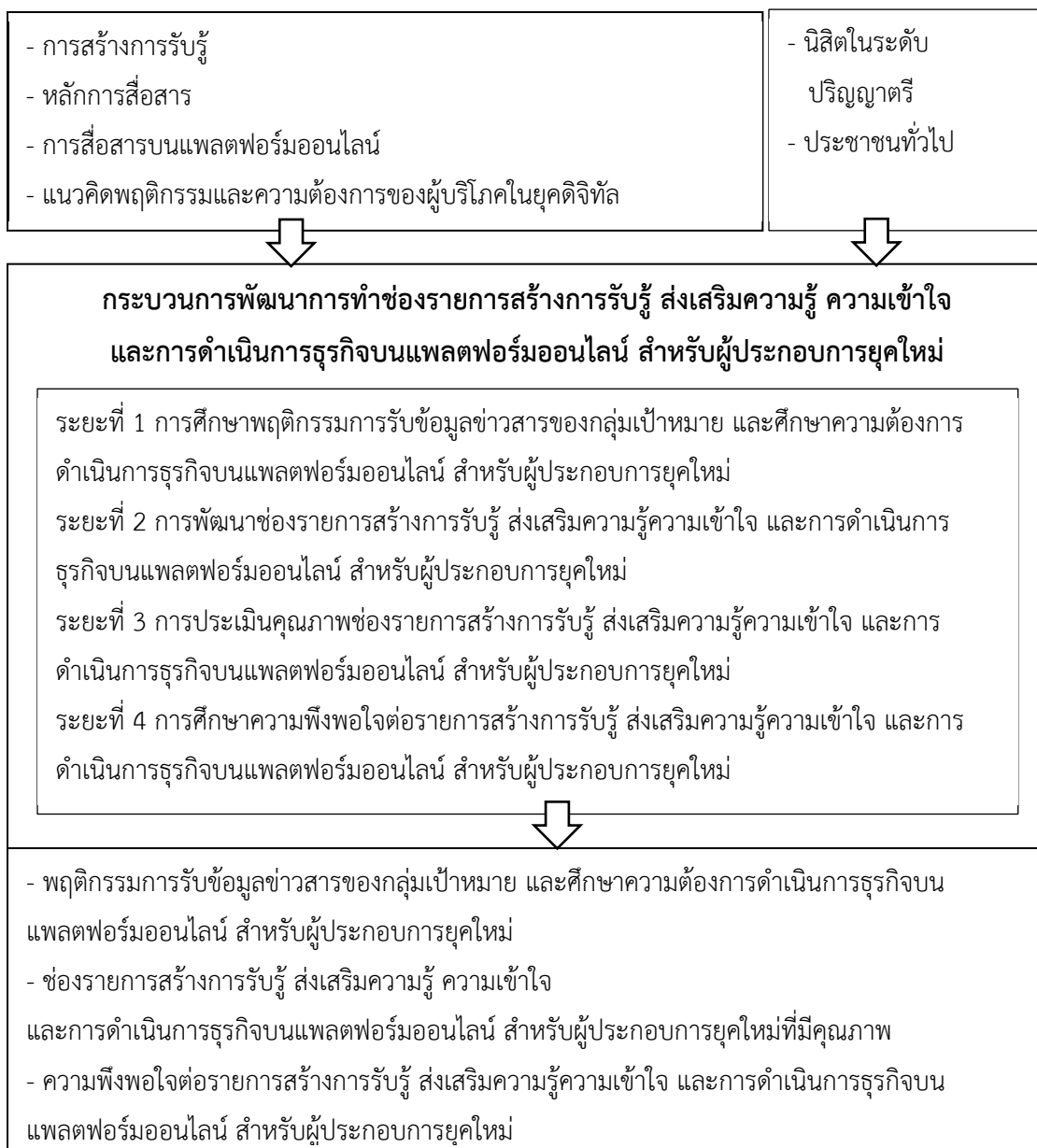
4. ได้รูปแบบ หลักการ ในการสร้างช่องรายการเพื่อการสร้างการรับรู้ เพื่อเป็นแนวทาง สำหรับผู้ที่สนใจจะสร้างช่องรายการสร้างการรับรู้เผยแพร่ผ่านทางช่องทางออนไลน์ในรูปแบบวิดีโอ

ขอบเขตการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร และศึกษาความต้องการ ดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ทั่วประเทศ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling)

2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการประเมินคุณภาพรูปแบบช่องรายการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในระดับรองศาสตราจารย์

3. กลุ่มตัวอย่าง สำหรับศึกษาความพึงพอใจ คือ ประชาชนทั่วไปที่เข้ามารับชมรายการจาก ช่องรายการที่พัฒนาขึ้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ หมายถึง รูปแบบรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับการสร้างธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้ผู้ที่สนใจเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้ศึกษาแนวคิด เทคนิค วิธีการ จากกรณีศึกษา ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยการนำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอ ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook YouTube และ Tiktok

2. พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ความสนใจหรือสิ่งที่ปฏิบัติเป็นประจำ ในการรับข้อมูลข่าวสารจากช่องทางออนไลน์ ได้แก่ ช่องทาง แพลตฟอร์มที่ใช้งาน รูปแบบข้อความ ภาพวิดีโอที่สนใจในการรับชม

3. ความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ หมายถึง ความสนใจในประเภทธุรกิจที่จะทำ โดยเน้นเรื่องของการบริหารจัดการธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์

4. ความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ หมายถึง ความพึงพอใจที่มีต่อ เนื้อหา และรูปแบบรายการ ในรูปแบบคลิปวิดีโอ ที่ได้มีการพัฒนาขึ้นและเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook YouTube และ Tiktok

5. คุณภาพช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ หมายถึง ผลจากการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ด้วยแบบประเมินคุณภาพ ซึ่งประเมินด้วยแบบประมาณค่า 5 ระดับ

บทที่ 2

วิธีการดำเนินการวิจัย (Material & Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบวิจัยและพัฒนา (Research and Development) วิธีการดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ

ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

การดำเนินการแต่ละระยะมีกระบวนการ วิธีดำเนินการ และผลที่ได้รับของแต่ละขั้นตอนดังตารางวิธีการดำเนินการวิจัย

ตารางที่ 1 ตารางแสดงวิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย	กระบวนการ/การดำเนินงาน	ผลที่ได้รับ
ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้า เอกสาร หลักการ ทฤษฎี และผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ	ประมวลและสังเคราะห์เอกสาร หลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่อไปนี้ (1) การสร้างการรับรู้ (2) การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (3) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดรูปแบบรายการ (4) การเผยแพร่ช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (5) หลักการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์, (6) การประเมินคุณภาพ	ได้ข้อมูลพื้นฐานในการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ขั้นตอนการวิจัย	กระบวนการ/การดำเนินงาน	ผลที่ได้รับ
	รายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และประเมินความพึงพอใจ	
ระยะที่ 2 จัดทำช่อง รายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุค ใหม่	นำข้อมูลที่ได้จากระยะที่ 1 มา กำหนดเนื้อหารายการ, รูปแบบ รายการ, วิธีการสื่อสารเพื่อสร้าง ความรู้ ความเข้าใจ, ผังการเผยแพร่, วางตัวพิธีกรและแขกรับเชิญ	ได้รูปแบบช่องรายการสร้าง การรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความ เข้าใจ และการดำเนินการ ธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่
ระยะที่ 3 ประเมินและ ปรับปรุงช่องรายการสร้าง การรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการ ดำเนินการธุรกิจบน แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการ ยุคใหม่	1. สร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ประเมินช่องรายการฯ 2. นำรายละเอียดรูปแบบช่อง รายการฯ ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน คุณภาพ จำนวน 3 คน 3. ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	-ได้ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และ การดำเนินการธุรกิจบน แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับ ผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มี คุณภาพโดยผ่านการประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญ
ระยะที่ 4 เผยแพร่และ ศึกษาความพึงพอใจต่อ รูปแบบช่องรายการสร้าง การรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการ ดำเนินการธุรกิจบน แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุค ใหม่	1. วางแผนการเผยแพร่ช่องรายการฯ 2. สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับ เผยแพร่ ช่องรายการฯ 3. สร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ประเมินความพึงพอใจต่อช่อง รายการฯ 4. ศึกษาความพึงพอใจต่อช่อง รายการฯ จากกลุ่มเป้าหมาย	1. ได้รูปแบบการเผยแพร่ช่อง รายการฯ ผ่านแพลตฟอร์ม ออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในวงกว้าง 2. ทราบผลความพึงพอใจต่อ ช่องรายการฯ

ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการประมวลและสังเคราะห์เอกสาร หลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่อไปนี้ (1) การสร้างการรับรู้ (2) การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (3) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดรูปแบบรายการ (4) การเผยแพร่ช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (5) หลักการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (6) การประเมินคุณภาพรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และประเมินความพึงพอใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานในการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ในประเด็นการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เรื่อง การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการรับรู้สื่อและพฤติกรรมการใช้สื่อบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และเพื่อให้ทราบพฤติกรรมการรับรู้สื่อและพฤติกรรมการใช้สื่อสำหรับความสนใจเนื้อหาทางด้านธุรกิจและผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยการพัฒนาแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์มีการดำเนินการดังนี้

1. การพัฒนาเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เรื่อง การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ดังนี้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และ
การดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

.....
คำชี้แจง ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงของนิสิตให้มากที่สุด ข้อมูลที่นิติตตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จะนำไปเสนอผลในภาพรวม เพื่อประโยชน์ต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ขอรับรองว่าจะไม่มีผลกระทบต่อ นิสิตที่ตอบแบบสอบถาม

ขอขอบคุณนิสิตทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัย

แบบสอบถามความต้องการ

การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ หรือใส่หมายเลขลำดับลงในช่องที่ตรงกับความต้องการของนิสิตมากที่สุด

1. โดยส่วนใหญ่ท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทางใดบ้าง (เรียงลำดับโดยใส่หมายเลข 1 จากแพลตฟอร์มที่เข้ามากที่สุด ตามลำดับ)

Facebook

YouTube

TikTok

Instagram

Twitter

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด (เรียงลำดับโดยใส่หมายเลข 1 จากแพลตฟอร์มที่เข้ามากที่สุด ตามลำดับ)

ช่วง 06.00 - 08.00 น.

ช่วง 11.00- 13.00 น.

ช่วง 16.00- 18.00 น.

ช่วง 19.00- 21.00 น.

ช่วง 22.00- 24.00 น.

ช่วง 01.00- 03.00 น.

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน

น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง

ระหว่าง 2-4 ชั่วโมง

ระหว่าง 4-6 ชั่วโมง

ระหว่าง 6-8 ชั่วโมง

มากกว่า 8 ชั่วโมง

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. อุปกรณ์ที่ท่านเข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด (เรียงลำดับโดยใส่หมายเลข 1 จากอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด ตามลำดับ)

- โทรศัพท์มือถือ
- แท็บเล็ต (Tablet)
- โน้ตบุ๊ก (Notebook)
- เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รูปแบบ VDO คอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการควรมีลักษณะอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- Vlog
- VDO เบื้องหลังความสำเร็จ
- สัมภาษณ์และตอบคำถามต่าง ๆ
- รูปแบบ Event
- การนำเสนอ Presentation
- VDO การสอน / ฮาวทู
- Live Streaming
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. ความยาวของ VDO ในแต่ละคลิปควรมีระยะเวลาเท่าใด

- ไม่เกิน 5 นาที
- ระหว่าง 5-10 นาที
- ระหว่าง 11-15 นาที
- ระหว่าง 16-20 นาที
- ระหว่าง 21-25 นาที
- ระหว่าง 26-30 นาที
- ความยาวเท่าไรก็ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. รูปแบบรายการในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการควรมีลักษณะอย่างไร

- รายการสด (Live) วิทยากรบรรยายคนเดียว
- รายการสด (Live) โดยมีแขกรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์
- บันทึกเทปวิทยากรบรรยายคนเดียว
- บันทึกเทปโดยแขกรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์
- ผสมผสานทั้งสองรูปแบบ

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ความยาวของรายการในแต่ละครั้งควรมีระยะเวลาเท่าใด

ไม่เกิน 10 นาที

ระหว่าง 10-20 นาที

ระหว่าง 20-30 นาที

ระหว่าง 30-40 นาที

ระหว่าง 40-60 นาที

ความยาวเท่าไรก็ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ควรเน้นประเด็นใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วิธีการทำโอเดียบธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการใหม่

วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการธุรกิจ และแนวทางแก้ปัญหา

การมองโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ

การบริหารจัดการเรื่องการเงิน การหาแหล่งทุน

รายได้และความคุ้มค่าในการดำเนินการธุรกิจให้ยั่งยืน

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านต้องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการลักษณะใด (เรียงลำดับความสนใจมากที่สุดตามลำดับ หมายเลข

1 คือสนใจมากที่สุด)

ผู้ประกอบการสัตว์เลี้ยง

ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์

ผู้ประกอบการรับจ้างผลิต (OEM)

ผู้ประกอบการร้านกาแฟและเบเกอรี่

ผู้ประกอบการด้านความงาม/สุขภาพ

ผู้ประกอบการร้านอาหาร

ผู้ประกอบการด้านความบันเทิง

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

แบบสัมภาษณ์ความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ชื่อ/สาขา/คณะ/ชั้นปี
2. โดยส่วนใหญ่ท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทางใดบ้าง ไปดูเรื่องอะไร
3. ถ้าท่านต้องการรับรู้ข้อมูลการทำธุรกิจท่านดูผ่านช่องทางไหน มีช่องรายการที่ติดตามหรือไม่
4. การเข้าดูข้อมูลการทำธุรกิจท่านเข้าดูช่วงเวลาใด ใช้ระยะเวลาในการดูนานแค่ไหน
5. รูปแบบรายการข้อมูลการทำธุรกิจต้องการให้นำเสนออย่างไร เช่น มีเข้กรับเชิญที่ประสบผลสำเร็จมาให้สัมภาษณ์ มีพิธีกรสัมภาษณ์ประเด็นที่น่าสนใจ เป็นรายการสด หรือบันทึกเทป ฯลฯ
6. ท่านต้องการทราบข้อมูลการทำธุรกิจประเภทไหน เช่น ธุรกิจร้านกาแฟ ธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ ธุรกิจความสวย ความงาม ฯลฯ
7. เนื้อหาสาระของรายการต้องการทราบข้อมูลอะไรบ้าง
8. ความคิดเห็นอื่น ๆ

.....

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการประเมินคุณภาพเครื่องมือ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเทคโนโลยีการศึกษา ระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไป จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล รำไพ อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. รองศาสตราจารย์ ดร. วิศปต์ย์ ชัยช่วย อาจารย์ประจำสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกรรณ์ ปะพาน อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพเครื่องมือ ด้วยการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) ความถูกต้องของภาษาและความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้การประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) กำหนดการให้ค่าคะแนนความเห็นเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- | | |
|---------------------|---------------------------------|
| ให้คะแนน +1 หมายถึง | สำหรับข้อที่แน่ใจว่าสอดคล้อง |
| ให้คะแนน 0 หมายถึง | สำหรับข้อที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง |
| ให้คะแนน -1 หมายถึง | สำหรับข้อที่แน่ใจว่าไม่สอดคล้อง |

คัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.5 ขึ้นไป ก่อนนำกลับมาปรับปรุงแก้ไข ผลปรากฏดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามความต้องการการทำช่องรายการ สร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
1. โดยส่วนใหญ่ท่านรับรู้ข่าวสารต่างๆ ผ่านช่องทางใดบ้าง (เรียงลำดับโดยใส่หมายเลข 1 จากแพลตฟอร์มที่เข้ามากที่สุด ตามลำดับ)	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
2. ช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด (เรียงลำดับโดยใส่หมายเลข 1 จากแพลตฟอร์มที่เข้ามากที่สุด ตามลำดับ)	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
3. ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
4. อุปกรณ์ที่ท่านเข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด (เรียงลำดับโดยใส่หมายเลข 1 จากอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด ตามลำดับ)	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
5. รูปแบบ VDO คอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการควรมีลักษณะอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
6. ความยาวของ VDO ในแต่ละคลิปควรมีระยะเวลาเท่าใด	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
7. รูปแบบรายการในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการควรมีลักษณะอย่างไร	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
8. ความยาวของรายการในแต่ละครั้งควรมีระยะเวลาเท่าใด	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
9. เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ควรเน้นประเด็นใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
10. ท่านต้องการรู้การเป็นผู้ประกอบการลักษณะใด	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้

จากตาราง ผลการตรวจสอบหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) พบว่า ได้ค่า 1.00 ทั้งหมดทุกข้อคำถาม ซึ่ง

หมายความว่า แบบสอบถามความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการ ยุคใหม่ มีคุณภาพในการนำไปใช้งาน

ตารางที่ 3 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสัมภาษณ์ ความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ชื่อ/สาขา/คณะ/ชั้นปี	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
2. โดยส่วนใหญ่ท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทางใดบ้าง ไปดูเรื่องอะไร	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
3. ถ้าท่านต้องการรับรู้ข้อมูลการทำธุรกิจท่านดูผ่านช่องทางไหน มีช่องรายการที่ติดตามหรือไม่	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
4. การเข้าดูข้อมูลการทำธุรกิจท่านเข้าดูช่วงเวลาใด ใช้ระยะเวลาในการดูนานแค่ไหน	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
5. รูปแบบรายการข้อมูลการทำธุรกิจต้องการให้นำเสนออย่างไร เช่น มีแชนแนลที่ประสบความสำเร็จ มาให้สัมภาษณ์ มีพิธีกรสัมภาษณ์ประเด็นที่น่าสนใจ เป็นรายการสด หรือบันทึกเทป ฯลฯ	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
6. ท่านต้องการทราบข้อมูลการทำธุรกิจประเภทไหน เช่น ธุรกิจร้านกาแฟ ธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ ธุรกิจความสวย ความงาม ฯลฯ	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
7. เนื้อหารสาระของรายการต้องการทราบข้อมูลอะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
8. ความคิดเห็นอื่น ๆ	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้

จากตาราง ผลการตรวจสอบหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) พบว่า ได้ค่า 1.00 ทั้งหมดทุกข้อคำถาม ซึ่งหมายความว่า แบบสัมภาษณ์ ความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีคุณภาพในการนำไปใช้งาน

3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การตอบแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ ได้แก่ นิสิต/ บัณฑิตแรงงาน/ บุคลากรวัยทำงาน/ บุคคลทั่วไปเขต EEC (ชลบุรี, ระยอง, ฉะเชิงเทรา) ที่สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการ จำนวน 35 คน ดังนี้

แบ่งเป็นจังหวัดชลบุรี 12 คน ระยอง 12 คน ฉะเชิงเทรา 11 คน ประกอบด้วยนิสิต 4 คน บัณฑิตแรงงาน 2 คน บุคลากรวัยทำงาน 2 คนและบุคคลทั่วไป 3-4 คน โดยวิธีการแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) ผ่านระบบออนไลน์ google form และใช้การสุ่มอย่างง่ายด้วยการจับสลาก (simple random sampling) ให้ได้ตามจำนวนที่กำหนด ซึ่งมีคุณสมบัติดังนี้ (1) มีความสมัครใจเข้าร่วมโครงการ (2) เป็นผู้สนใจการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ สร้างรายได้เสริม (3) อาศัยอยู่ในเขต EEC (4) มีอายุ 18 ปีขึ้นไป

4. วิธีการเก็บข้อมูล

4.1 การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบ ผ่านช่องทางออนไลน์

4.2 การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า กับกลุ่มตัวอย่างทีละคน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก และตรงวัตถุประสงค์มากที่สุด โดยการใช้การบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาถอดเสียงสรุปผลการสัมภาษณ์

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) รายละเอียดดังนี้

5.1.1 ร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{\sum f}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

5.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ซึ่งใช้สูตร (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ. 2543, หน้า 73)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ \bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

5.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด.2546, หน้า 103)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - \left(\sum X \right)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

N แทน จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง

5.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลมารวมเป็นหมวดหมู่และแยกประเด็นของข้อมูลที่ต้องการ เพื่อสร้างขอบเขตที่ชัดเจนและถูกต้อง โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาถอดบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Word by Word) พิจารณาข้อมูลที่ได้รับ และใช้วิธีการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) ให้เป็นหมวดหมู่โดยการวิเคราะห์คำหลัก (Domain Analysis) โดยจำแนกคำที่มีความสัมพันธ์กันมาไว้ในชุดข้อมูลเดียวกัน นำมาวิเคราะห์เป็นประเด็นหลักและแบ่งเป็นประเด็นย่อยต่อไป จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นั้นมาสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยการเขียน บรรยายถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นหลักกับประเด็นย่อย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการตีความตาม วัตถุประสงค์ของการวิจัย และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในเชิงเหตุผล เพื่อเชื่อมโยงไปสู่แนวคิดและทฤษฎีที่ทำการศึกษา โดยสรุปผลข้อมูลแบบการบรรยายเชิงพรรณนา

6. ผลการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

ปรากฏในบทที่ 3

ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

หลังจากในระยะเวลาที่ 1 ทำให้ทราบข้อมูลการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาออกแบบการวางแผนการทำช่องรายการ ในระยะที่ 2 โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ดังนี้

1. การพัฒนารูปแบบช่องรายการ

รูปแบบช่องรายการ ผู้วิจัยได้ออกแบบ (ร่าง) รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ด้วยการนำข้อมูลที่ได้จากระยะที่ 1 มากำหนดเนื้อหารายการ, รูปแบบรายการ, วิธีการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ, ผังการเผยแพร่, รูปแบบพิธีกรและแขกรับเชิญ เพื่อให้ได้รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

2. การทดลองเผยแพร่รายการผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์

ผู้วิจัยได้สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเผยแพร่รายการที่ผลิตขึ้น ตาม (ร่าง) รูปแบบช่องรายการ จากนั้น ได้ทำการทดลองเผยแพร่รายการ 1 ตอน เพื่อเป็นการทดสอบระบบ โดยสังเกตศึกษาผลตอบรับ และนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขรูปแบบรายการใหม่ และเผยแพร่รายการเพิ่มอีก 1

ตอน และนำผลลัพธ์ที่ได้มาปรับปรุงรูปแบบช่องรายการอีกครั้ง พร้อมทั้งเผยแพร่รายการที่ปรับปรุงรูปแบบใหม่เพิ่มอีก 1 ตอน

3. ผลการพัฒนาในรูปแบบช่องรายการ

ปรากฏในบทที่ 3

ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

จากระยะที่ 2 ที่ได้พัฒนารูปแบบช่องรายการ และได้ทดลองเผยแพร่รายการไปทั้งหมด 3 ตอน ผู้วิจัยจึงนำช่องรายการที่พัฒนาขึ้น มาหาคุณภาพ โดยมีการดำเนินการดังนี้

1. การพัฒนาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพ

แบบประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้วิจัยสร้างแบบประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับ เกณฑ์ในการแปลค่าระดับความคิดเห็น มีดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 103)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.51 – 5.00	ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์เพื่อการศึกษาในระดับ มากที่สุด
3.51 – 4.50	ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์เพื่อการศึกษาในระดับ มาก
2.51 – 3.50	ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์เพื่อการศึกษาในระดับ ปานกลาง
1.51 – 2.50	ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์เพื่อการศึกษาในระดับ น้อย
1.00 – 1.50	ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์เพื่อการศึกษาในระดับ น้อยที่สุด

โดยมีรายละเอียดดังนี้

**แบบประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้
ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์
สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ดังนี้

ระดับที่ 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.เนื้อหาในรายการฯนำเสนอน่าสนใจ เข้าใจง่าย ครอบคลุมทุกประเด็น					
2.การจัดลำดับเนื้อหาในรายการฯเป็นหมวดหมู่ เชื่อมโยงเหตุการณ์เริ่มต้นไปจนถึงภาพความสำเร็จ แต่ช่วงเหตุการณ์มีความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กัน					
3.เนื้อหาในรายการฯมีปริมาณเหมาะสมกับระยะเวลาในการนำเสนอในแต่ละตอน					
4.เสียงในรายการฯมีความชัดเจน					
5.การจัดลำดับภาพและเสียงในรายการฯมีความสัมพันธ์กัน					
6.การใช้เทคนิคการเปลี่ยนภาพในรายการฯคงเส้นคงวาทำให้การนำเสนอน่าสนใจ					

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7.การใส่กราฟิกในรายการฯทำให้เข้าใจง่ายและทำให้การนำเสนอน่าสนใจมากขึ้น					
8.สื่อประกอบในรายการฯสามารถถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ และเสนอตัวอย่างให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน					
9.สื่อที่ใช้นำเสนอในรายการฯ ทำให้ทราบหลักการสำคัญในแต่ละเรื่องได้อย่างถูกต้อง และตรงกับความต้องการของผู้ชม					
10.สื่อในรายการฯทำให้ผู้ชมเห็นภาพรวมชัดเจนในการนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจต่อไปได้					

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการประเมินคุณภาพเครื่องมือ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเทคโนโลยีการศึกษา ระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไป จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ร้าไพ อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. รองศาสตราจารย์ ดร. วิศปัติย์ ชัยช่วย อาจารย์ประจำสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกรรณ์ ปะพาน อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพเครื่องมือ ด้วยการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) ความถูกต้องของภาษาและความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้การประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) กำหนดการให้ค่าคะแนนความเห็นเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ให้คะแนน +1	หมายถึงสำหรับข้อที่แน่ใจว่าสอดคล้อง
ให้คะแนน 0	หมายถึงสำหรับข้อที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง
ให้คะแนน -1	หมายถึงสำหรับข้อที่แน่ใจว่าไม่สอดคล้อง

คัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.5 ขึ้นไป ก่อนนำกลับมาปรับปรุงแก้ไข ผลปรากฏดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการสร้าง การรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับ ผู้ประกอบการยุคใหม่

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
1.เนื้อหาในรายการนำเสนอน่าสนใจ เข้าใจง่าย ครอบคลุมทุกประเด็น	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
2.การจัดลำดับเนื้อหาในรายการเป็นหมวดหมู่ เชื่อมโยงเหตุการณ์เริ่มต้นไปจนถึงภาพความสำเร็จ แต่ละช่วงเหตุการณ์มีความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กัน	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
3.เนื้อหาในรายการมีปริมาณเหมาะสมกับ ระยะเวลาในการนำเสนอในแต่ละตอน	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
4.เสียงในรายการมีความชัดเจน	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
5.การจัดลำดับภาพและเสียงในรายการมีความ สัมพันธ์กัน	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
6.การใส่เทคนิคการเปลี่ยนภาพในรายการคงเส้น คงวาทำให้การนำเสนอน่าสนใจ	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
7.การใส่กราฟิกในรายการทำให้เข้าใจง่ายและทำ ให้การนำเสนอที่น่าสนใจมากขึ้น	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
8.สื่อประกอบในรายการฯสามารถถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจและเสนอตัวอย่างให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
9.สื่อที่ใช้นำเสนอในรายการฯ ทำให้ทราบหลักการสำคัญในแต่ละเรื่องได้อย่างถูกต้อง และตรงกับความต้องการของผู้ชม	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
10.สื่อในรายการฯทำให้ผู้ชมเห็นภาพรวมชัดเจนในการนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจต่อไปได้	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้

จากตาราง ผลการตรวจสอบหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) พบว่า ได้ค่า 1.00 ทั้งหมดทุกข้อคำถาม ซึ่งหมายความว่า แบบประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีคุณภาพในการนำไปใช้งาน

3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างในการประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ คือ ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเทคโนโลยีการศึกษา ระดับรองศาสตราจารย์ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

- | | |
|--|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลอง ทับศรี | ข้าราชการบำนาญ และอาจารย์พิเศษ
ภาควิชานวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. เอกนถน บางท่าไม้ | ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายนวัตกรรมการศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี แยมกสิกร | ที่ปรึกษาของสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา
ด้านพัฒนาวิชาชีพ กระทรวงศึกษาธิการ |

4. วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยส่งแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ พร้อมทั้งแบบประเมินคุณภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อทำการประเมินคุณภาพ

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) รายละเอียดดังนี้

5.1 ร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{\sum f}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

5.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ซึ่งใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ.2543,หน้า 73)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ \bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

5.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด.2546,หน้า 103)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - \left(\sum X \right)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$$\frac{(\sum X)^2}{N} \quad \text{แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง}$$

N แทน จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง

6. ผลการประเมินคุณภาพ

ปรากฏใน บทที่ 3

ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

หลังจากหาคุณภาพช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่แล้ว ได้มีการเผยแพร่รายการผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งหมด

ซึ่งในระยะนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่พัฒนาขึ้น โดยมีการดำเนินการศึกษาดังนี้

1. การพัฒนาเครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจ

ผู้วิจัยสร้างแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ดังนี้

แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ดังนี้

ระดับที่ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.ช่องรายการฯเผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ					
2.ช่องรายการฯมีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำให้น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ					
3.ช่องรายการฯเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุกประเด็นตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ					
4.ช่องรายการฯสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น					
5.ช่องรายการฯมีแขกรับเชิญที่หลากหลาย นำเสนอธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้					
6.ช่องรายการฯสามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สนใจได้					

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ					
8.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้					
9.ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน					
10.ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง					

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการประเมินคุณภาพเครื่องมือ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเทคโนโลยีการศึกษา ระดับรองศาสตราจารย์ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ร้าไพ อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. รองศาสตราจารย์ ดร. วิศปัติย์ ชัยช่วย อาจารย์ประจำสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกรรณ์ ปะพาน อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพเครื่องมือ ด้วยการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) ความถูกต้องของภาษาและความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้การประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) กำหนดการให้ค่าคะแนนความเห็นเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ให้คะแนน +1 หมายถึง สำหรับข้อที่แน่ใจว่าสอดคล้อง
 ให้คะแนน 0 หมายถึง สำหรับข้อที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง
 ให้คะแนน -1 หมายถึง สำหรับข้อที่แน่ใจว่าไม่สอดคล้อง
 คัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.5 ขึ้นไป ก่อนนำกลับมาปรับปรุงแก้ไข ผลปรากฏดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบช่อง
 รายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์
 สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
1.ช่องรายการฯเผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้ เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ ได้
2.ช่องรายการฯมีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำ ให้น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ ได้
3.ช่องรายการฯเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุก ประเด็นตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ ได้
4.ช่องรายการฯสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็น นามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความ เข้าใจเพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ ได้
5.ช่องรายการฯมีแฮกรับเชิญที่หลากหลาย นำเสนอ ธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการ ทำธุรกิจได้	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ ได้
6.ช่องรายการฯสามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่ สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการ ดำเนินธุรกิจที่สนใจได้	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ ได้

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
7.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
8.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
9.ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้
10.ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง	+1	+1	+1	3	1.00	นำไปใช้ได้

จากตาราง ผลการตรวจสอบหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) พบว่า ได้ค่า 1.00 ทั้งหมดทุกข้อคำถาม ซึ่งหมายความว่า แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีคุณภาพในการนำไปใช้งาน

3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การตอบแบบประเมินความพึงพอใจ คือ นิสิตหรือประชาชนทั่วไปที่เข้ารับชมรายการทางช่องรายการ

4. วิธีการเก็บข้อมูล

4.1 การเก็บข้อมูลด้วยแบบประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยส่งแบบประเมินให้กลุ่มตัวอย่างตอบ ผ่านช่องทางออนไลน์

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) รายละเอียดดังนี้

5.1 ร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{\sum f}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

5.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ซึ่งใช้สูตร (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ.2543, หน้า 73)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ \bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

5.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด.2546, หน้า 103)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - \left(\sum X \right)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

N แทน จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง

6. ผลการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

ปรากฏในบทที่ 3

บทที่ 3

ผลการวิจัย (Results)

ผลการวิจัย เรื่อง การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจและการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ

1. ผลการศึกษาความต้องการการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ของแพลตฟอร์มการรับชม

แพลตฟอร์มการรับชม	จำนวน	ลำดับ
1. Facebook	10	1
2. TikTok	7	3
3. YouTube	9	2
4. Instagram	4	4
5. Twitter	3	5
6. อื่นๆ	2	6

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามความต้องการการรับรู้ข่าวสารต่างๆ ของแพลตฟอร์มการรับชม พบว่า แพลตฟอร์ม Facebook ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 1 มีจำนวน 15 คน รองลงมาคือแพลตฟอร์ม Youtube ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 2 มีจำนวน 14 คน และแพลตฟอร์ม TikTok ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 3 มีจำนวน 14 คน ส่วนแพลตฟอร์มอื่นๆ รองลงมาลำดับที่ 4 ถึง 6 เรียงตามลำดับ ได้แก่ Instagram มีจำนวน 12 คน Twitter มีจำนวน 10 คน และแพลตฟอร์มอื่น ๆ มีจำนวน 9 คน

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ช่วงเวลาที่เข้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์

ระยะเวลา	จำนวน	ลำดับ
1. ช่วง 06.00 - 08.00 น.	6	3
2. ช่วง 11.00- 13.00 น.	5	4
3. ช่วง 16.00- 18.00 น.	10	1
4. ช่วง 19.00- 21.00 น.	8	2
5. ช่วง 22.00- 24.00 น.	3	5
6. ช่วง 01.00- 03.00 น.	2	6
7. อื่น ๆ	1	7

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามช่วงเวลาที่เข้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า ช่วงเวลาที่เข้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ ได้คะแนนความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ช่วงเวลา 16.00-18.00 น. มีจำนวน 13 คน รองลงมาคือ ช่วงเวลา 16.00-18.00 น. มีจำนวน 10 คน รองลงมาคือ ช่วงเวลา 06.00 - 08.00 น. มีจำนวน 9 คน รองลงมาคือ ช่วงเวลา 11.00- 13.00 น. มีจำนวน 8 คน และ ช่วงเวลา 22.00- 24.00 น. มีจำนวน 6 คน ส่วนช่วงเวลาอื่นๆ รองลงมาลำดับที่ 6 และ 7 ได้แก่ ช่วงเวลา 01.00- 03.00 น. มีจำนวน 6 คน และ ช่วงเวลาอื่น ๆ มีจำนวน 2 คน

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
1. ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง	1	5.00
2. ระหว่าง 2-4 ชั่วโมง	4	11.00
3. ระหว่าง 4-6 ชั่วโมง	11	31.00
4. ระหว่าง 6-8 ชั่วโมง	10	28.00
5. มากกว่า 8 ชั่วโมง	9	25.00
รวม	35	100

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน พบว่า ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน ได้คะแนนความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ระหว่าง 4-6 ชั่วโมง มีค่าร้อยละ 31.00 รองลงมาคือระหว่าง 6-8 ชั่วโมง ได้คะแนนความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 2 มีค่าร้อยละ 28.00 และมากกว่า 8 ชั่วโมง ได้รับคะแนนความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 3 มีค่าร้อยละ

25.00 ส่วนระยะเวลาอื่นๆ รองลงมาลำดับที่ 4 และ 5 ได้แก่ ระหว่าง 2-4 ชั่วโมง มีค่าร้อยละ 11.00
ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง มีค่าร้อยละ 5.00

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอุปกรณ์ที่เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด

อุปกรณ์	จำนวน	ลำดับ
1. โทรศัพท์มือถือ	14	1
2. แท็บเล็ต (Tablet)	7	2
3. โน้ตบุ๊ก (Notebook)	5	4
4. เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC)	6	3
5. อื่นๆ	3	5

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามการใช้อุปกรณ์ที่เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด พบว่า อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 1 มีจำนวน 24 คน รองลงมาคืออุปกรณ์แท็บเล็ต (Tablet) ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 2 มีจำนวน 17 คน และเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC) ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 3 มีจำนวน 16 คน ส่วนอุปกรณ์อื่น ๆ เรียงตามลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 4 โน้ตบุ๊ก (Notebook) มีจำนวน 13 คน และ ลำดับที่ 5 อุปกรณ์อื่น ๆ มีจำนวน 9 คน

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรูปแบบ VDO คอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้	จำนวน	ลำดับ
1. Vlog	8	5
2. VDO เบื้องหลังความสำเร็จ	17	2
3. สัมภาษณ์และตอบคำถามต่างๆ	19	1
4. รูปแบบ Event	4	7
5. การนำเสนอ Presentation	11	4
6. VDO การสอน / ฮาวทู	12	3
7. Live Streaming	7	6

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามความต้องการรูปแบบ VDO คอนเทนต์ในการสร้าง การรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า รูปแบบสัมภาษณ์และตอบคำถามต่าง ๆ เป็นลำดับที่ 1 มีจำนวน 19 คน ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ รูปแบบVDO เบื้องหลังความสำเร็จ ได้ คະแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 2 มีจำนวน 17 คน และ รูปแบบVDO การสอน / ฮาวทู ได้คะแนน ความสนใจเป็นลำดับที่ 3 มีจำนวน 12 คน ส่วนเนื้อหาอื่นๆ รองลงมาลำดับที่ 4 ถึง 7 เรียงตามลำดับ ได้แก่ การนำเสนอ Presentation มีจำนวน 11 คน รูปแบบ Vlog มีจำนวน 8 คน รูปแบบLive Streaming มีจำนวน 7 คน และ รูปแบบ Event มีจำนวน 4 คน

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการการผลิต VDO ของระยะเวลา การนำเสนอเนื้อหา

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 5 นาทีต่อเรื่อง	4	14.00
2. ระหว่าง 5-10 นาทีต่อเรื่อง	6	17.00
3. ระหว่าง 11-15 นาทีต่อเรื่อง	10	25.00
4. ระหว่าง 16-20 นาทีต่อเรื่อง	7	20.00
5. ระหว่าง 21-25 นาทีต่อเรื่อง	1	2.00
6. ระหว่าง 26-30 นาทีต่อเรื่อง	2	4.00
7. ความยาวเท่าไรก็ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ	5	18.00
รวม	35	100

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามความต้องการการผลิต VDO ของระยะเวลาการ นำเสนอเนื้อหา พบว่า ได้คะแนนความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ระหว่าง 11-15 นาทีต่อเรื่อง มีค่าร้อยละ 25.00 รองลงมาคือระหว่าง 16-20 นาทีต่อเรื่อง ได้คะแนนความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 2 มีค่าร้อยละ 20.00 และ ความยาวเท่าไรก็ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ได้รับคะแนนความคิดเห็นเป็น ลำดับที่ 3 มีค่าร้อยละ 18.00 ส่วนระยะเวลาอื่นๆ รองลงมาลำดับที่ 4 ถึง 7 ได้แก่ ระหว่าง 5-10 นาทีต่อเรื่อง มีค่าร้อยละ 17.00 ไม่เกิน 5 นาทีต่อเรื่อง มีค่าร้อยละ 14.00 ระหว่าง 26-30 นาทีต่อ เรื่อง มีค่าร้อยละ 4.00 ระหว่าง 21-25 นาทีต่อเรื่อง มีค่าร้อยละ 2.00

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการรูปแบบรายการในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้	จำนวน	ร้อยละ
1. รายการสด (Live) โดยมีแขกรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์	6	22.00
2. บันทึกเทปวิทยากรบรรยายคนเดียว	11	31.00
3. บันทึกเทปโดยแขกรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์	14	39.00
4. ผสมผสานทั้งสองรูปแบบ	4	8.00
รวม	35	100

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามความต้องการรูปแบบรายการในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า บันทึกเทปโดยแขกรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์ได้คะแนนความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 มีค่าร้อยละ 39.00 รองลงมาคือ บันทึกเทปวิทยากรบรรยายคนเดียว ได้คะแนนความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 2 มีค่าร้อยละ 31.00 รองลงมาลำดับที่ 3 และ 4 รายการสด (Live) โดยมีแขกรับเชิญให้พิธีกร สัมภาษณ์ มีค่าร้อยละ 22.00 ผสมผสานทั้งสองรูปแบบ มีค่าร้อยละ 8.00

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการความยาวของรายการในแต่ละครั้ง

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 10 นาที	5	17.00
2. ระหว่าง 10-20 นาที	6	19.00
3. ระหว่าง 20-30 นาที	10	28.00
4. ระหว่าง 30-40 นาที	4	11.00
5. ระหว่าง 40-60 นาที	3	5.00
6. ความยาวเท่าไรก็ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหา และวิธี การนำเสนอ	7	20.00
รวม	35	100

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามความต้องการความยาวของรายการในแต่ละครั้ง พบว่า ระหว่าง 20-30 นาทีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 มีค่าร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ ความยาว

เท่าไรก็ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหา และวิธี การนำเสนอ มีค่าร้อยละ 20.00 และ ระหว่าง 10-20 นาที ได้รับคะแนนความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 3 มีค่าร้อยละ 19.00 ส่วนระยะเวลาอื่น ๆ รองลงมาลำดับที่ 4 ถึง 6 ได้แก่ ไม่เกิน 10 นาที มีค่าร้อยละ 17.00 ระหว่าง 30-40 นาที มีค่าร้อยละ 11.00 ระหว่าง 40-60 นาที มีค่าร้อยละ 5.00

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการการผลิต VDO ของเนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้

เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้	จำนวน	ลำดับ
1. วิธีการทำไอเดียธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการใหม่	14	5
2. วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	20	1
3. ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการธุรกิจ และแนวทางแก้ปัญหา	19	2
4. การมองโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ	16	3
5. การบริหารจัดการเรื่องการเงิน การหาแหล่งทุน	15	4
6. รายได้และความคุ้มค่าในการดำเนินการธุรกิจให้ยั่งยืน	9	6

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามความต้องการการผลิต VDO ของเนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ พบว่า วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 1 มีจำนวน 20 คนซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการธุรกิจ และแนวทางแก้ปัญหา ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 2 มีจำนวน 19 คน และ การมองโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 3 มีจำนวน 16 คน ส่วนเนื้อหาอื่น ๆ รองลงมาลำดับที่ 4 ถึง 6 ได้แก่ การบริหารจัดการเรื่องการเงิน การหาแหล่งทุน มีจำนวน 15 คน วิธีการทำไอเดียธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการใหม่ มีจำนวน 14 คน และ รายได้และความคุ้มค่าในการดำเนินการธุรกิจให้ยั่งยืน มีจำนวน 9 คน

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ

เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้	จำนวน	ลำดับ
1. ผู้ประกอบการส่วนตัวเลี้ยง	10	5
2. ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์	11	4
3. ผู้ประกอบการรับจ้างผลิต (OEM)	12	3
4. ผู้ประกอบการร้านค้าแพฟและเบเกอรี่	17	1

เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้	จำนวน	ลำดับ
5. ผู้ประกอบการด้านความงาม/สุขภาพ	9	6
6. ผู้ประกอบการร้านอาหาร	13	2
7. ผู้ประกอบการด้านความบันเทิง	7	7
8. อื่น ๆ	4	8

จากตาราง สรุปได้ว่า จากการสอบถามความต้องการการผลิต VDO ของเนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟและเบเกอรี่ ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 1 มีจำนวน 17 คน ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 2 มีจำนวน 13 คน ผู้ประกอบการรับจ้างผลิต (OEM) ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 3 มีจำนวน 12 คน ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 4 มีจำนวน 11 คน และ ผู้ประกอบการสัตว์เลี้ยง ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 5 มีจำนวน 10 คน ส่วนเนื้อหาอื่น ๆ รองลงมาลำดับที่ 6 ถึง 8 ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านความงาม/สุขภาพ ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 6 มีจำนวน 9 คน ผู้ประกอบการด้านความบันเทิง ได้คะแนนความสนใจเป็นลำดับที่ 7 มีจำนวน 7 คน และ เนื้อหาอื่น ๆ มีจำนวน 4 คน

2. การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ มีดังนี้

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยแยกรายข้อ สรุปได้ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ชื่อ/สาขา/คณะ/ชั้นปี

ผู้ให้ข้อมูล คือ นิสิตสาขาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ ชั้นปีที่ 3

คำถามข้อที่ 2 โดยส่วนใหญ่ท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทางใดบ้าง ไปดูเรื่องอะไร

การรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์ เว็บไซต์ และ เครื่องมือสื่อสาร เช่น Line Facebook Messenger โดยเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารบันเทิง ข้อมูลที่ใช้ในการเรียน และข้อมูลที่ใช้ในกิจการงานอื่น ๆ ตามลำดับ

คำถามข้อที่ 3 ถ้าท่านต้องการรับรู้ข้อมูลการทำธุรกิจท่านดูผ่านช่องทางไหน มีช่องรายการที่ติดตามหรือไม่

Youtube Tiktok Facebook เว็บไซต์ ตามลำดับ ช่องรายการมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละคน

คำถามข้อที่ 4 การเข้าดูข้อมูลการทำธุรกิจท่านเข้าดูช่วงเวลาใด ใช้ระยะเวลาในการดูนานแค่ไหน

ช่วงกลางคืน ช่วงบ่าย และช่วงเช้า ตามลำดับ ระยะเวลาในการดู เฉลี่ยประมาณ 30 นาที

คำถามข้อที่ 5 รูปแบบรายการข้อมูลการทำธุรกิจต้องการให้นำเสนออย่างไร เช่น มีแทกรับเชิญที่ประสบผลสำเร็จมาให้สัมภาษณ์ มีพิธีกรสัมภาษณ์ประเด็นที่น่าสนใจ เป็นรายการสด หรือบันทึกเทป ฯลฯ

เป็นรายการที่มีพิธีกรสัมภาษณ์ประเด็นที่น่าสนใจ โดยเชิญแขกรับเชิญมาให้ความรู้ แบ่งปันประสบการณ์เป็นกรณีศึกษา

คำถามข้อที่ 6 ท่านต้องการทราบข้อมูลการทำธุรกิจประเภทไหน เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ ธุรกิจความสวย ความงาม ฯลฯ

ผู้ประกอบการร้านอาหารและเบเกอรี่ ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ตามลำดับ

คำถามข้อที่ 7 เนื้อหาสาระของรายการต้องการทราบข้อมูลอะไรบ้าง

วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เคล็ดลับความสำเร็จ

คำถามข้อที่ 8 ความคิดเห็นอื่นๆ

ไม่มี

ซึ่งจากการสัมภาษณ์ ผลที่ได้มีความสอดคล้องกับการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

1. การพัฒนารูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีดังนี้



ภาพที่ 2 การพัฒนาารูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

การสร้างช่องรายการ

1. ชั้นเตรียมข้อมูลเบื้องต้น

1.1 ชื่อช่องรายการ

การกำหนดชื่อช่องรายการ โดยชื่อของช่องรายการ อาจจะเป็นชื่อของรายการก็ได้ หรือ หากในช่องรายการนั้น มีรายการมากกว่า 1 รายการ ชื่อรายการอาจจะใช้ชื่ออื่นที่ไม่ใช่ชื่อของช่องการ ก็ได้ ทั้งนี้ชื่อช่องรายการ สามารถตั้งได้ หลายรูปแบบ โดยทั่วไป จะนิยมตั้ง 2 แบบ คือ 1) ตั้งชื่อช่อง รายการที่เกี่ยวกับเนื้อหารายการ หรือชื่อที่สื่อถึงเนื้อหาของรายการ 2) ชื่อช่องรายการที่เป็นคำเฉพาะ ที่ไม่ได้สื่อถึงเนื้อหาของรายการ

1.2 วัตถุประสงค์

การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสร้างช่องรายการ ว่าต้องการอะไร ในการสร้างช่อง รายการนี้

1.3 ประเภทเนื้อหา

การกำหนดเนื้อหารายการ ว่า ในช่องรายการจะประกอบไปด้วยเนื้อหาอะไรบ้าง รวมไปถึง การกำหนดขอบเขตของเนื้อหาว่าครอบคลุมถึงเรื่องใดบ้าง

1.4 กลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ว่าต้องการให้รายการและช่องรายการสื่อสารไปยังคนกลุ่มใด ซึ่ง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จะทำให้เราสามารถออกแบบ ชื่อช่องรายการ ออกแบบรูปแบบ เนื้อหา การนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่ เพื่อให้ตรงกับพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

1.5 รูปแบบการนำเสนอ

1.5.1 ประเภทสื่อ การกำหนดว่าจะสื่อสารด้วยสื่ออะไร เช่น ข้อความ ภาพนิ่ง เสียง หรือวิดีโอ

1.5.2 รูปแบบการเล่าเรื่อง การกำหนดว่าจะใช้การเล่าเรื่องในลักษณะใด เช่น ทางกร ไม่ทางการ จริงจัง หรือ สนุกสนาน และใช้รูปแบบใดในการเล่าเรื่อง เช่น สารคดี ภาพยนตร์ การ สัมภาษณ์ และเนื้อหาในการเล่าเรื่องใช้รูปแบบใด เช่น เหตุการณ์สมมติ เหตุการณ์จริง หรือ กรณีศึกษา

1.5.3 ความยาวของเนื้อหา การกำหนดความยาวของเนื้อหา จะสัมพันธ์กับช่องทาง การเผยแพร่หลัก เพราะช่องทางการเผยแพร่ แต่ละแพลตฟอร์ม จะมีพฤติกรรมรับรู้ที่แตกต่างกัน ออกไป

1.5.4 โครงสร้างแต่ละตอน เป็นการกำหนดว่า ในแต่ละตอนจะประกอบไปด้วย โครงสร้างอะไรบ้าง เช่น ส่วนนำ (Intro) ส่วนเนื้อหา (Body) ส่วนสรุป (Conclusion)

1.5.5 เทคนิคพิเศษ เป็นขั้นของการออกแบบ ภาพ เสียง กราฟิก การอินเส็จภาพ ข้อความ ในการตัดต่อ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับชม

2. ขั้นตอนการผลิตเนื้อหารายการ

2.1 การประสานงาน ประกอบด้วย การประสานงานผู้ที่จะทำการถ่ายทำ การประสานงานสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำ และส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2 อุปกรณ์การถ่ายทำ การเตรียมอุปกรณ์ในการถ่ายทำ โดยระบุอุปกรณ์ที่จำเป็น

2.3 การถ่ายทำ ขั้นตอนและรูปแบบในการถ่ายทำ

2.4 การตัดต่อลำดับภาพ รูปแบบของการตัดต่อเพื่อเล่าเรื่อง

2.5 การทำเทคนิคพิเศษ การใส่เทคนิคพิเศษ กราฟิก ต่าง ๆ

การสร้างการรับรู้

1. การออกแบบเนื้อหา

การออกแบบเนื้อหา จะต้องคำนึงถึงหลักการสื่อสาร SMCR เบอร์โล่ (1960) โดยเริ่มจาก RMCS คือการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่ามีความต้องการเนื้อหาประเภทใด จากนั้นก็มาออกแบบสารให้สอดคล้องกับสื่อที่เราจะพัฒนา นั่นคือในรูปแบบช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ จากนั้นจึงเลือกแหล่งข้อมูลที่จะทำการผลิตเนื้อหา

2. การออกแบบสื่อ

เป็นการออกแบบรูปแบบที่จะปรากฏในสื่อ ทั้งข้อความ ภาพ ตัวอักษร วิดีโอ จังหวะการนำเสนอ วิธีการเล่าเรื่อง

3. ขั้นตอนการเผยแพร่

รูปแบบการเผยแพร่เนื้อหา โดยอยู่บนพื้นฐานแนวคิดของทฤษฎีการเผยแพร่ข่าวสารของ โรเจอร์ (1995) ในการวิเคราะห์ผู้รับข่าวสาร ลักษณะของข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลาการสื่อสาร

3.1 ช่องทางการเผยแพร่ การกำหนดช่องทางการเผยแพร่หลักและช่องทางการเผยแพร่รอง ซึ่งในแต่ละแพลตฟอร์ม ผู้รับชมจะมีลักษณะการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป

3.2 กำหนดเวลาและความถี่ในการเผยแพร่ การเผยแพร่รายการ สามารถกำหนดได้ 2 รูปแบบคือ 1. กำหนดวันเวลาที่แน่ชัด ในทุก ๆ ตอน 2. กำหนดวันเวลาแบบยืดหยุ่น

3.3 การโปรโมทช่องรายการ การโปรโมทช่องรายการสามารถทำได้หลาย รูปแบบ เช่น การกระตุ้นให้เกิด การแชร์วิดีโอรายการ การทำกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ ตอบคำถาม เล่นเกม การกดไลค์ การแสดงความคิดเห็น ต่าง ๆ หรืออาจจะใช้วิธีการทำการตลาดแบบอื่น เช่น โฆษณา ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น วิทยุ ทิวีสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อนอกบ้านต่าง ๆ รวมไปถึงอาจเป็นกิจกรรมประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ต่าง ๆ

4. ชั้นการประเมินผลลัพธ์

- 4.1 ประเมินความพึงพอใจ
- 4.2 ประเมินจากการปฏิสัมพันธ์ (Engagement)
- 4.3 ประเมินจากผู้ติดตาม

2. รายละเอียดของการสร้างช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีดังนี้

การสร้างช่องรายการ

1. ชั้นเตรียมข้อมูลเบื้องต้น

1.1 ชื่อช่องรายการ

คือ ผู้ประกอบการยุคใหม่

โดยแนวคิด คือเพื่อต้องการสื่อให้เข้าใจได้อย่างชัดเจน เป็นการตั้งชื่อช่องรายการที่เกี่ยวกับเนื้อหารายการ

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

1.3 ประเภทเนื้อหา

เนื้อหาของช่องรายการ ผู้ประกอบการยุคใหม่ ประกอบไปด้วย กรณีศึกษาของผู้ที่ประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ที่จะมาเล่าประสบการณ์ แนวคิด วิธีการต่าง ๆ ในการสร้างธุรกิจของตนเองที่ได้สร้างมา

1.4 กลุ่มเป้าหมาย

ได้แก่ ผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจในยุคใหม่ โดยเน้นไปที่ นิสิต บัณฑิตแรงงาน บุคลากรวัยทำงาน บุคคลทั่วไปในเขต EEC

1.5 รูปแบบการนำเสนอ

1.5.1 ประเภทสื่อ กำหนดให้นำเสนอด้วยวิดีโอเป็นหลัก และมีการถอดแนวคิดที่น่าสนใจมาทำเป็นภาพพร้อมข้อความแนวคิดสั้น ๆ (Motto) เพื่อเสริมในการสื่อสารเพื่อการรับรู้

1.5.2 รูปแบบการเล่าเรื่อง กำหนดให้เป็นรูปแบบรายการสัมภาษณ์ มีพิธีกรถามคำถาม และผู้ถูกสัมภาษณ์ ตอบคำถาม โดยบรรยากาศการให้สัมภาษณ์เป็นแบบไม่เป็นทางการ เล่าเรื่องแบบ สาราคดี

1.5.3 ความยาวของเนื้อหา กำหนดให้แต่ละตอน มีความยาวไม่เกิน 30 นาที พิจารณา จากเนื้อหาสาระที่ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบ โดยเน้นการเล่าเรื่องแบบกระชับตรงประเด็น ดังนั้นบางตอน อาจมีความยาวถึง 30 นาที แต่บางตอนอาจจะมีระยะเวลาไม่ถึง 30 นาที

1.5.4 โครงสร้างแต่ละตอน ในแต่ละตอนกำหนดให้มีสัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏในคลิปคือ มีส่วนนำ (Intro) ประกอบไปด้วย ไฮไลท์ เนื้อหาที่โดดเด่น กราฟิกนำเข้าสู่รายการ (Interlude) ส่วน เนื้อหา (Body) ประกอบไปด้วยคำถามจากพิธีกรในการสัมภาษณ์ ส่วนสรุป (Conclusion) โดย พิธีกรจะเป็นผู้สรุปแนวคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ จากที่ตอบคำถามมา และส่วนกระตุ้นการปฏิสัมพันธ์ (Call to Action) จะเป็นส่วนที่พิธีกรสื่อสารไปยังผู้รับชม ให้ติดตามรายการ และเข้ามาแสดงความ คิดเห็น

1.5.5 เทคนิคพิเศษ การนำเสนอ ในแต่ละตอนจะกำหนดให้มีเทคนิคพิเศษ คือ กราฟิก ในส่วนนำ (Intro) การใส่ข้อความคำถาม (Caption) การใส่ข้อความชื่อตำแหน่งของบุคคล (Lower third) ส่วนรายละเอียดของผู้จัดทำ (Credit)

2. ขั้นตอนการผลิตเนื้อหารายการ

2.1 การประสานงาน ประกอบด้วย การประสานงาน ผู้ให้สัมภาษณ์ ในด้านลักษณะรูปแบบ รายการที่จะนำเสนอ ทั้งแนวทางการตอบคำถาม ระยะเวลาในการตอบคำถามแต่ละข้อ จากนั้น แจ้ง เนื้อหาข้อความที่จะทำการสัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เตรียมเนื้อหาในการตอบคำถาม เพื่อให้ การตอบคำถาม ตอบได้ตรงประเด็นและเฉียบคม ในอีกส่วนหนึ่งคือ ประสานงานสถานที่ที่ใช้ในการ ถ่ายทำ โดยแบ่งเป็น สถานที่ที่จะใช้ในการนั่งถ่ายทำการสัมภาษณ์ และสถานที่ที่จะใช้ในการถ่ายทำ ภาพประกอบ (Footage) โดยสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายสัมภาษณ์ อาจจะเป็นสถานที่จริงของผู้ ประกอบการที่ให้สัมภาษณ์ หรือใช้สถานที่อื่นก็ได้ ส่วนการประสานสถานที่ในการถ่ายทำ ภาพประกอบ เพื่อเป็นการแจ้งให้มีการเตรียมพร้อมสถานที่ในการถ่ายทำ

2.2 อุปกรณ์การถ่ายทำ การเตรียมอุปกรณ์ในการถ่ายทำ ประกอบไปด้วย กล้อง DSLR จำนวน 3 ตัว เป็นกล้องที่ใช้ในการถ่ายภาพกว้าง ทั้งพิธีกรและผู้ให้สัมภาษณ์ กล้องถ่ายเฉพาะพิธีกร และกล้องถ่ายเฉพาะผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดมุมมองที่หลากหลายน่าสนใจ การใช้ไม้ค้ำแบบไร้สาย สำหรับพิธีกรและผู้ให้สัมภาษณ์ การใช้ไฟเพื่อเพิ่มความสว่างจำนวน 2 ตัว เพื่อเพิ่มให้กับพิธีกรและ ผู้ให้สัมภาษณ์ นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ประกอบฉากอื่น ๆ ตามความจำเป็นในแต่ละตอน

2.3 การถ่ายทำ การถ่ายทำ เป็นการถ่ายทำแบบทีเดียวจบ เพื่อให้เกิดการสนทนาที่ลื่นไหล หากมีส่วนไหนที่ผิดพลาดหรือต้องการแก้ไข จะทำการตัดทิ้งในกระบวนการตัดต่อ

2.4 การตัดต่อลำดับภาพ ใช้การตัดต่อลำดับภาพที่รวดเร็ว มีภาพพิธีกรเดี่ยว แบบ Close up และภาพผู้ให้สัมภาษณ์แบบ Close up นอกจากนี้ในขณะที่สัมภาษณ์ จะมีการนำภาพ Close up ของทั้งพิธีกรและผู้ให้สัมภาษณ์ มาร่วมเฟรมภาพกัน เพื่อให้เห็นสีหน้าแววตาของทั้งสอง มีการตัดภาพเปลี่ยนมุมกล้อง โดยแต่ละมุมภาพจะเล่นไม่เกิน 15 วินาที จากนั้นจะถูกเปลี่ยนมุมภาพ เพื่อให้การเล่าเรื่องน่าสนใจ มีการใส่กราฟิก ข้อความ และเทคนิคเปลี่ยนภาพในกระบวนการตัดต่อ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจแก่ผู้รับชม

3. ขั้นตอนการเผยแพร่

เผยแพร่ทางช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ เฟซบุ๊ก และ ยูทูป โดยทางเฟซบุ๊ก สร้างเป็น เฟซบุ๊กแฟนเพจ จากนั้น ทำการประชาสัมพันธ์ เชิญชวนกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามารับชมเนื้อหารายการ และกดติดตามช่องรายการในแต่ละแพลตฟอร์ม

4. ขั้นตอนการประเมินผลลัพธ์

การประเมินผลลัพธ์ แบ่งเป็น การประเมินคุณภาพรูปแบบช่องรายการ ที่ทำการประเมิน ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ และการประเมินความพึงพอใจจากผู้ที่ได้รับชมรายการผ่านช่องรายการสร้างการรับรู้

การสร้างการรับรู้

1. การออกแบบเนื้อหา

เนื้อหาที่ช่องรายการทำการนำเสนอคือ การดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยวิเคราะห์การสื่อสารด้วยหลักการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล่ (1960) คือ ผู้รับสาร คนรุ่นใหม่ Gen Z และผู้ที่สนใจในการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ การออกแบบสารหรือเนื้อหา จะต้องครอบคลุมไปด้วย (1) วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (2) ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการธุรกิจ และแนวทางแก้ปัญหา (3) การมองโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ (4) การบริหารจัดการเรื่องการเงิน การหาแหล่งทุน (5) วิธีการหาไอเดียธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการใหม่ (6) รายได้และความคุ้มค่าในการดำเนินการธุรกิจให้ยั่งยืน มุมมองความคิดของผู้ประกอบการที่ได้ ตกตะกอนความคิด เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจและกำลังเริ่มต้นในการที่จะมาเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ การใช้สื่อ จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สื่อหลักที่ใช้ คือ เฟซบุ๊ก และรองลงมาคือ ยูทูป การคัดเลือกผู้ประกอบการที่จะมาเป็นกรณีศึกษา ในการถ่ายทอดเรื่องราว โดยเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจ ที่ได้มีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามถึงความสนใจ ซึ่งได้แก่ (1) ผู้ประกอบการร้านกาแฟ และเบเกอรี่ (2) ผู้ประกอบการร้านอาหาร (3) ผู้ประกอบการรับจ้างผลิต (OEM) (4) ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ (5) ผู้ประกอบการสัตว์เลี้ยง (6) ผู้ประกอบการด้านความงาม/สุขภาพ

2. การออกแบบสื่อ

รายการจำนวน 6 ตอน มีรูปแบบการนำเสนอแบบสัมภาษณ์ ในรูปแบบกรณีศึกษา (Case Study) ที่จะมานำเสนอเนื้อหา ครอบคลุมไปด้วย (1) วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (2) ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการธุรกิจ และแนวทางแก้ปัญหา (3) การมองโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ (4) การบริหารจัดการเรื่องการเงิน การหาแหล่งทุน (5) วิธีการหาไอเดียธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการใหม่ (6) รายได้และความคุ้มค่าในการดำเนินการธุรกิจให้ยั่งยืน มุมมองความคิดของผู้ประกอบการที่ได้ตกตะกอนความคิด เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจและกำลังเริ่มต้นในการที่จะมาเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยมีพิธีกรทำการสัมภาษณ์ ความยาว ไม่เกิน 30 นาทีต่อตอน ขึ้นอยู่กับสาระของการสัมภาษณ์ โดยคำนึงถึงเนื้อหาสาระที่สั้นกระชับ ตรงประเด็น เข้าใจง่าย เป็นหลัก จึงไม่มีการระบุระยะเวลาของแต่ละตอนที่แน่ชัด เพียงแค่มีการควบคุมความยาวไม่ให้เกิน 30 นาที ซึ่งจากการออกแบบโครงสร้างของคำถามที่เป็นเนื้อหาสาระของการสัมภาษณ์ และประมาณการการตอบคำถามของผู้ให้สัมภาษณ์นั้น ระยะเวลาของคลิปที่มีความยาวไม่เกิน 30 นาที ถือว่าอยู่ในสมมติฐานใจที่ผู้รับชม สามารถรับรู้ได้จนจบตอน

รูปแบบการตัดต่อลำดับภาพ ใช้การตัดต่อลำดับภาพที่รวดเร็ว มีภาพพิธีกรเดี่ยว แบบ Close up และภาพผู้ให้สัมภาษณ์แบบ Close up นอกจากนี้ในขณะที่สัมภาษณ์ จะมีการนำภาพ Close up ของทั้งพิธีกรและผู้ให้สัมภาษณ์ มาร่วมเฟรมภาพกัน เพื่อให้เห็นสีหน้าแววตาของทั้งสอง มีการตัดภาพเปลี่ยนมุมมองกล้อง โดยแต่ละมุมภาพจะเล่นไม่เกิน 15 วินาที จากนั้นจะถูกเปลี่ยนมุมภาพ เพื่อให้การเล่าเรื่องน่าสนใจ มีการใส่กราฟิก ข้อความ และเทคนิคเปลี่ยนภาพในกระบวนการตัดต่อ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจแก่ผู้รับชม โดยการจัดวางขนาดรูปภาพ ตัวอักษรจะคำนึงถึงการรับชมโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นหลัก เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่มีการใช้งานเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ได้รับคามนิยมเป็นอันดับหนึ่ง จากการสำรวจจากแบบสอบถาม

3. การเผยแพร่

รูปแบบการเผยแพร่ ได้ทำการวิเคราะห์ลักษณะของแพลตฟอร์มออนไลน์ คือ เฟซบุ๊ก และยูทูป ที่ผู้สนใจรับชมจะเข้ารับชมด้วยความสนใจเฉพาะ กำหนดการเผยแพร่แต่ละตอน ไม่ได้กำหนดตายตัวว่าต้องต้องเป็นวันเวลาใด เนื่องจากลักษณะเนื้อหาไม่ได้มีความเป็นปัจจุบันเร่งด่วนในการรับชม เมื่อพิจารณาร่วมกับพฤติกรรมกรรับชมของกลุ่มเป้าหมาย การเผยแพร่จึงเว้นระยะในการเผยแพร่แต่ละตอนไม่เกิน 2 สัปดาห์ และไม่ระบุเวลาในการโพสต์เผยแพร่ โดยในกระบวนการเผยแพร่นี้ อยู่บนพื้นฐานแนวคิดของทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม ของโรเจอร์ (1995) ในการวิเคราะห์ผู้รับนวัตกรรม ลักษณะของนวัตกรรม ช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลาการสื่อสาร ดังนั้น การเผยแพร่นี้ จะสามารถสื่อสารสร้างการรับรู้ และเกิดการเผยแพร่ บอกต่อให้เกิดการขยายไปในวงกว้างถึงผู้ที่สนใจในเนื้อหาการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

การออกแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ นั้น ได้มีการพัฒนามาจากผลการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยเอาผลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อออกแบบในแต่ละกระบวนการ

2. ผลการผลิตการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลที่ได้จาก ระยะที่ 1 มาผลิต การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 6 เรื่อง มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านกาแฟ



ภาพที่ 3 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS

(กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่ไม่หายไปตามกาลเวลา)

LINK : <https://www.youtube.com/watch?v=UbNEdoy3zHA>



QR Code รายการ NEWGEN BUSINESS

(กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่ไม่หายไปตามกาลเวลา)

2. ผู้ประกอบการร้านขนมโมจิ 9 ไร่



ภาพที่ 4 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS
(ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ)

LINK : <https://www.youtube.com/watch?v=UfcpoAWclOM>



QR Code รายการ NEWGEN BUSINESS
(ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ)

3. ผู้ประกอบการแคมป์ปิ้ง ย่ำเต็ง Homestay



ภาพที่ 5 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS
(การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กนิเทศน์สู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่ำเต็ง Homestay)

LINK : <https://www.youtube.com/watch?v=5AeMNTQj3LE>



QR Code รายการ NEWGEN BUSINESS
(การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กนิเทศน์สู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่ำเต็ง Homestay)

4. ผู้ประกอบการผู้ผลิต SparePart



ภาพที่ 6 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS
(การต่อสู้ของพี่มู๋ผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่)

LINK : <https://www.youtube.com/watch?v=wHCSM5QNjX4>



QR Code รายการ NEWGEN BUSINESS
(การต่อสู้ของพี่มู๋ผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่)

5. ผู้ประกอบการร้านอาหาร



ภาพที่ 7 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS
(เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ้อตเจ้าของร้าน ส้มตำ อวตี่ ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี้)

LINK : <https://www.youtube.com/watch?v=qZzolDsxBlS>



QR Code รายการ NEWGEN BUSINESS
(เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ้อตเจ้าของร้าน ส้มตำ อวตี่ ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี้)

6. ผู้ประกอบการผลิตสื่อเพื่อการโฆษณา



ภาพที่ 8 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS
(คุยกับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE)

LINK : <https://www.youtube.com/watch?v=C9Cy82oQ-IU>



QR Code รายการ NEWGEN BUSINESS
(คุยกับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE)

รูปแบบ VDO คอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้

VDO คอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้แบบ สารคดีอัตชีวประวัติ รูปแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การบรรยายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคนต้นแบบ สัมภาษณ์ และเล่าเรื่องเบื้องหลังความสำเร็จ



ภาพที่ 9 ภาพรายการ NEWGEN BUSINESS

3. ระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหา

ระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหาขึ้นอยู่กับเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ความยาวไม่เกิน 30 นาที

4. แพลตฟอร์มการรับชม

4.1 Facebook ผู้ประกอบการยุคใหม่ ใช้เป็นตัวกลางติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม VDO สารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

facebook.com/profile.php?id=100092707516874&locale...



ภาพที่ 10 ภาพหน้าปก Facebook ผู้ประกอบการยุคใหม่

LINK : https://www.facebook.com/profile.php?id=100092707516874&locale=th_TH



QR Code Facebook ผู้ประกอบการยุคใหม่

4.2 YouTube ผู้ประกอบการยุคใหม่ ใช้ในการบันทึกเก็บรายการและเพื่อการเผยแพร่การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 6 เรื่อง

LINK : <https://www.youtube.com/@Newgenentre>

4.3 Tiktok ผู้ประกอบการยุคใหม่ ใช้ในการสื่อสารด้วยโฆษณา หรือข้อมูลสั้น เพื่อจูงใจให้กลุ่มเป้าหมาย เข้ามารับชมรายการฉบับเต็มในช่องทางการสื่อสารหลัก คือ Facebook และ Youtube และเกิดการติดตาม

LINK : <https://www.tiktok.com/@newgenentre>

ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

1. ผลการประเมินคุณภาพ รูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีดังนี้

ตารางที่ 16 การประเมินคุณภาพรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1.เนื้อหาในรายการนำเสนอที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย ครอบคลุม ทุกประเด็น	4.67	0.58	เหมาะสมมาก ที่สุด
2.การจัดลำดับเนื้อหาในรายการเป็นหมวดหมู่ เชื่อมโยงเหตุการณ์เริ่มต้นไปจนถึงภาพความสำเร็จ แต่ละช่วงเหตุการณ์มีความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กัน	4.67	0.58	เหมาะสมมาก ที่สุด
3.เนื้อหาในรายการมีปริมาณเหมาะสมกับระยะเวลา ในการนำเสนอ ในแต่ละตอน	4.67	0.58	เหมาะสมมาก ที่สุด
4.เสียงในรายการมีความชัดเจน	4.67	0.58	เหมาะสมมาก ที่สุด
5.การจัดลำดับภาพและเสียงในรายการมีความ สัมพันธ์กัน	4.33	0.58	เหมาะสมมาก
6.การใช้เทคนิคการเปลี่ยนภาพในรายการคงเส้นคง วาทำให้การนำเสนอที่น่าสนใจ	4.67	0.58	เหมาะสมมาก ที่สุด
7.การใช้กราฟิกในรายการทำให้เข้าใจง่ายและทำให้ การนำเสนอที่น่าสนใจมากขึ้น	4.33	0.58	เหมาะสมมาก
8.สื่อประกอบในรายการสามารถถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจและเสนอตัวอย่างให้เห็นภาพได้อย่าง ชัดเจน	4.67	0.58	เหมาะสมมาก
9.สื่อที่ใช้นำเสนอในรายการ ทำให้ทราบหลักการ สำคัญ ในแต่ละเรื่องได้อย่างถูกต้อง และ ตรงกับความต้องการของผู้ชม	4.67	0.58	เหมาะสมมาก ที่สุด
10.สื่อในรายการทำให้ผู้ชมเห็นภาพรวมชัดเจนใน การนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจต่อไปได้	4.33	0.58	เหมาะสมมาก
รวม	4.57	0.58	เหมาะสมมาก ที่สุด

จากตาราง ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในเกณฑ์ “เหมาะสมมากที่สุด”

ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

1. ผลการเผยแพร่และการประเมินความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่จะไม่หายไปตามกาลเวลา

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1.ช่องรายการฯเผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ	4.66	0.60	ระดับมากที่สุด
2.ช่องรายการฯมีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำให้น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ	4.56	0.62	ระดับมากที่สุด
3.ช่องรายการฯเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุกประเด็นตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ	4.66	0.48	ระดับมากที่สุด
4.ช่องรายการฯสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	4.66	0.60	ระดับมากที่สุด
5.ช่องรายการฯมีแฮกรับเชิญที่หลากหลาย นำเสนอธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้	4.56	0.62	ระดับมากที่สุด

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
6.ช่องรายการฯสามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สนใจได้	4.34	0.65	ระดับมาก
7.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.63	0.55	ระดับมากที่สุด
8.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้	4.69	0.64	ระดับมากที่สุด
9.ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน	4.47	0.72	ระดับมาก
10.ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง	4.34	0.79	ระดับมาก
รวม	4.56	0.63	ระดับมากที่สุด

จากตาราง คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่จะไม่หายไปตามกาลเวลา พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.56 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1.ช่องรายการฯเผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ	4.56	0.62	ระดับมากที่สุด
2.ช่องรายการฯมีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำให้น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ	4.44	0.62	ระดับมาก

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
3.ช่องรายการฯเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุกประเด็นตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ	4.50	0.62	ระดับมาก
4.ช่องรายการฯสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	4.59	0.61	ระดับมากที่สุด
5.ช่องรายการฯมีแขกรับเชิญที่หลากหลาย นำเสนอธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้	4.41	0.76	ระดับมาก
6.ช่องรายการฯสามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สนใจได้	4.44	0.67	ระดับมาก
7.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.38	0.79	ระดับมาก
8.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้	4.66	0.60	ระดับมากที่สุด
9.ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน	4.47	0.67	ระดับมาก
10.ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง	4.66	0.65	ระดับมากที่สุด
รวม	4.51	0.66	ระดับมากที่สุด

จากตาราง คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.51 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กกนิเทศน์สู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่าเต่ง Homestay

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1.ช่องรายการฯเผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ	4.56	0.56	ระดับมากที่สุด
2.ช่องรายการฯมีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำให้น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ	4.53	0.57	ระดับมากที่สุด
3.ช่องรายการฯเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุกประเด็นตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ	4.44	0.76	ระดับมากที่สุด
4.ช่องรายการฯสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	4.72	0.52	ระดับมากที่สุด
5.ช่องรายการฯมีแชนแนลเชิญที่หลากหลาย นำเสนอธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้	4.50	0.67	ระดับมากที่สุด
6.ช่องรายการฯสามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สนใจได้	4.38	0.75	ระดับมากที่สุด
7.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.44	0.67	ระดับมากที่สุด
8.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้	4.56	0.67	ระดับมากที่สุด
9.ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน	4.53	0.72	ระดับมากที่สุด
10.ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง	4.75	0.57	ระดับมากที่สุด
รวม	4.54	0.65	ระดับมากที่สุด

จากตาราง คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กนิเทศสู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่าเต่ง Homestay พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.54 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การต่อสู้ของพี่มูยผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1.ช่องรายการฯเผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ	4.59	0.50	ระดับมากที่สุด
2.ช่องรายการฯมีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำให้น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ	4.50	0.62	ระดับมากที่สุด
3.ช่องรายการฯเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุกประเด็นตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ	4.41	0.71	ระดับมากที่สุด
4.ช่องรายการฯสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	4.63	0.61	ระดับมากที่สุด
5.ช่องรายการฯมีแฮกรับเชิญที่หลากหลาย นำเสนอธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้	4.53	0.62	ระดับมากที่สุด
6.ช่องรายการฯสามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สนใจได้	4.50	0.72	ระดับมากที่สุด
7.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.53	0.72	ระดับมากที่สุด
8.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้	4.69	0.54	ระดับมากที่สุด
9.ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน	4.38	0.71	ระดับมากที่สุด
10.ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง	4.47	0.72	ระดับมากที่สุด
รวม	4.52	0.65	ระดับมากที่สุด

จากตาราง คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การต่อสู้ของพี่มูยผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.52 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ๊อดเจ้าของร้าน ส้มตำ อ่าวดี ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี้

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1.ช่องรายการฯเผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ	4.66	0.48	ระดับมากที่สุด
2.ช่องรายการฯมีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำให้น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ	4.66	0.48	ระดับมากที่สุด
3.ช่องรายการฯเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุกประเด็นตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ	4.56	0.50	ระดับมากที่สุด
4.ช่องรายการฯสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	4.66	0.48	ระดับมากที่สุด
5.ช่องรายการฯมีแชนแนลที่หลากหลาย นำเสนอธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้	4.78	0.42	ระดับมากที่สุด
6.ช่องรายการฯสามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สนใจได้	4.53	0.62	ระดับมากที่สุด
7.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.59	0.56	ระดับมากที่สุด
8.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้	4.75	0.44	ระดับมากที่สุด
9.ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน	4.59	0.50	ระดับมากที่สุด

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
10.ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง	4.56	0.50	ระดับมากที่สุด
รวม	4.63	0.50	ระดับมากที่สุด

จากตาราง คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ้อดเจ้าของร้าน ส้มตำ อวตี่ ส้มตำที่กระแสนแรงสุดๆตอนนี้ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน คุยกับอินฟลูเอนเซอร์ที่ ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1.ช่องรายการฯเผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ	4.53	0.51	ระดับมากที่สุด
2.ช่องรายการฯมีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำให้น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ	4.53	0.51	ระดับมากที่สุด
3.ช่องรายการฯเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุกประเด็นตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ	4.44	0.56	ระดับมากที่สุด
4.ช่องรายการฯสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	4.66	0.55	ระดับมากที่สุด
5.ช่องรายการฯมีแขกรับเชิญที่หลากหลาย นำเสนอธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้	4.56	0.56	ระดับมากที่สุด
6.ช่องรายการฯสามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สนใจได้	4.38	0.61	ระดับมากที่สุด

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
7.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.63	0.55	ระดับมากที่สุด
8.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้	4.75	0.51	ระดับมากที่สุด
9.ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน	4.59	0.56	ระดับมากที่สุด
10.ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง	4.63	0.49	ระดับมากที่สุด
รวม	4.57	0.54	ระดับมากที่สุด

จากตาราง คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน คุยกับอินฟลูเอนเซอร์ ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รวมทุกตอน

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1.ช่องรายการฯ เผยแพร่ไว้หลายแพลตฟอร์มทำให้เข้าชมได้อย่างสะดวก ตามความต้องการ	4.59	0.51	ระดับมากที่สุด
2.ช่องรายการฯ มีรูปแบบนำเสนอที่หลากหลายทำให้น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ	4.53	0.51	ระดับมากที่สุด
3.ช่องรายการฯ เสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมทุกประเด็นตรงสิ่งที่อยากรู้ในการทำธุรกิจ	4.50	0.72	ระดับมากที่สุด
4.ช่องรายการฯ สามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	4.65	0.48	ระดับมากที่สุด

รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ		ความหมาย
	\bar{X}	SD	
5.ช่องรายการฯมีแฮกรับเชิญที่หลากหลาย นำเสนอธุรกิจหลากหลายประเภท นำไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้	4.56	0.56	ระดับมากที่สุด
6.ช่องรายการฯสามารถนำเสนอประเด็นธุรกิจที่สำคัญในการทำธุรกิจได้ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดค้นคว้าให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สนใจได้	4.43	0.56	ระดับมากที่สุด
7.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.53	0.51	ระดับมากที่สุด
8.ช่องรายการฯ ใช้สื่อมีความน่าสนใจกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ นำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดได้	4.68	0.54	ระดับมากที่สุด
9.ช่องรายการฯ เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีเนื้อหาทันสมัยในการทำธุรกิจ เข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบัน	4.50	0.72	ระดับมากที่สุด
10.ช่องรายการฯ สามารถสร้างการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจการทำธุรกิจ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง	4.56	0.56	ระดับมากที่สุด
รวม	4.56	0.56	ระดับมากที่สุด

จากตาราง คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รวมทุกตอน จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมรับชมและตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งหมด 359 คน พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

บทที่ 4

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (Discussion & Conclusion)

การวิจัยเรื่อง การทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ดำเนินการภายใต้ระเบียบวิธีวิจัยในลักษณะรูปแบบวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ (2) เพื่อจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 4 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ การทำช่องรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนเตรียมการทำช่องรายการ

ระยะที่ 2 จัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

สรุปผลการวิจัย

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 บันทึก

เทพโดยแขกรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์ (8) ความต้องการความยาวของรายการในแต่ละครั้ง คือ 20-30 นาที (9) ความต้องการการผลิต VDO ของเนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ คือ วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (10) ความต้องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ คือ ประเภทผู้ประกอบการ ร้านกาแฟและเบเกอรี่

2. ผลการจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ โดยขั้นตอนการสร้างช่องรายการประกอบไปด้วย การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นของช่องรายการ การผลิตเนื้อหารายการ การเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ ส่วนการสร้างการรับรู้ประกอบไปด้วย การออกแบบเนื้อหา การออกแบบสื่อ และการเผยแพร่

ผลผลิตของการพัฒนาช่องรายการประกอบไปด้วย ช่องรายการที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ 3 ช่องทาง คือ Facebook Youtube และ Tiktok เนื้อหารายการประกอบไปด้วย 6 เรื่อง คือ (1) กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่ไม่หายไปตามกาลเวลา ZX (2) ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ (3) การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กนิเทศ สู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่าเต่ง Homestay (4) การต่อสู้ของพี่มู๋ผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่ (5) เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ้อตเจ้าของร้าน ส้มตำ อาวดี ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี่ (6) คู่กับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVEN IMAGE

ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในเกณฑ์ “เหมาะสมมากที่สุด”

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ (1) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่ไม่หายไปตามกาลเวลา พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.56 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (2) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.51 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (3) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กนิเทศสู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่าเต่ง Homestay พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.54 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (4) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้าง

การรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การต่อสู้ของพี่มู๋ผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.52 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (5) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่ออดเจ้าของร้าน ส้มตำ อ่าวดี ส้มตำที่กระแสรแรงสุดๆตอนนี้ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (6) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน คุยกับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์รัชชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” และค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของทุกตอน คือ 4.57 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ทำให้เห็นพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแพลตฟอร์มออนไลน์ 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 มักใช้ระยะเวลาในการเข้ารับชมแต่ละครั้งประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง ช่วงค่าเวลาประมาณ 19.00 – 21.59 น. ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาช่วงเย็น หลังเลิกงานที่ต่อเนื่องกัน ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน อยู่ที่ 6-8 ชั่วโมง ซึ่งให้เห็นว่าในหนึ่งวัน กลุ่มเป้าหมายใช้เวลาไปกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็น 1 ใน 3 ของวัน อุปกรณ์ที่เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด ก็ยังเป็น โทรศัพท์มือถือ ซึ่งสอดคล้องการศึกษาของ ชิดชนก สิทธิคงศักดิ์ และคณะ (2567) ซึ่งสามารถชี้ให้เห็นว่า การออกแบบเนื้อหาในทางการออกแบบภาพควรจะต้องรองรับและเหมาะสมกับการใช้งานบนขนาดหน้าจอโทรศัพท์มือถือมาเป็นอันดับแรก รูปแบบ VDO คอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คือ สัมภาษณ์และตอบคำถามต่าง ๆ เป็นรูปแบบที่มีความต้องการในการรับชม ซึ่งให้เห็นว่า การเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ชอบเรียนจากการพูดคุย มากกว่าการฟังจากการบรรยาย และระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหาที่กลุ่มเป้าหมาย คิดว่าเหมาะสมในการรับแต่ละครั้ง คือ 11-15 นาทีต่อเรื่อง ความต้องการรูปแบบรายการในการสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คือ บันทึกเทปโดยแขกรับเชิญให้พิธีกรสัมภาษณ์ ความต้องการความยาวของรายการในแต่ละครั้ง คือ

20-30 นาที ความต้องการการผลิต VDO ของเนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ คือ วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และความต้องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ คือ ประเภทผู้ประกอบการร้านค้าแพและเบเกอร์รี่ ซึ่งทั้งหมดนี้ ชี้ให้เห็นพฤติกรรมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย ที่จะมีผลต่อการเลือกเนื้อหา ออกแบบวิธีการนำเสนอ และออกแบบการเผยแพร่ การสื่อสารในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ และได้รับการยอมรับ แพร่ขยายออกไป ซึ่งก็หมายถึงกลยุทธ์ของการสร้างช่องรายการเพื่อสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับ กมลชนก โตยบุตร และคณะ (2564) ที่ได้ศึกษารูปแบบ กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลของยูทูบเบอร์ : กรณีศึกษายูทูบช่อง Chompoo Sangchan พบว่า กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาของยูทูบเบอร์บนสื่อดิจิทัลสามารถแบ่งเป็นทั้งหมด 4 กลยุทธ์คือ กลยุทธ์ด้านเนื้อหา กลยุทธ์การดึงดูดให้ผู้ชมติดตาม กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์ด้านการโฆษณา รูปแบบการเล่าเรื่องบนสื่อดิจิทัลของยูทูบเบอร์ มีรูปแบบการเล่าเรื่องแบบเรียบง่าย มีความบันเทิง สอดแทรกด้วยความรู้ ประสบการณ์ของเจ้าของช่อง อีกทั้งสิ่งที่จะทำให้เกิดการติดตามและบอกต่อในการเผยแพร่การรับชมนั้น ไปรยา อรรถนิษฐ์ (2562) ระบุว่า วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ที่มีเนื้อหาตลก เนื้อหาที่กำลังอยู่ในกระแสทุกคนกำลังกล่าวถึง วิธีการถ่ายทำสวยและมีคุณภาพ เนื้อหาที่แปลกตาและเป็นรูปแบบการถ่ายทำมุมกล้องแปลกใหม่ เพลงประกอบที่รู้สึกพอใจ ส่วน กิยรติคุณ เยาวรัตน์ (2560) ระบุว่า กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอที่จะมีผลต่อการรับชมที่ดี การสร้างภาพปกคลิปวิดีโอ และการตั้งชื่อคลิปวิดีโอ ก็เป็นส่วนแรกที่จะดึงดูดให้เกิดการรับชม ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญมากด้วยเช่นกัน

2. ผลการจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ โดยขั้นตอนการสร้างช่องรายการประกอบไปด้วย การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นของช่องรายการ การผลิตเนื้อหารายการ การเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ ส่วนการสร้างการรับรู้ประกอบไปด้วย การออกแบบเนื้อหา การออกแบบสื่อ และการเผยแพร่ ซึ่งขั้นตอนการสร้างจะแบ่งออกเป็น สองทางคู่ขนานกัน คือ การสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ และทั้งสองทางนี้จะมาบรรจบกันในเรื่องของการเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ นั่นชี้ให้เห็นว่า การสร้างช่องรายการที่เป็นการสร้างช่องรายการผ่านแพลตฟอร์ม การกำหนดสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนการผลิตรายการ จะต้องทำคู่ขนานไปกับการออกแบบการสร้างการรับรู้ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ จนมาถึงเรื่องของการเผยแพร่ ที่เป็นการแพร่ข่าวสาร จึงใช้แนวคิดทฤษฎีการแพร่ข่าวสารของโรเจอร์ (1995) เป็นฐานในการออกแบบในแต่ละขั้นตอน เผยให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ ยอมรับนวัตกรรม และส่งต่อนวัตกรรมออกไปในวงกว้างมากขึ้น และสุดท้ายในการประเมินผลลัพธ์ ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในเกณฑ์ “เหมาะสมมากที่สุด” เนื่องจากมีการออกแบบช่องรายการและสร้างเนื้อหารายการ บนพื้นฐาน

แนวความคิดการสื่อสารของเบอร์โลว์ (1960) ทฤษฎีการแพร่พันธุ์กรรมของโรเจอร์ (1995) และออกแบบตามข้อมูลที่ได้เก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยภาพรวม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยจะมี ตอน เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่ออดเจ้าของร้าน ส้มตำ อวดี ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 สูงกว่าทุกตอน นั่นเป็นเพราะ ความมีชื่อเสียงของผู้ให้การสัมภาษณ์ มีผลต่อการติดตามรับชมรายการ เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์จะมีผู้ติดตามอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นชี้ให้เห็นว่า การสร้างเนื้อหารายการโดยนำคนที่มีชื่อเสียงมาถ่ายทอดเรื่องราว สามารถสร้างการรับรู้ ได้มากกว่าบุคคลธรรมดาทั่วไป นอกจากนี้ การนำเสนอเรื่องราวกรณีศึกษาธุรกิจที่กำลังมีชื่อเสียงอยู่ในขณะนั้น ก็สามารถสร้างความสนใจในการรับชม ที่เป็นการสร้างการรับรู้ได้ดีอีกด้วยเช่นกัน

การประยุกต์ใช้ผลงานวิจัย

ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ทำให้เห็นพฤติกรรมกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบหรือกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารในด้านต่าง ๆ ได้

ผลการจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ ซึ่งสามารถเป็นรูปแบบ ตัวอย่าง และแนวทาง สำหรับผู้ที่จะสร้างช่องรายการต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพได้

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ คือสิ่งการันตีผลการดำเนินงานของการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ว่าสามารถสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการสร้างช่องรายการในแพลตฟอร์มอื่น ๆ เพื่อหาผลลัพธ์ รูปแบบการสื่อสารที่จะสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ในเฉพาะกลุ่ม
2. ควรศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ กับ เนื้อหาประเภทอื่น ๆ

บทที่ 5

ผลผลิต/ผลลัพธ์/ผลกระทบ (Output/Outcome/Impact)

1. ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง

1.1 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) ความต้องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ คือ ประเภทผู้ประกอบการ ร้านกาแฟและเบเกอรี่

1.2 ผลการจัดทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้รูปแบบการสร้างช่องรายการและการสร้างการรับรู้ โดยขั้นตอนการสร้างช่องรายการประกอบไปด้วย การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นของช่องรายการ การผลิตเนื้อหารายการ การเผยแพร่ และการประเมินผลลัพธ์ ส่วนการสร้างการรับรู้ประกอบไปด้วย การออกแบบเนื้อหา การออกแบบสื่อ และการเผยแพร่

ผลผลิตของการพัฒนาช่องรายการประกอบไปด้วย ช่องรายการที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ 3 ช่องทาง คือ Facebook Youtube และ Tiktok เนื้อหารายการประกอบไปด้วย 6 เรื่อง คือ (1) กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิคที่จะไม่หายไปตามกาลเวลา ZX (2) ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านกาแฟโมจิที่ไม่เคยท้อ (3) การเดินทางของพี่ตุ๊กตา จากเด็กนิเทศ สู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ping ย่าเต่ง Homestay (4) การต่อสู้ของพี่มั๊ยผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่ (5) เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ้อตเจ้าของร้าน ส้มตำ อวตี่ ส้มตำที่กระแสรแรงสุด ๆ ตอนนี้อยู่ (6) คู่กับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์ วรชาติ ผู้บริหาร SEVEN IMAGE

ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในเกณฑ์ “เหมาะสมมากที่สุด”

1.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ (1) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่จะไม่หายไปตามกาลเวลา พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.56 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (2) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน ก้าวไปข้างหน้ากับเสาวนิตย์ โมจิ 9 ไร่ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยท้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.51 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (3) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การเดินทางของพี่ตุ๊กตาจากเด็กนิเทศน์สู่เจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ย่าเต่ง Homestay พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.54 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (4) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน การต่อสู้ของพี่มั๊ยผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิต SparePart รายใหญ่ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.52 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (5) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่อ้อตเจ้าของร้าน ส้มตำ อาวดี ส้มตำที่กระแสรแรงสุดๆตอนนี้ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” (6) คะแนนความพึงพอใจต่อการทำช่องรายการสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ตอน คุยกับอินฟลูสายไอที ดีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 อยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด”

2. ผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง (Output) โดยข้อมูลนี้ต้องสอดคล้องกับข้อเสนอการวิจัย (Proposal) ที่ได้เสนอกับแหล่งทุน

ผลผลิต	จำนวน นำส่ง/ หน่วยนับ	รายละเอียด ผลผลิต	ปีที่ นำส่ง ผลผลิต	% ความก้าวหน้า การดำเนินงาน	ผลผลิตที่ เกิดขึ้น จริง	เชิง คุณภาพ	หลักฐาน/ เอกสาร ประกอบ

ประเภทของผลผลิตและคำจำกัดความ (Type of Outputs and Definition)

1. นิยามของผลผลิต คือ ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการวิจัยที่ได้รับการจัดสรรทุนวิจัย ผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม โดยเป็นผลที่เกิดขึ้นทันทีเมื่อจบโครงการ และเป็นผลโดยตรงจากการดำเนินโครงการ ทั้งนี้ หน่วยงานจะต้องนำส่งภายใน 2 ปีงบประมาณ
2. ประเภทของผลผลิต ประกอบด้วย 10 ผลผลิต ตามตารางดังนี้

ประเภทของผลผลิต (Type of Outputs)	คำจำกัดความ (Definition)
1. กำลังคน หรือหน่วยงาน ที่ได้รับการพัฒนาทักษะ	กำลังคนหรือหน่วยงานเป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาจากโครงการ วรรณ. โดยนับเฉพาะคนหรือ หน่วยงานที่เป็นเป้าหมายของโครงการนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นโครงการในรูปแบบทุนการศึกษา การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ หรือการดำเนินการในรูปแบบอื่นที่ระบุไว้ในโครงการ
2. ต้นฉบับบทความวิจัย (Manuscript)	งานเขียนทางวิชาการ ซึ่งมีการกำหนดประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ต้องมีการวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวตามหลักวิชาการ โดยมีการสำรวจวรรณกรรมเพื่อสนับสนุน จนสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ในประเด็นนั้นได้ มีการแสดงผลหรือที่มาของประเด็นที่ ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์ กระบวนการอธิบายและวิเคราะห์และบทสรุป มีการอ้างอิงและบรรณานุกรมที่ครบถ้วนและสมบูรณ์วารสารการวิจัยนั้นอาจเผยแพร่เป็นรูปเล่มสิ่งพิมพ์หรือ เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งต้นฉบับบทความวิจัย (Manuscript) ได้แก่ Proceeding ระดับชาติ, Proceeding ระดับนานาชาติ, บทความในประเทศ และบทความต่างประเทศ
3. หนังสือ	ข้อมูลงานวิจัยในรูปแบบหนังสือ ตำรา หรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ทั้งระดับชาติและ นานาชาติ โดยจะต้องผ่านกระบวนการ Peer review ประกอบด้วย 3.1 บางบทของหนังสือ (Book Chapter)

ประเภทของผลผลิต (Type of Outputs)	คำจำกัดความ (Definition)
	3.2 หนังสือทั้งเล่ม (Whole book) 3.3 เอกสาร/หนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อย่างครบถ้วน (Monograph)
4. ต้นแบบผลิตภัณฑ์ หรือ เทคโนโลยี/กระบวนการใหม่ หรือนวัตกรรมทางสังคม	<p>ผลงานที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ เทคโนโลยีใหม่/ กระบวนการใหม่ หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หรือเทคโนโลยี/ กระบวนการให้ดีขึ้นกว่าเดิม รวมถึงสื่อสร้างสรรค์ สื่อสารคดีเพื่อการเผยแพร่ สื่อออนไลน์ แอปพลิเคชัน / Podcast / กิจกรรม / กระบวนการ เพื่อสร้างการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และ/หรือ การตระหนักรู้ต่าง ๆ</p> <p>4.1 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง ต้นแบบในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการทดสอบก่อน สิ่งผลิตจริง ที่พัฒนาขึ้นจากกระบวนการวิจัย พัฒนา หรือการปรับปรุงกระบวนการเดิมด้วยองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทั้งในระดับห้องปฏิบัติการ ระดับภาคสนาม ระดับ อุตสาหกรรม</p> <p>4.2 เทคโนโลยี/กระบวนการใหม่ หมายถึง กรรมวิธีขั้นตอน หรือเทคนิค ที่พัฒนาขึ้นจาก กระบวนการวิจัย พัฒนา หรือการปรับปรุงกระบวนการเดิมด้วยองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี</p> <p>4.3 นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) หมายถึง การประยุกต์ใช้ ความคิดใหม่ และ เทคโนโลยีที่เหมาะสม ในการยกระดับคุณภาพชีวิต ชุมชน และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่ความ เท่าเทียมกันในสังคม และสามารถลดปัญหาความเหลื่อมล้ำได้</p> <p>อย่างเป็นรูปธรรม ตัวอย่างเช่น หลักสูตรอบรมปฏิบัติการเพื่อพัฒนานักวิจัย, หลักสูตรพื้นฐานเพื่อพัฒนาอาชีพใหม่ในรูปแบบ Reskill หรือ Upskill) หลักสูตรการเรียนการสอน, หลักสูตรบัณฑิตพันธุ์ใหม่ หลักสูตรการผลิต ครู เป็นต้น</p>
5. ทรัพย์สินทางปัญญา	<p>ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น หรือสร้างสรรค์ของนักวิจัย ได้แก่ อนุสิทธิบัตร สิทธิบัตร การประดิษฐ์ สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายทางการค้า ความลับทางการค้า ชื่อทางการค้า การขึ้นทะเบียนพันธุ์พืชหรือสัตว์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบบผังภูมิ ของวงจร</p>
6. เครื่องมือ และโครงสร้างพื้นฐาน (Facilities and Infrastructure)	<p>เครื่องมือ และโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ที่จัดซื้อ สร้างขึ้น หรือพัฒนาต่อยอดภายใต้โครงการ</p>
7. ฐานข้อมูล ระบบและกลไก หรือมาตรฐาน	<p>การพัฒนาฐานข้อมูล และสร้างระบบ กลไก หรือมาตรฐาน ที่ตอบสนองการพัฒนาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมต่าง ๆ และเอื้อต่อการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเป็น การพัฒนากำลังคน การ จัดการปัญหาทางสังคม สิ่งแวดล้อม และการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน เป็นต้น</p> <p>- ระบบและกลไก หมายถึง ขั้นตอนหรือเครื่องมือ การปฏิบัติงานที่มีการกำหนด อย่างชัดเจนใน การดำเนินการ เพื่อให้ได้ผลออกมาตามที่ต้องการ ขั้นตอนการ</p>

ประเภทของผลผลิต (Type of Outputs)	คำจำกัดความ (Definition)
	<p>ปฏิบัติงานจะต้องปรากฏให้ทราบ โดยทั่วกัน ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของ เอกสาร หรือสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ หรือโดยวิธีการอื่น ๆ องค์ประกอบของระบบและกลไก ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลิต กลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลป้อนกลับ ซึ่งมี ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ตัวอย่างเช่น ระบบการผลิตและการพัฒนากำลังคน, ระบบ ส่งเสริมการจัดการทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม,ระบบส่งเสริมการวิจัยร่วมกับ ภาคอุตสาหกรรม, ระบบบริการหรือสิ่งสนับสนุน ประชาชนทั่วไป, ระบบบริการหรือ สิ่งสนับสนุนกลุ่มผู้สูงอายุ, ระบบบริการหรือสิ่งสนับสนุนกลุ่ม ผู้ด้อยโอกาส รวมถึง กลไกการพัฒนาเชิงพื้นที่</p> <p>- ฐานข้อมูล (Database) คือ ชุดของสารสนเทศ ที่มีโครงสร้างสม่ำเสมอ หรือชุด ของ สารสนเทศใด ๆ ที่ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ หรือสามารถประมวลด้วย คอมพิวเตอร์ได้</p> <p>- มาตรฐาน หมายถึง การรับรองมาตรฐานสินค้า และ/หรือ ศูนย์ทดสอบต่าง ๆ เพื่อ สร้างและ ยกกระดับความสามารถทางด้านคุณภาพ ทั้งในชาติและนานาชาติ</p>
8. เครือข่าย	<p>เครือข่ายความร่วมมือ (Network) และสมาคม (Consortium) ด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม ที่เกิดจากการดำเนินการของโครงการ ทั้งเครือข่ายในประเทศ และเครือข่ายระดับ นานาชาติ ซึ่งจะช่วยในการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ให้แก่ประเทศ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เครือข่ายความร่วมมือทางด้านวิชาการ 2. เครือข่ายเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ 3. เครือข่ายเพื่อการพัฒนาสังคม 4. เครือข่ายเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
9. การลงทุนวิจัยและนวัตกรรม	<p>ความสามารถในการระดมทุนเงินงบประมาณจากภาครัฐ และผู้ประกอบการ ภาคเอกชน ทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ เพื่อการลงทุนสนับสนุนการวิจัยและ นวัตกรรม ทั้งในรูปของเงินสด (In cash) และส่วนสนับสนุนอื่นที่ไม่ใช่เงินสด (In kind)</p>
10. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Recommendation) และมาตรการ (Measures)	<p>ข้อเสนอแนะในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ หรือมาตรการจากงานวิจัยที่เป็น ประโยชน์ต่อ ภาคประชาชน สังคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งสามารถนำไปใช้ในการ บริหารจัดการ และแก้ปัญหา ของประเทศ เช่น มาตรการที่ใช้เพื่อปรับปรุงกฎหมาย/ ระเบียบ หรือพัฒนามาตรการและสร้าง แรงจูงใจให้เอื้อต่อการพัฒนาภาคประชาชน สังคม หรือเศรษฐกิจ</p>

3. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง (Outcome)

ผลลัพธ์	จำนวน	รายละเอียดของผลลัพธ์	ผู้ได้รับผลกระทบ
ผลงานตีพิมพ์ (Publications)			
การอ้างอิง (Citations)			
เครื่องมือและระเบียบวิธีการวิจัย (Research tools and methods)			
ฐานข้อมูลและแบบจำลองวิจัย (Research databases and models)			
ความก้าวหน้าในวิชาชีพของบุคลากรด้าน วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (Next destination)			
รางวัลและการยอมรับ (Awards and recognition)			
การใช้ประโยชน์จากเครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องวิจัยและ โครงสร้างพื้นฐาน (Use of facilities and resources)			
ทรัพย์สินทางปัญญาและการอนุญาตให้ใช้ สิทธิ (Intellectual property and licensing)			
การจัดตั้งบริษัท (Spin-off Companies)			
ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Products)			
ทุนวิจัยต่อยอด (Further funding)			
ความร่วมมือหรือหุ้นส่วนความร่วมมือ (Collaborations and partnerships)			
การผลักดันนโยบาย แนวปฏิบัติ แผนและ กฎระเบียบ (Influence on policy, practice, plan and regulations)			
กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement activities)			

ประเภทของผลลัพธ์และคำจำกัดความ (Type of Outcomes and Definition)

ประเภทของผลลัพธ์ (Types of Outcomes)	คำจำกัดความ (Definition)
ผลงานตีพิมพ์ (Publications)	ผลงานทางวิชาการในรูปแบบสิ่งพิมพ์และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเกิดจากการศึกษาวิจัย อาทิเช่น บทความจากการประชุมวิชาการ บทความวิจัย บทความปริทัศน์ บทความวิชาการ หนังสือ ตำรา พจนานุกรม และงานวิชาการอื่นๆ ในลักษณะเดียวกัน
การอ้างอิง (Citations)	จำนวนครั้งในการอ้างอิงผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ โดยสืบค้นจากฐานข้อมูล Scopus
เครื่องมือและระเบียบวิธีการวิจัย (Research tools and methods)	เครื่องมือหรือกระบวนการที่ผู้วิจัยใช้ในการทดลอง ทดสอบ เก็บรวบรวมหรือวิเคราะห์ข้อมูล โดยเป็นสิ่งใหม่ที่ไม่ได้มีมาก่อน แต่ได้เผยแพร่และเป็นที่ยอมรับโดยมีผู้นำเครื่องมือและระเบียบวิธีการวิจัยไปใช้ต่อและมีหลักฐานอ้างอิงได้
ฐานข้อมูลและแบบจำลองวิจัย (Research databases and models)	ฐานข้อมูล (ระบบที่รวบรวมข้อมูลไว้ในที่เดียวกัน) หรือแบบจำลอง (การสร้างรูปแบบเพื่อแทนวัตถุ กระบวนการ ความสัมพันธ์ หรือ สถานการณ์) ที่ถูกพัฒนาขึ้นจากงานวิจัย โดยมีผู้นำฐานข้อมูลหรือแบบจำลองไปใช้ให้เกิดประโยชน์มีหลักฐานอ้างอิงได้
ความก้าวหน้าในวิชาชีพของบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (Next destination)	การติดตามการเคลื่อนย้ายและความก้าวหน้าในวิชาชีพของบุคลากรในโครงการด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริม ววน. หลังจากสิ้นสุดโครงการ โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
รางวัลและการยอมรับ (Awards and recognition)	เกียรติยศ รางวัลและการยอมรับจากสังคมที่ได้มาโดยหน้าที่การงานจากการทำงานด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) โดยมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่ได้รับงบประมาณจากกองทุนส่งเสริม ววน. โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
การใช้ประโยชน์จากเครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องวิจัยและโครงสร้างพื้นฐาน (Use of facilities and resources)	การใช้ประโยชน์จากเครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องวิจัยและโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ที่นักวิจัยพัฒนาขึ้น หรือได้รับงบประมาณเพื่อการจัดทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่มาใช้งานในวงกว้าง โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
ทรัพย์สินทางปัญญาและการอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Intellectual property and licensing)	ทรัพย์สินทางปัญญา หมายถึง การประดิษฐ์ คิดค้นหรือคิดทำขึ้น อันเป็นผลให้ใดมาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธีใดชิ้นใหม่ หรือการกระทำใดๆ ที่ทำให้ดีขึ้นซึ่งผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธี หรือการกระทำใดๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ริเริ่มโดยใช้สติปัญญาความรู้ ความสามารถ และ ความวิริยะอุตสาหะของตนเองในการสร้างให้เกิดงานสร้างสรรค์ 9 ประเภทตามที่กฎหมายกำหนด อาทิเช่น งานวรรณกรรม

ประเภทของผลลัพธ์ (Types of Outcomes)	คำจำกัดความ (Definition)
	งานศิลปกรรม งานดนตรีกรรม งานภาพยนตร์ เป็นต้น โดยไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น ซึ่งเกิดจากผลงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริม ววน. โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้ การอนุญาตให้ใช้สิทธิ หมายถึง การที่เจ้าของสิทธิอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิใดๆ ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัย เช่น ผลิต / ขาย / ใช้ หรือมีไว้ โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของสิทธิ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์เป็นหลัก โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
การจัดตั้งบริษัท (Spin-off Companies)	การนำเอาเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ในมหาวิทยาลัยที่เกิดจากการวิจัย (technology transfer) มาจัดตั้งเป็นบริษัท เพื่อขับเคลื่อนงานวิจัยไปสู่การขยายผลในเชิงพาณิชย์ โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Products)	ผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ที่ได้จากการวิจัย อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ / ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์และปัญญาประดิษฐ์ / ผลิตภัณฑ์ด้านเทคนิคและเทคโนโลยี / ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอาหาร และผลิตภัณฑ์ด้านศิลปะและการสร้างสรรค์ โดยผลิตภัณฑ์ด้านการสร้างสรรค์ หมายถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น เส้นทางท่องเที่ยว การจัดโปรแกรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ เป็นต้น โดยเป็นสิ่งที่ถูกคิดค้น พัฒนาขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญในโครงการ และสามารถก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
ทุนวิจัยต่อยอด (Further funding)	ทุนที่นักวิจัยได้รับเงินอุดหนุนการวิจัยต่อยอดจากงานวิจัยเดิม ซึ่งเกิดจากการนำผลงานวิจัยที่ได้ของโครงการวิจัยเดิมมาเขียนเป็นข้อเสนอโครงการเพื่อขอรับทุนวิจัยต่อยอดในโครงการใหม่ สิ่งสำคัญคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งทุนและงบประมาณที่ได้รับจากโครงการทุนวิจัยต่อยอดใหม่ โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
ความร่วมมือหรือหุ้นส่วน ความร่วมมือ (Collaborations and partnerships)	ความร่วมมือหรือหุ้นส่วนความร่วมมือที่เกิดขึ้นหลังจากโครงการวิจัยเสร็จสิ้น โดยเป็นความร่วมมือที่เกี่ยวข้องโดยตรงหรืออาจจะทางอ้อมจากการดำเนินโครงการ ทั้งนี้สิ่งสำคัญคือ การระบุผลผลิต (output) ผลลัพธ์ (outcome) และผลกระทบ (impact) ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือหรือหุ้นส่วนความร่วมมือนี้ โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
การผลักดันนโยบาย แนวปฏิบัติ แผนและกฎระเบียบ (Influence on policy, practice, plan and regulations)	การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อขับเคลื่อนการนำผลงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย หรือเกิดแนวปฏิบัติ แผนและกฎระเบียบต่างๆ ขึ้นใหม่ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์และผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆ ทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมืองการปกครอง ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศโดยรวม โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้ ทั้งนี้ต้องไม่ใช่การดำเนินการที่ระบุไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัย

ประเภทของผลลัพธ์ (Types of Outcomes)	คำจำกัดความ (Definition)
กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement activities)	กิจกรรมที่หัวหน้าโครงการและ/หรือทีมวิจัย ได้สื่อสารผลงานด้านวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.) กับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ และเป็นเส้นทางที่ส่งผลให้เกิดผลกระทบในวงกว้างต่อไป โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้ ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวต้องมีใช้กิจกรรมที่ได้ระบุไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัย

4. ผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง (Impact)

.....

.....

.....

.....

5. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

วิธีการ/กระบวนการผลักดันงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (โปรดแนบหลักฐานเชิงประจักษ์การนำผลงานไปใช้ประโยชน์)

ด้านวิชาการ

รายละเอียดผลกระทบ

.....

.....

.....

ด้านสังคม

○ ด้านสาธารณะ ○ ด้านชุมชนและพื้นที่ ○ ด้านสิ่งแวดล้อม

รายละเอียดผลกระทบ

.....

.....

.....

ด้านนโยบาย

รายละเอียดผลกระทบ

.....
.....
.....
 ด้านเศรษฐกิจ

รายละเอียดผลกระทบ

.....
.....
.....

6. ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness Level: TRL)

ให้อธิบายเปรียบเทียบระดับ TRL ก่อนเริ่มโครงการและหลังเสร็จสิ้นโครงการอย่างละเอียด

.....
.....
.....

7. ระดับความพร้อมทางสังคม (Societal Readiness Level: SRL)

ให้อธิบายเปรียบเทียบระดับ SRL ก่อนเริ่มโครงการและหลังเสร็จสิ้นโครงการอย่างละเอียด

.....
.....
.....

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก โดยะบุตร และคณะ (2564). *รูปแบบกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลของยูทูปเบอร์*
: กรณีศึกษา ยูทูปช่อง Chompoo Sangchan. [เอกสารนำเสนอ] งานประชุมวิชาการ
ระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8. เชียงใหม่
- กชพร อนันตศานต์ และคณะ (2563). *การตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป*
(Youtube) . [วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. รามคำแหง.
- เกียรติคุณ เยาวรัตน์ (2560). *กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจใน*
การออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ “Runner’s Journeys”.
[วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต]. กรุงเทพฯ.
- จุฬาลักษณ์ นาคะชาติ (2563). *การตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านสื่อยูทูป (YouTube)*.
[วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. รามคำแหง.
- ชิตชนก สิทธิคงศักดิ์ และคณะ (2567). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์ม*
ยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์. วารสาร ศวท : ศิลปศาสตร์
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, (1)1.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2543). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2546). *การพัฒนาหลักสูตรและการวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตร*. กรุงเทพฯ:
สุวีริยาสาสน.
- ไพบรียา อรรถนิตย์ (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อ*
Social Media (โซเชียลมีเดีย) ของวัยรุ่น Gen Z. [วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต].
กรุงเทพฯ.
- อัจฉริยา พุ่งแจ้ง. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่าน*
ทางสื่อออนไลน์. [วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. ธรรมศาสตร์.
- 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.

ภาคผนวก

ตัวอย่างภาพการถ่ายทำรายการ









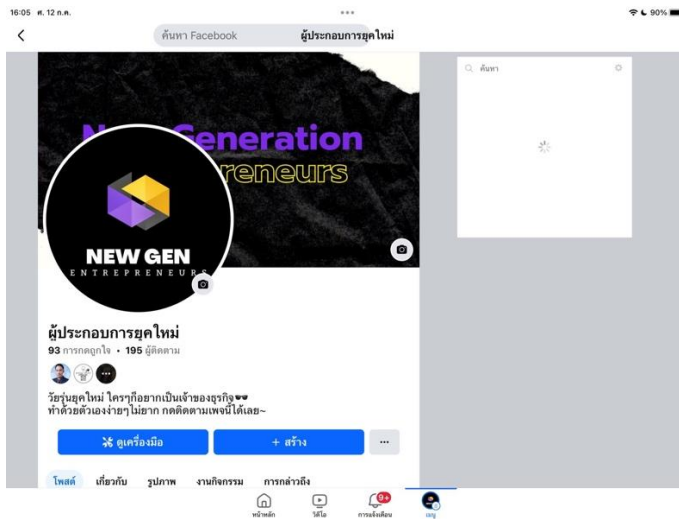


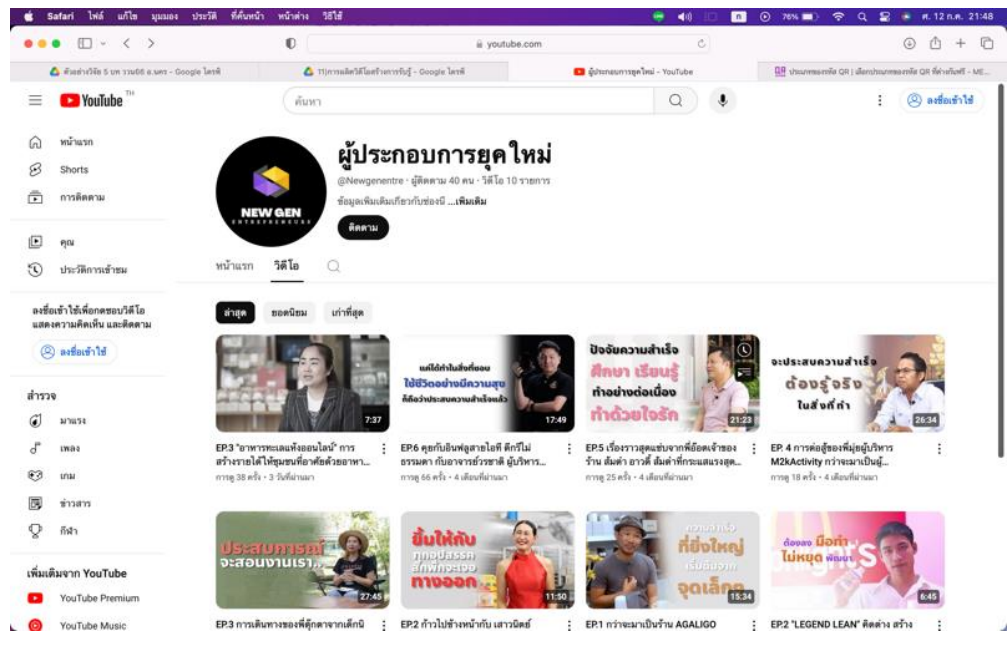
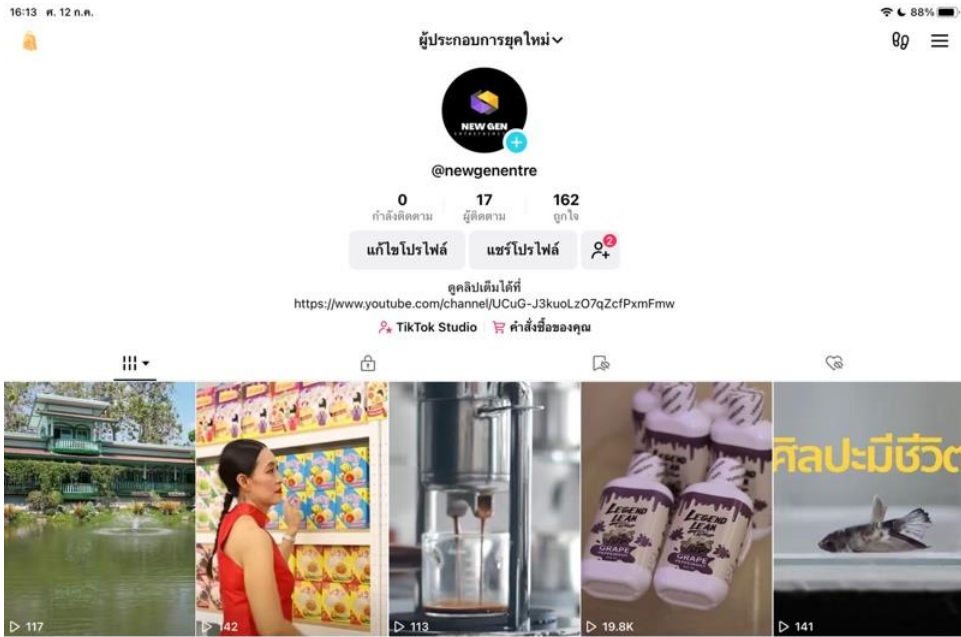






ตัวอย่างภาพการประชาสัมพันธ์





โพสต์ เกี่ยวกับ รูปภาพ งานกิจกรรม การกล่าวถึง

ผู้ประกอบการยุคใหม่
7 มี.ค. · 🌐

ผู้ประกอบการยุคใหม่
31 มี.ค. · 🌐

EP.2 ก้าวไปข้างหน้ากับ เสาวนิตย์ โมจิโงไล้ ชลบุรี ร้านขนมโมจิที่ไม่เคยห่อ | NEWGEN BUSINESS
พี่เสาวนิต ชินะธิดาธรรมงคล(พี่ป) 🍡 เจ้าของธุรกิจขนมและของฝาก... ดูเพิ่มเติม



ข้อมูลเชิงลึกไม่พร้อมใช้งาน ⓘ สร้างโฆษณา

👍 7

ผู้ประกอบการยุคใหม่
20 ก.พ. · 🌐

EP.5 เรื่องราวสุดแซ่บจากพี่ออกเจ้าของร้าน ส้มตำอ่าวดี ส้มตำที่กระแสมหาศาลตอนนี้ | NEWGEN BUSINESS... ดูเพิ่มเติม



ดูข้อมูลเชิงลึกและโฆษณา ไปรโนทโพสต์

👤 ให้ดาวกับ ผู้ประกอบการยุคใหม่ แก้ไข

👍 8 แชร์ 4 ครั้ง รั้งชม 132 ครั้ง

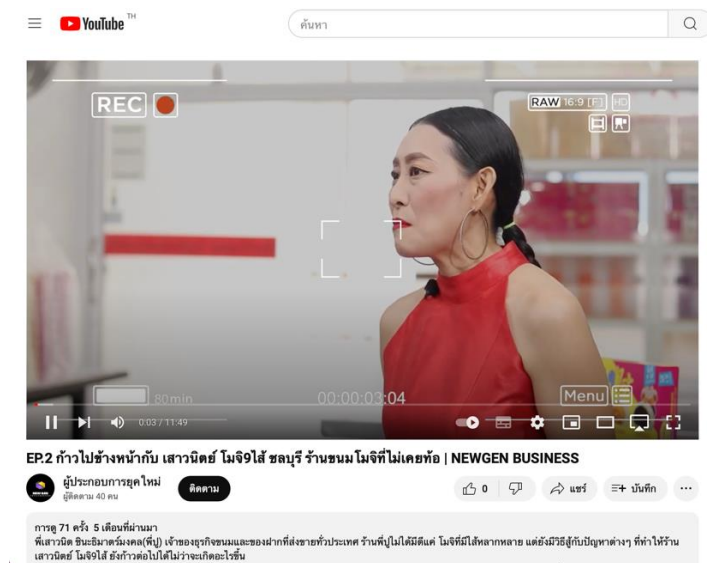
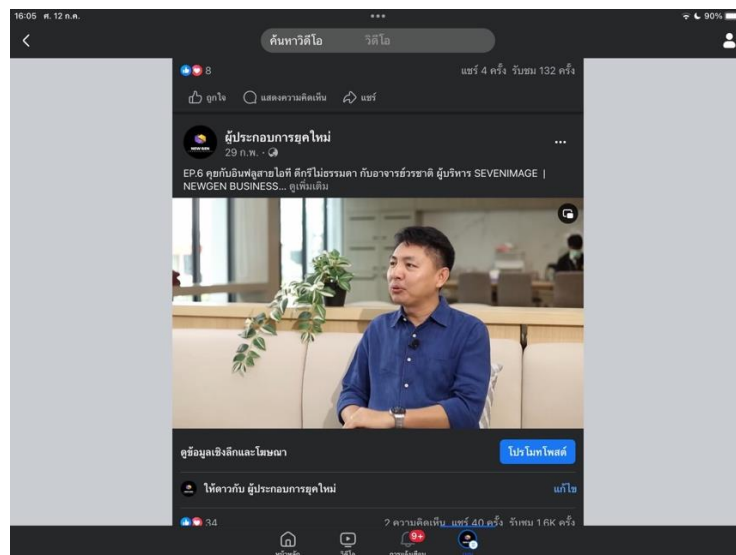
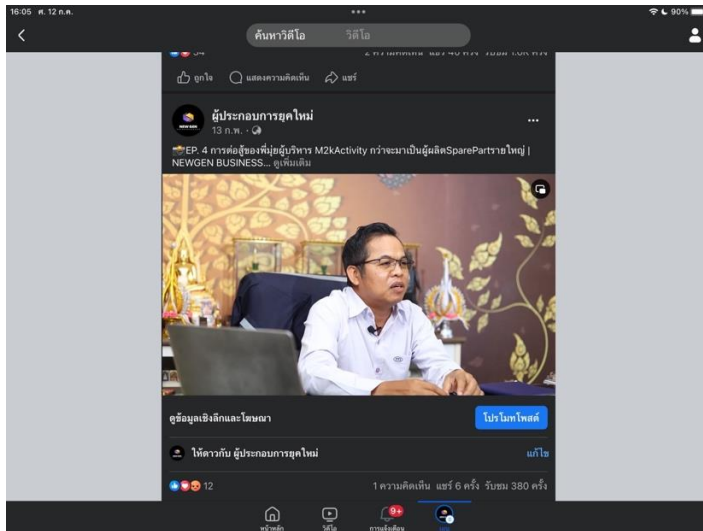
ผู้ประกอบการยุคใหม่
5 มี.ค. · 🌐

ผู้ประกอบการยุคใหม่
25 มี.ค. · 🌐

EP.1 กว่าๆจะเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่จะไม่หายไปตามกาลเวลา | NEWGEN BUSINESS
พูดคุยกับพี่เอก(พงศ์พิสุทธิ์ สุพร) 🍷 เจ้าของธุรกิจกาแฟในจังหวัด... ดูเพิ่มเติม



ข้อมูลเชิงลึกไม่พร้อมใช้งาน ⓘ สร้างโฆษณา



YouTube



EP. 4 การต่อสู้ของพี่มู๋ผู้บริหาร M2kActivity กว่าจะมาเป็นผู้ผลิตSparePartรายใหญ่ | NEWGEN BUSINESS

ผู้ประกอบการยุคใหม่ [ติดตาม](#) 0 แชร์ บันทึก

การดู 18 ครั้ง 4 เดือนที่ผ่านมา
คุณเรื่องราวชีวิตของพี่สมชาย เอียดเกสียง(พี่มู๋) ที่ต่อสู้ฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆมาจนวันหนึ่งพี่มู๋ได้ลุกขึ้นมาทำธุรกิจด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จนประสบความสำเร็จ มาถึงทุกวันนี้

YouTube




EP1 กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ร้านกาแฟสุดชิลล์ที่จะไม่หายไปตามกาลเวลา | NEWGEN BUSINESS

ผู้ประกอบการยุคใหม่ [ติดตาม](#) 37 แชร์ บันทึก

การดู 1.9 พัน ครั้ง 5 เดือนที่ผ่านมา
ชุดคุยกับพี่เอก(พงศ์ศิสุทธิ์ สุพร) เจ้าของธุรกิจกาแฟในจังหวัดชลบุรี ที่ไม่ใช่แค่ร้านกาแฟ แต่เป็นที่ที่สอนทำกาแฟ โรงคั่วกาแฟที่ส่งเมล็ดให้ร้านอีกมากมายทั้งในจังหวัดชลบุรี และต่างจังหวัด กว่าจะมาเป็นร้าน AGALIGO COFFEE ที่เอกรเริ่มต้นอย่างไร ละจะเป็นแรงบันดาลใจให้ร้าน AGALIGO COFFEE เป็นร้านที่ไม่หายไปตาม

YouTube

ค้นหา



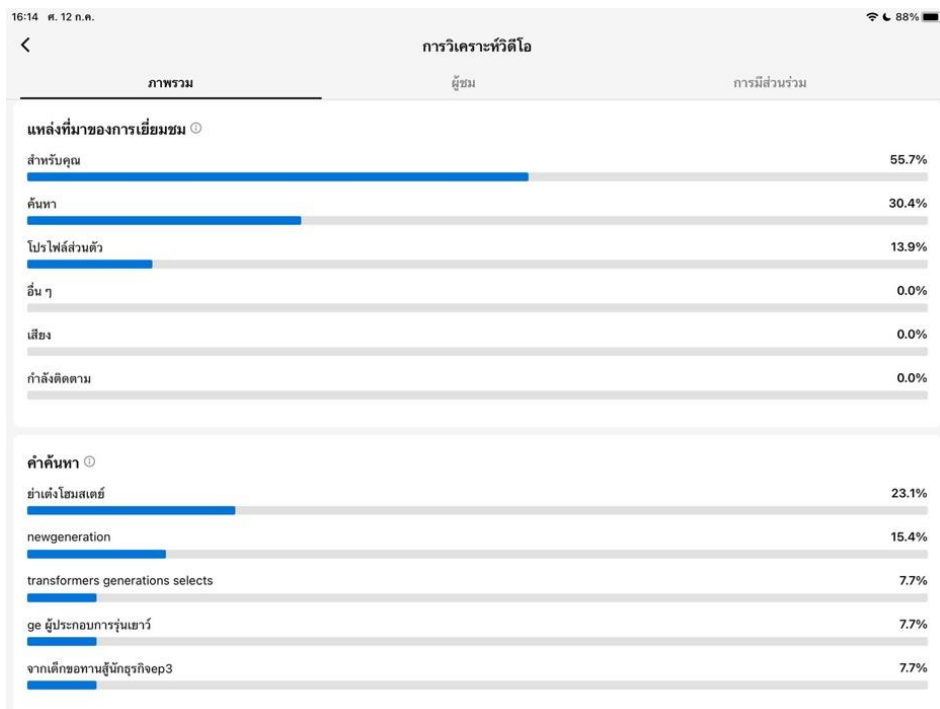
EP.6 คุณกับอินฟลูสายไอที ตีกรีไม่ธรรมดา กับอาจารย์วรชาติ ผู้บริหาร SEVENIMAGE | NEWGEN BUSINESS

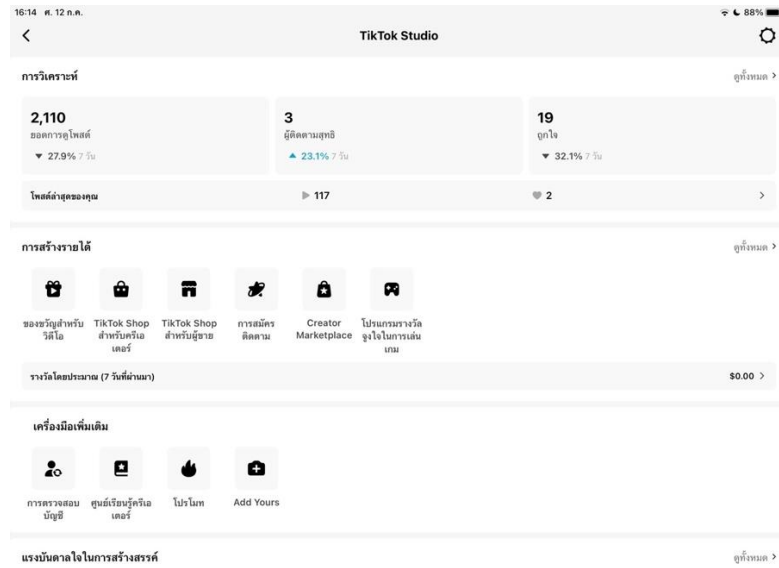
ผู้ประกอบการยุคใหม่
ผู้ติดตาม 40 คน

ติดตาม

3 3 แชร์ + บันทึก ...

การดู 66 ครั้ง 4 เดือนที่ผ่านมา
ชุดคุยกับคุณวรชาติ สตรี อินฟลูเอนเซอร์ สายถ่ายภาพและไอที จากช่อง @HYPERPIXEL และยังเป็นCEO ของบริษัทผลิตสื่อเพื่อการโฆษณาครบวงจร SEVEN IMAGE Co., Ltd. กว่าจะเก่งและเทขนาดนี้ คุณวรชาติ มีไอเดียในการใช้ชีวิตยังไง ต้องมาฟังง!!





สื่อ
อิงตามการเข้าถึง



กลุ่มเป้าหมาย
อิงตามการเข้าถึง

