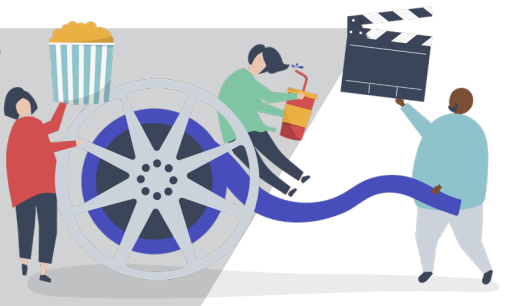
การพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด
The Development of Short Video Clips on Online Platforms for Public Relations of Performances of Mercury Digital Co., Ltd.



กุลธิดา ธรรมวิภัชน์[1] พรปภัสสร ปริญชาญกล[2] วรรณวนัช ศิริพิน[3] สินีนาถ รัตนภูผา[4] กมลชนก เดียงสระน้อย[5] พงษ์พัชรินทร์ พุธวัฒนะ [6]
Kuntida Thamwipat[1] and Pornpapatsorn Princhankol[2] Wanvanach Siripin[3] Sineenat Rattanaphupha[4] and Kamonchanok Diangsranoi[5] Pongpatcharin Putwattana [6]

[1] อาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: kuntida.tha@kmutt.ac.th
[2] อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: pornpapatsorn.pri@kmutt.ac.th
[3] นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: wanvanach.srp@mail.kmutt.ac.th
[4] นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: sineenat.first1@mail.kmutt.ac.th
[5] นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: kamonchanok.kamon@mail.kmutt.ac.th
[6] อาจารย์พิเศษสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: pongpatcharin.put@gmail.com
Received: 2024-06-26 Revised: 2024-9-28 Accepted: 2024-12-09

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด 2) ประเมินคุณภาพคลิปวิดีโอสั้นที่พัฒนาขึ้น 3) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นที่พัฒนาขึ้น 4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นที่พัฒนาขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) คลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกที่ติดตามเพจ Merc Station โดยได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย จากสมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และติ๊กต็อก Merc Station ที่เคยชมวิดีโอคอนเทนต์รายการประเภทเกมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน ผลการพัฒนาได้คลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด จำนวน 4 คลิป ผลการ

ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.48) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.56, S.D. = 0.50) ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ =4.70, S.D. = 0.46) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.59, S.D. = 0.49) ดังนั้น คลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีคุณภาพ

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์ คลิปวิดีโอ แพลตฟอร์มออนไลน์

Abstract

The objectives of this research were to: 1) develop short video clips on online platforms to publicize the performances of Mercury Digital Co., Ltd., 2) evaluate the quality of the developed short video clips, 3) assess the perception of the sample group towards the developed short video clips, and 4) evaluate the satisfaction of the sample group towards the developed short video clips. The tools used in this research included: 1) short video clips on online platforms to publicize the performances of Mercury Digital Co., Ltd., 2) quality assessment forms for content and presentation media, 3) perception assessment forms for the sample group, and 4) satisfaction assessment forms for the sample group towards the short video clips on online platforms to publicize the performances of Mercury Digital Co., Ltd. The sample group in this study included 50 followers of the Merc Station page, selected by simple random sampling from those who followed the Merc Station on Facebook, Instagram, and TikTok, who had watched the video content on online platforms, and who were willing to respond to the survey. The development results included four short video clips on online platforms to publicize the performances of Mercury Digital Co., Ltd. Expert evaluations showed that the content quality was at a very good level ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.48), the presentation media quality was at a very good level ($\overline{X}$= 4.56, S.D. = 0.50), the perception of the sample group was at the highest level ($\overline{X}$= 4.70, S.D. = 0.46), and the satisfaction of the sample group was at the highest level ($\overline{X}$ = 4.59, S.D. = 0.49). Therefore, the short video clips developed on online platforms for public relations of the performances of Mercury Digital Co., Ltd. could be used with quality.

Keywords : Public Relations, Video Clip, Online Platform

1. บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน ทำให้การเข้าถึงข้อมูลมีความรวดเร็ว การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ และช่วยประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เชื่อมต่อในระบบอินเทอร์เน็ต เช่น การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การมีเว็บไซต์สำหรับเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ซึ่งความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตเป็นอันมาก เทคโนโลยีได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งให้บริการด้านข้อมูล ข่าวสาร ด้วยกลไกอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้มีการติดต่อสื่อสารกันได้สะดวกรวดเร็วตลอดเวลา [1] รวมทั้งช่วยในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ด้วยความรวดเร็ว ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ หรือ Public Relations หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า PR คือ การประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารการตลาด โดยอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป้าหมายหลักของการประชาสัมพันธ์คือ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ โน้มน้าวใจ ความน่าเชื่อถือ และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านกิจกรรมและกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยทั่วไปแล้วการประชาสัมพันธ์ มีบทบาทสำคัญในการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความรู้จัก และความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร สินค้า หรือบริการ นำไปสู่การสร้างฐานกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งปัจจุบันเรามักจะเห็นการทำประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ ซึ่ง การทำประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ คือ การทำการประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดีย [2]

สื่อวิดีโอเป็นอีกหนึ่งของเทคโนโลยียุคดิจิทัล ที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน องค์การ และชีวิตประจำวันของบุคคลทุกคน ทั้งนี้ภาพทุกภาพ เรื่องทุกเรื่อง สื่อวิดีโอ มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลทั่วไป เนื่องจากเป็นการบริการถึงบ้าน บางรายการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและจิตวิทยา บางโฆษณา ใช้การนำเสนอซ้ำบ่อยครั้ง ทำให้ผู้ชมจำติดตา ประทับใจ และเปลี่ยนแปลงคล้อยตามตามสื่อนั้น ๆ โดยไม่รู้ตัว เนื่องจากสื่อวิดีโอเป็นสื่อที่ให้ภาพและเสียงได้สมจริง โดยใช้เครื่องรับรูปแบบต่าง ๆ เป็นช่องทางสื่อสารภาพและการแสดงต่างๆ ทั้งยังสามารถใช้กล้องบันทึกได้ง่ายเสมือนภาพถ่าย แต่ที่เหนือกว่าภาพถ่ายคือ การนำเสนอภาพที่บันทึกจากกล้องในรูปแบบวิดีโอนั้น มีการเคลื่อนไหวได้อย่างเป็นธรรมชาติ วิดีโอในปัจจุบันจึงเป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งซึ่งถูกนำมาใช้ในวงการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เนื่องจากวิดีโอเป็นอุปกรณ์ที่สามารถบันทึกภาพและเสียงไว้ได้พร้อมกัน ทั้งยังสามารถแก้ไขและบันทึกลงใหม่ได้ อีกทั้งสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทันทีดูภาพช้าและภาพเร็วได้ตามความต้องการ [3] โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันนักประชาสัมพันธ์สามารถนำวิดีโอที่ผลิตขึ้นมาเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ได้มากมาย ทำให้มีการใช้งานสื่อวิดีโอเพื่อการนำเสนอที่หลากหลาย แพลตฟอร์มทำหน้าที่เป็น

ตัวกลางเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกันและเปิดใช้งานการทำงานร่วมกัน มีโครงสร้างที่รองรับฟังก์ชันและบริการต่าง ๆ โดยมักอาศัยเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดการโต้ตอบที่ราบรื่นในบริบททางด้านไอที นอกจากนี้ ในบริบทของเทคโนโลยี “แพลตฟอร์ม” หมายถึง รากฐานที่สนับสนุนซอฟต์แวร์ ซึ่งแพลตฟอร์มในยุคนี้ มักอยู่ในบริบทของแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกในการใช้งานเพื่อเชื่อมต่อกับโลกดิจิทัลของผู้คน

ในโลกปัจจุบันที่เชื่อมต่อถึงกัน แพลตฟอร์มกลายเป็นแรงผลักดันที่อยู่เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมต่าง ๆ และวิธีที่มนุษย์ใช้ชีวิต ทำงาน และเชื่อมต่อระหว่างกัน ระบบนิเวศดิจิทัลเหล่านี้ได้ปฏิวัติวิธีการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมนวัตกรรม และปรับโฉมเศรษฐกิจทั้งหมด ตั้งแต่โซเชียลมีเดียอย่าง Facebook และ X (Twitter) ไปจนถึงอีคอมเมิร์ซอย่าง Amazon และ Alibaba แพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้กลายเป็นรากฐานที่สำคัญของยุคดิจิทัล แพลตฟอร์มทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก เชื่อมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย รวมถึงผู้ใช้ ผู้ผลิต และนักพัฒนา เพื่อสร้างคุณค่าผ่านการโต้ตอบและการแลกเปลี่ยนด้วยการใช้ประโยชน์จากผลกระทบของเครือข่าย แพลตฟอร์มมีความสามารถในการเพิ่มคุณค่าของตนแบบทวีคูณเมื่อมีผู้เข้าร่วมเข้าร่วมมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่วงจรการเติบโตที่ดี ศักยภาพในการเติบโตแบบทวีคูณนี้ได้กระตุ้นให้เกิดการเติบโตของธุรกิจที่ใช้แพลตฟอร์ม ซึ่งสร้างโอกาสที่เหนือชั้นสำหรับนวัตกรรมและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ [4]

เมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด เริ่มตั้งธุรกิจเมื่อปีพุทธศักราช 2561 เพื่อดำเนินธุรกิจรับให้คำปรึกษาด้านการทำธุรกิจและด้านการทำการตลาดออนไลน์ บริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด มีบทบาทสำคัญในการร่วมวางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์ด้านการพัฒนาธุรกิจให้กับกลุ่มลูกค้าเพื่อความเท่าทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันทางบริษัทเป็นผู้เชี่ยวชาญที่พร้อมให้คำปรึกษาด้านการทำการตลาดออนไลน์อย่างครบวงจรให้กับธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจพาณิชยกรรม ธุรกิจอุตสาหกรรม และธุรกิจบริการ โดยมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และการเติบโตด้านยอดขายอย่างยั่งยืน [5] แต่ที่ผ่านมาทางบริษัทยังไม่มีคลิปประชาสัมพันธ์ผลงานออกสู่กลุ่มเป้าหมายเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลาย ทั้งที่มีผลงานจำนวนมากมายที่ดำเนินเริ่มก่อตั้งธุรกิจมา จากประเด็นปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงผลงานของทางหน่วยงาน โดยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยเลือกใช้การแสดงผลในรูปแบบวิดีโอ เสียง และภาพ ผ่านการนำเสนอที่น่าสนใจในรูปแบบการประชาพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของหน่วยงานและเพิ่มความเป็นที่รู้จักต่อกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

2.2 เพื่อประเมินคุณภาพคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

2.3 เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

2.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 คลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด อยู่ในระดับดีขึ้นไป

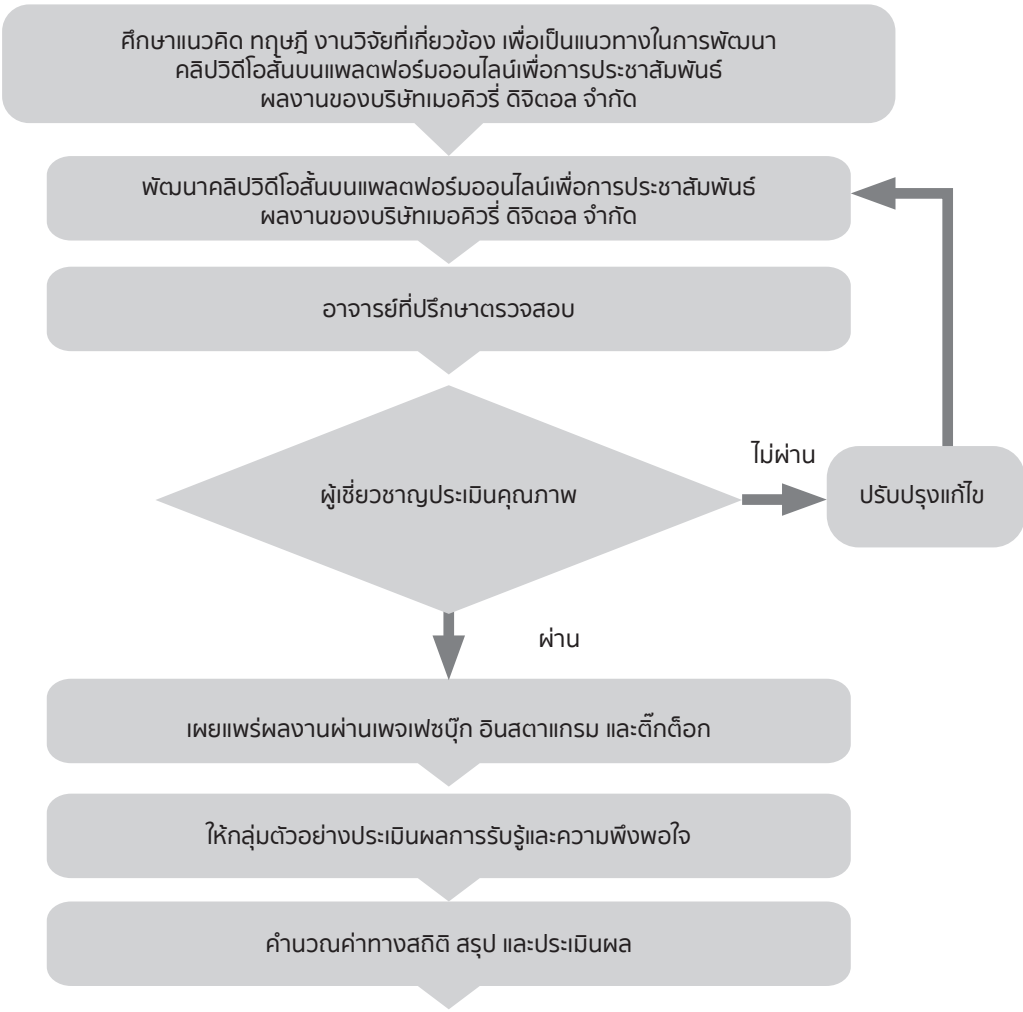
3.2 ผลการประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด อยู่ในระดับมากขึ้นไป

3.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด อยู่ในระดับมากขึ้นไป

4. วิธีดำเนินงานวิจัย

4.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การสร้างเครื่องมือเพื่อการศึกษาเรื่องการพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ผู้ศึกษาได้ดำเนินการดังนี้



ภาพที่ 1 แผนผังแสดงขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการศึกษาเรื่องการพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาต่อการพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ได้แก่ สมาชิกที่ติดตามเพจ เฟซบุ๊ก [6] อินสตาแกรม [7] และติ๊กต็อก [8] Merc Station จำนวน 269 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกที่ติดตามเพจ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และติ๊กต็อก Merc Stationโดยได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย จากสมาชิกที่ติดตามเพจ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และติ๊กต็อก Merc Station ที่เคยชมคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัดและยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน

4.3 ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญคือผู้ที่มีความรู้ความสามารถชำนาญเพื่อประเมินคุณภาพการคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ได้จากวิธีเลือกแบบเจาะจง (Specified Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริง และยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญแบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีหรือเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์เกี่ยวกับด้านการออกแบบสื่อวิดีโอ ไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด จำนวน 3 ท่าน

2) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโทหรือเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการผลิตสื่อ เพื่อประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัดจำนวน 3 ท่าน

3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโทหรือเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินคุณภาพด้านการวัดและประเมินผลของการคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด จำนวน 3 ท่าน

4.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น

คลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

ตัวแปรตาม

1) คุณภาพของคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

2) ผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

3) ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัดประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1) คลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ เป็นแบบประเมินแบบเช็คลิสต์ 5 ระดับ

3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบประเมินแบบเช็คลิสต์ 5 ระดับ

4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบประเมินแบบเช็คลิสต์ 5 ระดับ

ทั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยทุกชิ้นได้ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกชิ้นเป็นที่เรียบร้อย ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผลวิจัย

4.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าเฉลี่ย และ คำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีการแปลความหมาย ดังนี้ [9]

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

5. ผลการดำเนินงาน

5.1 ผลการออกแบบและพัฒนาสื่อ

ผลการออกแบบและคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ประกอบด้วย คลิปวิดีโอ จำนวน 4 คลิป ความยาวไม่เกินคลิปละ 1 นาที ประกอบด้วย

1) ประวัติของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

2) ทำความรู้จักกับพนักงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

3) ผลงานของกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคและบริโภค

4) ผลงานของกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์, กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง และ กลุ่มธุรกิจบริการ

ภาพที่ 2-7 แสดงตัวอย่างคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

ภาพที่ 8 แสดงคิวอาร์โค้ดสำหรับรับชมคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์
ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

5.2 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

อันดับ	รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา				
1.1	เนื้อหามีความถูกต้อง	4.67	0.58	ดีมาก
1.2	เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่ายและน่าสนใจ	5.00	0.00	ดีมาก
1.3	เนื้อหามีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	ดีมาก
1.4	ความถูกต้องของศัพท์เฉพาะที่ใช้ในคลิปวิดีโอสั้น	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย		**4.75**	**0.45**	**ดีมาก**
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา				
2.1	ภาษาที่ใช้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
2.2	ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.33	0.58	ดีมาก
2.3	ภาพประกอบกับเนื้อหามีความสอดคล้องกัน	4.67	0.58	ดีมาก
2.4	ภาพประกอบมีความเหมาะสมและถูกต้อง	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย		**4.58**	**0.51**	**ดีมาก**
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม		**4.67**	**0.48**	**ดีมาก**

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาการพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$= 4.75, S.D. = 0.45) รองลงมาคือ ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.51) มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของคลิปวิดีโอสั้นที่พัฒนาขึ้น

อันดับ	รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านภาพ				
1.1 ภาพที่ใช้มีความเหมาะสม น่าสนใจ		4.67	0.58	ดีมาก
1.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน		4.67	0.58	ดี
1.3 ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา		4.67	0.58	ดี
เฉลี่ย		**4.67**	**0.50**	**ดีมาก**
2. ด้านเสียง				
2.1 เสียงที่ใช้มีระดับความดังที่พอดีต่อการรับฟัง		4.00	0.00	ดี
2.2 เสียงที่ใช้ชัดเจน ไม่สะดุด		4.33	0.58	ดี
2.3 เสียงดนตรีประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา		5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย		**4.44**	**0.53**	**ดี**
3. ด้านอักษรและการใช้สี		4.58	0.51	ดีมาก
3.1 ขนาดของตัวอักษร อ่านง่าย และชัดเจน		4.33	0.58	ดี
3.2 สีและรูปแบบของตัวอักษร สวยงาม		5.00	0.00	ดีมาก
3.3 ตัวอักษรมีการจัดวางอย่างเหมาะสม		4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย		**4.67**	**0.50**	**ดีมาก**
4. ด้านการนำเสนอ				
4.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย		4.67	0.58	ดีมาก
4.2 การนำเสนอคลิปวิดีโอสั้นเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมและน่าสนใจ		4.33	0.58	ดี
4.3 การนำเสนอคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความเหมาะสมและน่าสนใจ		4.33	0.58	ดี
เฉลี่ย		**4.44**	**0.53**	**ดี**
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม		**4.56**	**0.50**	**ดีมาก**

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอการพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม อยู่ในระดับระดับดีมาก ($\overline{X}$= 4.56, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดมี 2 ด้าน เท่ากัน ได้แก่ ด้านภาพและด้านอักษรและการใช้สี ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.50) มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดีมาก รองลงมาคือ ด้านเสียง และด้านการนำเสนอ ($\overline{X}$ = 4.44, S.D. = 4.53) มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สรุปผลประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
คุณภาพด้านเนื้อหา	4.67	0.48	ระดับดีมาก
คุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ	4.56	0.50	ระดับดีมาก

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาการพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมทุกส่วนเท่ากับ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.48) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อกิจกรรมในโครงการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$= 4.56, S.D. = 0.50)

5.3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

ตารางที่ 4 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

อันดับ	รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1.1	ท่านรับรู้ว่าบริษัท เมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ดำเนินธุรกิจรับให้คำปรึกษาด้านการทำธุรกิจ	4.62	0.49	มากที่สุด
1.2	ท่านรับรู้ว่าบริษัท เมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ดำเนินธุรกิจรับให้คำปรึกษาด้านการทำการตลาดออนไลน์	4.60	0.49	มากที่สุด
1.3	ท่านรับรู้ว่าบริษัท เมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ให้คำปรึกษาด้านการทำการตลาดออนไลน์ กับธุรกิจพาณิชยกรรม ธุรกิจอุตสาหกรรม และ ธุรกิจบริการ	4.58	0.58	ดีมาก

อันดับ	รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1.4	ท่านรับรู้ว่ามีการลงคลิปวิดีโอสั้นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ 3 แพลตฟอร์มได้แก่ TikTok Instagram และ Facebook	4.62	0.49	มากที่สุด
1.5	ท่านรับรู้ว่าเพจมีชื่อว่า Merc Station ทั้ง 3 แพลตฟอร์ม TikTok Instagram และ Facebook	4.68	0.47	มากที่สุด
1.6	ท่านรับรู้ว่าคลิปที่ 1 มีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติของบริษัท เมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด	4.70	0.46	มากที่สุด
1.7	ท่านรับรู้ว่าคลิปที่ 2 ท่านได้รู้จักกับพนักงานในบริษัท เมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด	4.82	0.39	มากที่สุด
1.8	ท่านรับรู้ว่าคลิปที่ 3 มีเนื้อหาเกี่ยวผลงานด้านธุรกิจ พาณิชยกรรมและธุรกิจอุตสาหกรรม	4.72	0.42	มากที่สุด
1.9	ท่านรับรู้ว่าคลิปที่ 4 มีเนื้อหาเกี่ยวผลงานด้านธุรกิจ พาณิชยกรรมและธุรกิจอุตสาหกรรม	4.84	0.37	มากที่สุด
1.10	ท่านรับรู้ว่าคลิปที่ลงมีความยาวกระชับไม่เกิน 3 นาที	4.80	0.40	มากที่สุด
ภาพรวมผลการประเมิน		**4.70**	**0.46**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4 ผลประเมินการรับรู้ที่มีต่อโครงการพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด พบว่า โดยรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.70 , S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่ารายการประเมินที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ รับรู้ว่าคลิปที่ 4 มีเนื้อหาเกี่ยวผลงานด้านธุรกิจ พาณิชยกรรมและธุรกิจอุตสาหกรรม ($\bar{X}$ = 4.84 , S.D. = 0.37) และรายการประเมินที่มีค่าเฉลี่ยลำดับต่อมา ได้แก่ รับรู้ว่าคลิปที่ 2 ท่านได้รู้จักกับพนักงานในบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ($\bar{X}$ = 4.82, S.D. = 0.39) และรายการประเมินที่มีค่าเฉลี่ยลำดับต่อมา ได้แก่ รับรู้ว่าคลิปที่ลงมีความยาวกระชับไม่เกิน 3 นาที ($\bar{X}$ = 4.80, S.D. = 0.40) ตามลำดับ

5.4 ผลการประเมินความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่าง เรื่อง การพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

ตารางที่ 5 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

อันดับ	รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา				
1.1	การลำดับเนื้อหาของคลิปวิดีโอสั้น	4.68	0.47	มากที่สุด
1.2	เนื้อหาของคลิปวิดีโอสั้นมีความชัดเจน	4.60	0.49	มากที่สุด
1.3	เนื้อหาของคลิปวิดีโอสั้นมีความน่าสนใจ	4.64	0.48	มากที่สุด
1.4	เนื้อหาของคลิปวิดีโอสั้นสามารถเป็นประโยชน์ให้กับผู้รับชมได้	4.58	0.50	มากที่สุด
1.5	เนื้อหาของคลิปวิดีโอสั้นเข้าใจง่าย	4.64	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ย		**4.63**	**0.48**	**มากที่สุด**
2. ด้านภาพและเสียง				
2.1	ภาพที่ใช้ในคลิปวิดีโอสั้นมีสีสันสวยงาม	4.68	0.47	มากที่สุด
2.2	ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.66	0.48	มากที่สุด
2.3	ภาพและเสียงมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.56	0.50	มากที่สุด
2.4	ภาพและเสียงชัดเจน ไม่สะดุด	4.54	0.50	มากที่สุด
2.5	ภาพและเสียงสอดคล้องกับเนื้อหา	4.46	0.50	มาก
เฉลี่ย		**4.58**	**0.49**	**มากที่สุด**
3. ด้านการนำเสนอ				
3.1	รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.58	0.50	มากที่สุด
3.2	การนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด มีความเหมาะสมและน่าสนใจ	4.66	0.48	มากที่สุด
3.3	การนำเสนอคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความน่าสนใจ	4.45	0.50	มาก
เฉลี่ย		**4.56**	**0.50**	**มากที่สุด**
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม		**4.59**	**0.49**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 5 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัดพบว่า ผลการประเมินเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.59, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเนื้อหา ($\overline{X}$ = 4.59, S.D. = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านภาพและเสียง ($\overline{X}$= 4.58, S.D. = 0.49) และลำดับที่สาม คือ ด้านการนำเสนอ ($\overline{X}$ = 4.56, S.D. = 0.50) มีผลการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ

6. สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุป

คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องการพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด จำนวน 4 คลิป และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและคำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำค่าที่ได้จากแบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา และด้านสื่อการนำเสนอจากผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยแล้วนำค่าเฉลี่ยที่คำนวณไปเปรียบเทียบกับค่าระดับน้ำหนักคะแนน ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ผลการประเมินด้านการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด

6.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด ผลการวิจัยนั้นเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คณะผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลในประเด็น ดังต่อไปนี้

คณะผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด จำนวน 4 คลิป มีเนื้อหาใน 4 หัวข้อ ประกอบด้วย 1) ประวัติของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด 2) ทำความรู้จักกับพนักงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด 3) ผลงานของกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคและบริโภค 4) ผลงานของกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง และ กลุ่มธุรกิจบริการ ซึ่งการออกแบบคลิปวิดีโอสั้นอิงตามแนวคิด ADDIE Model [10] ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) Analysis (การวิเคราะห์) 2) Design (การออกแบบ) 3) Development (การพัฒนา) 4) Implement (การดำเนินการ) และ 5) Evaluation (การประเมินผล) โดยกระบวนการตามแนวคิดดังกล่าวได้ผ่านการทดลองและวิจัยมาอย่างดีว่า สามารถทำให้ผลออกแบบและพัฒนาสื่อออกมามีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ธรรมวิภัชน์

และคณะ [11] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ส่วนส่งเสริมรายการ บมจ. อสมทโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate Solve มาประยุกต์ใช้ดังนี้ 1) ขั้นวิเคราะห์ 2) ขั้นการออกแบบ 3) ขั้นการพัฒนา 4) ขั้นดำเนินการ 5) ขั้นการประเมินผล ทำให้ได้สื่อออกมามีความน่าสนใจ มีความทันสมัยตรงตามกลุ่มเป้าหมายและสื่อความหมายความเข้าใจได้ชัดเจนเช่นเดียวกันกับ คลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอร์คิวรี่ดิจิทัล ที่ใช้แนวคิดการออกแบบของ ADDIE Model ทำให้สื่อออกมามีคุณภาพในระดับดีทั้งในด้านของเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และด้านสื่อการนำเสนอที่มีการออกแบบกราฟิกที่มีความสวยงาม ใช้ภาพที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอร์คิวรี่ ดิจิตอล จำกัด โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.48) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอร์คิวรี่ ดิจิตอล จำกัด โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.56, S.D. = 0.50) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้นทำให้สื่อมีความกระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบและตัวอักษรที่อ่านและเข้าใจได้ง่าย อีกทั้งยังมีการรับข้อมูลจากผู้ที่รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดของหลักการในการพัฒนาสื่อและคุณลักษณะของสื่อที่ดี เพื่อให้ได้สื่อที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยหลักการออกแบบสื่อของ ADDIE Model ประกอบกับการสร้างจุดเด่นให้กับสื่อด้วยเทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่เข้ากับยุคสมัย เสียงบรรยายมีความชัดเจนไม่สะดุด เสียงดนตรีประกอบกับเนื้อหาและระดับเสียงที่ใช้มีความพอดีต่อการรับฟัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ธรรมวิภัชนและคณะ [12] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี ที่มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.57, S.D. = 0.28) เช่นเดียวกัน โดยมีการเลือกใช้ภาษาอย่างเหมาะสม เนื้อหามีความถูกต้องครบถ้วนและเข้าใจง่าย มีปริมาณเนื้อหาที่เหมาะสม นอกจากนี้เนื้อหายังมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และภาพประกอบ จึงสามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้จริง

ผลการการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอร์คิวรี่ ดิจิตอล จำกัด โดยรวมมีผลการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.46) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างมีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอร์คิวรี่ดิจิตอล จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.59, S.D. = 0.49) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอร์คิวรี่ ดิจิตอล จำกัด มีการออกแบบคลิปวิดีโอสั้นที่มี ภาพ วิดีโอ เสียงบรรยาย เสียงดนตรี

ประกอบ และข้อความที่ชัดเจน ดึงดูดความสนใจ สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และเกิดความพึงพอใจสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรปภัสสร ปริญชาญกล และคณะ [13] ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โปรไฟล์องค์กรของบริษัท ไวท์ไลน์แอคทิเวชัน จำกัดโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบSimon Sinek's Golden Circle ซึ่งพบว่า มีผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.58) เนื่องจากมีการออกแบบวีดีโอคอนเทนต์ให้มีภาพเคลื่อนไหวที่ช่วยเร้าความสนใจ และเสียงดนตรีประกอบที่ใช้มีความไพเราะ ชัดเจน เข้ากับเนื้อหาของภาพที่ต้องการนำเสนอรวมถึงใช้ข้อความที่มีขนาดเหมาะสมต่อการมองเห็น ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการผลิตคลิปวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัท เช่นเดียวกับงานวิจัยของกุลธิดา ธรรมวิภัชน์ และคณะ [14] ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Three-act Structure ซึ่งได้นำแนวคิด ADDIE Model ไปใช้ครบทุกขั้นตอนทั้ง 5 เพื่อออกแบบและพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร ทั้งนี้ได้ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Three-act Structure ผนวกเข้าไปด้วยในการเขียนสคริปท์ของวิดีโอคอนเทนต์ ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้และความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.83, S.D. = 0.43) และ ($\overline{X}$=4.93, S.D. = 0.26) ตามลำดับ ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ที่ต้องดำเนินการออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ จึงควรนำแนวคิด ADDIE Model ไปใช้ให้ครบกระบวนการ และควรประยุกต์ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องซึ่งมีหลายเทคนิควิธีไปใช้ในวิดีโอคอนเทนต์ที่ผลิตขึ้น อันจะทำให้สื่อที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพ ส่งเสริมการรับรู้และทำให้ผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานหรือองค์กรเกิดความพึงพอใจด้วย

6.3 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ผลการสร้างคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด เป็นคลิปที่ได้รวมรวมข้อมูลและเรียบเรียงขึ้นมาใหม่ ซึ่งทางบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด สามารถนำไปเป็นต้นแบบและพัฒนาเพื่อเผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานหรือบริการของทางบริษัท ทั้งนี้เพื่อให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ควรประชาสัมพันธ์สื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่แตกต่างไปจากเดิม หากเป็นไปได้ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแพลตฟอร์มที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ ณ ขณะนั้น เช่น ยูทูป ทวิตเตอร์ จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำสื่อที่พัฒนาขึ้นไปใช้เป็นสื่อประกอบการประชาสัมพันธ์ในงานอีเวนท์ต่าง ๆ ที่หน่วยงานจัดขึ้น เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ในผลงานของบริษัท และเพิ่มฐานคนดูที่สนใจให้เพิ่มมากขึ้น

2) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทเมอคิวรี่ ดิจิตอล จำกัด

2.2) ควรศึกษาแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกของธุรกิจเอกชนที่เสริมสร้างการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายขององค์กรโดยเผยแพร่รูปแบบนิทรรศการออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีเมตาเวิร์ส

เอกสารอ้างอิง

[1] วนิดา บุตตะมา. (2567). ความสำคัญของเทคโนโลยีในสังคมปัจจุบัน. https://www.gotoknow.org/posts/503459#google_vignette.

[2] Mandala AI. (2567). PR คืออะไร ทำไมถึงมีความสำคัญ พร้อมเทคนิคการทำให้ประสบความสำเร็จ. https://blog.mandalasystem.com/th/public-relations.

[3] มนัส สายแก้ว. (2567). รู้จักกับสื่อวีดีทัศน์เบื่องต้น. http://kruthinkandan.net/home/images/dataktd/article/software/video/vedio-11.pdf.

[4] วชิระ ทองสุข. (2567). แพลตฟอร์ม คืออะไรกันแน่? ทำไมพูดถึงกันบ่อยจัง ยุคนี้ใครไม่รู้ต้องรู้แล้ว!. https://talkatalka.com/blog/what-is-a-platform/.

[5] ณัฐปรียา นิพนธ์ศักดิ์. (2567). ประวัติ Mercury Digital Marketing. https://docs.google.com/document/d/1ck-mUq6ef-PDyuQtkS2MM-e7W1egNg4bbUjsqZxEnY4/edit.

[6] Merc station. (2567). จำนวนผู้ติดตามเพจ Merc station (facebook). https://www.facebook.com/share/yVNvTtpfhmfk6BU6/?mibextid=LQQJ4d.

[7] Merc station. 2567. จำนวนผู้ติดตามเพจ Merc station (instagram). https://www.instagram.com/merc.station?igsh=em1hc2tlazZuZHA=.

[8] Merc station. (2567). จำนวนผู้ติดตามเพจ Merc station (tiktok). https://www.tiktok.com/@merc.station?is_from_webapp=1&sender_device=pc.

[9] บุญชม ศรีสะอาด. (2567). การแปลผลเมื่อใช้เครื่องมือรวบรวมข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า.https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemmsu/article/view/154477/112393.

[10] People Value. (2567). การออกแบบด้วย ADDIE Model. https://www.peoplevalue.co.th/content/9120/การออกแบบด้วย-addie-model.

[11] กุลธิดา ธรรมวิภัชน์ และคณะ. (2567). การสร้างวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ส่วนส่งเสริมรายการ บมจ. อสมทโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem Agitate

Solve. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก. ปีที่ 3 ฉบับที่ 1. 66-79. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JSCI/article/view/249895/169213.

[12] กุลธิดา ธรรมวิภัชน์ และคณะ. (2565). การพัฒนาสื่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก. ปีที่ 2 ฉบับที่ 1. 16-29. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JSCI/article/view/246023/167216.

[13] พรปภัสสร ปริญชาญกล และคณะ. (2566). การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โปรไฟล์องค์กรของบริษัทไวท์ไลน์แอคทิเวชั่นจำกัดโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Simon Sinek's Golden Circle. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2. 94-105. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jmctrmutp/article/view/266087/180880.

[14] กุลธิดา ธรรมวิภัชน์ และคณะ. (2566). การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Three-act Structure. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์. ปีที่ 23 ฉบับที่ 2.128-143. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/commartsreviewsiamu/article/view/269332/180148.