



## การนำเสนอเนื้อหาและการมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงาม “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี”: กรณีศึกษาการประกวดนางงามจักรวาลประจำปี 2566

Presenting Content and Engagement on the Facebook Fanpage of the Beauty Pageant  
“Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี”: A Case Study of the Miss Universe 2023 Pageant

รัชชชัย ดวงไทย. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

Thawatchai Doungthai. Faculty of Management Science. Chiang Rai Rajabhat University.

Email: thawatchai.dou@crru.ac.th

Received: 9 June 2024 ; Revised: 17 June 2024 ; Accepted: 15 July 2024

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประเด็นเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี” 2) เพื่อศึกษาประเภทสื่อและรูปแบบเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี” 3) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี” โดยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมต่อสารของผู้รับสารและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า ประเด็นเนื้อหาสาร เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ 1) อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว ช่วงกิจกรรมของประกวดนางงามจักรวาล 2566 2) คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ถ่ายทอดสดสถานการณ์การประกวดนางงามจักรวาล 2566 3) อิริยาบถเพื่อนนางงามต่างชาติในรอบการประกวดนางงามจักรวาล 2566 ด้านการเลือกใช้สื่อเพื่อการนำเสนอสาร เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ 1) ภาพนิ่ง 2) คลิปวิดีโอ 3) ข้อความ ด้านรูปแบบเนื้อหาที่ใช้นำเสนอสาร เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ 1) เนื้อหาเรื่องราวสั้น ๆ 2) คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) อยู่ร่วมในเนื้อหาสาร 3) เนื้อหาข่าวสาร และการมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อสาร เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ 1) คลิปวิดีโอแอนโทเนีย โพซิ้ว ร้องเพลงในรายการทัวร์มาลง 2) คลิปวิดีโอคุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) นำเสนอสถานการณ์หลังการประกวดนางงามจักรวาล 2566 3) คลิปวิดีโอแอนโทเนีย โพซิ้ว ร่วมขบวนแห่เฉลิมฉลองตำแหน่งรองอันดับ 1 นางงามจักรวาล 2566 ในประเทศไทย

คำสำคัญ: พุดได้ใหม่พีจี, เฟซบุ๊กแฟนเพจ, การประกวดนางงาม

### Abstract

The objectives of this study were: 1) to examine the content of the messages 2) to investigate the types of media and content formats used to present the messages, and 3) to examine the engagement of the receivers with the content of the messages. The study employed a mixed-method research approach combining qualitative and quantitative methods. Qualitative data was collected through content analysis of the messages on the Facebook page “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี”. Quantitative data was collected through the analysis of the receivers engagement with the content and the content analysis.

The results of the study found that the content issues, ranked from most to least, were as follows: 1) Anntonia Porsild's mannerisms during the Miss Universe 2023 pageant activities 2) Jarucha Panmune (Auntie Jee) live-streaming the situation of the Miss Universe 2023 pageant and 3) the mannerisms of international beauty pageant contestants during the Miss Universe 2023 pageant. Regarding the selection of media for presenting the content, ranked from most to least, were as follows: 1) still images 2) video clips, and 3) text. In terms of the content presentation format, ranked from most to least, were as follows: 1) short story content 2) content featuring Jarucha Panmune (Auntie Jee), and 3) news content. The audience's engagement with the content, ranked from most to least, was as follows: 1) A video clip of Anntonia Porsild singing on the "Tour Ma Long" show, 2) A video clip of Jarucha Panmune (Auntie Jee) presenting the situation after the Miss Universe 2023 pageant, 3) A video clip of Anntonia Porsild participating in the celebratory parade for being the 1st runner-up in Miss Universe 2023 in Thailand. **Keywords:** Pooddaimaipjee, Facebook Fanpage, Beauty Pageant

### บทนำ

ปัจจุบันโลกก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลทำให้ประชาชนติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และไร้พรมแดน จากการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมทางดิจิทัลของประชาชนไทยในปี พ.ศ. 2566 โดย We Are Social และ Meltwater พบว่า ประชาชนไทยมีการใช้โซเชียลมีเดียมากถึง 52.25 ล้านคน ซึ่งโซเชียลมีเดียที่นิยมใช้ได้แก่ 1. เฟซบุ๊ก ร้อยละ 91.00 2. ไลน์ ร้อยละ 90.70 และ 3. เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ ร้อยละ 80.80 (Insightera, 2566)

โดยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางการบอกเล่าเรื่องราวหรือกิจกรรมของตนเองผ่านการนำเสนอข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ เสียง ฯลฯ เพื่อให้เพื่อนสมาชิกได้รับรู้ข้อมูลผ่านหน้าเพจและเมื่อเพื่อนสมาชิกได้ทราบข้อมูลก็จะมีปฏิสัมพันธ์ต่อข้อมูลโดยการแสดงความคิดเห็น การแสดงความชื่นชอบ การแบ่งปัน ฯลฯ อีกทั้ง เฟซบุ๊กยังเป็นเครื่องมือสื่อสารตราสินค้าได้เป็นอย่างดีจากการสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการ

เช่นเดียวกับแวดวงการประกวดนางงามโซเชียลมีเดียได้เข้ามามีบทบาทต่อการรายงานข่าวเป็นอย่างมาก เช่น เฟซบุ๊กและอินสตาแกรมของกองประกวดและผู้เข้าร่วมประกวดนางงาม โดยอาจารย์ฐิติพงษ์ ด้วงคง นักวิชาการด้านการประกวดนางงามกล่าวว่า "ภาพของการถ่ายทอดสดผ่านโซเชียลมีเดียจะถูกสื่อกระแสหลักนำมาเผยแพร่ต่อ ใช้อ้างอิง เนื่องจากกองประกวดสังเกตเห็นอำนาจของสื่อ โดยให้นางงามและผู้ที่อยู่ในบรรยากาศการประกวดเป็นผู้เดินเกมเอง" (ฐิติพงษ์ ด้วงคง, 2560) ซึ่งปัจจุบันมีการสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านการประกวดนางงามจำนวนมาก เช่น กระทรวงนางงามแห่งประเทศไทย Pageant Insiders สไปรท์ไอท์ที่ใหญ่กว้าง เป็นต้น

โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจ "Pooddaimaipjee-พูดได้มัยพี่จ้" ซึ่งมีคุณจรรยา ปานมณี (พี่จ้) และคุณเจนรบ ชัยเลิศ (ครูเจน) เป็นเจ้าของ ซึ่งมีจุดเด่น คือ นำเสนอข้อมูลที่ทันเหตุการณ์ มีการถ่ายทอดสดในสถานที่จริง มีพี่จ้ร่วมนำเสนอข้อมูลนางงาม จึงทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจดังกล่าวได้รับความนิยมโดยผู้รับสารมีการแสดงความคิดเห็น การแสดงความชื่นชอบ และการแบ่งปันข้อมูลในแต่ละข้อมูลจำนวนมาก ปัจจุบันมีผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจจำนวน 5 แสนคน เป็นอันดับ 1 ของเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านการประกวดนางงามของประเทศไทย

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ "Pooddaimaipjee-พูดได้มัยพี่จ้" ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ เนื้อหาสาร ประเภทสื่อและรูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสาร และการมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาสาร ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมยังไม่มีผู้ทำการศึกษามาก่อน ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ผู้สร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านการประกวดนางงามได้นำผลการศึกษาไปใช้เพื่อการออกแบบเนื้อหาสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านการประกวดนางงามให้ประสบความสำเร็จ

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประเด็นเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี”
2. เพื่อศึกษาประเภทสื่อและรูปแบบเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี”
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี”

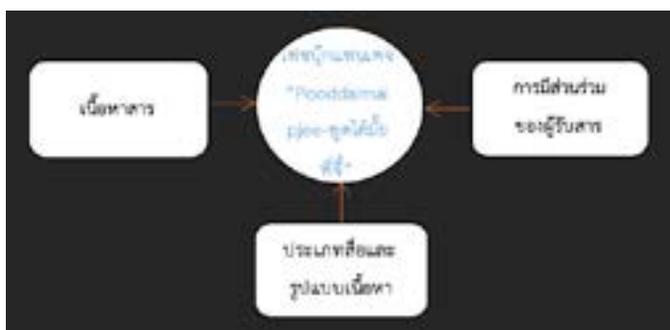
## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**แนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก** เฟซบุ๊กเป็นโซเชียลมีเดียที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก ซึ่งการได้รับความนิยมของเฟซบุ๊กอาจเนื่องมาจากผู้ใช้งานสามารถใช้ติดต่อสื่อสารหรือร่วมกิจกรรมกับผู้ใช้งานอื่น ๆ ได้ เช่น การเขียนข้อความ การแสดงความคิดเห็น การพูดคุย ฯลฯ (พิชญา สิทธิบุตร, 2559) ปัจจุบันเฟซบุ๊กมีคุณลักษณะพิเศษ เช่น วิดีโอสั้น (Reels) การถ่ายภาพนิ่ง 360 องศา การแสดงความคิดเห็นด้วยคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด เป็นต้น อีกทั้ง เฟซบุ๊กยังสามารถสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) เพื่อการสื่อสารข้อมูลได้ เฟซบุ๊กแฟนเพจ หมายถึง หน้าเพจเฟซบุ๊กที่ผู้ใช้บริการให้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของตนเองไปสู่ผู้รับสาร โดยมีความสำคัญที่หลากหลาย เช่น สามารถสื่อสารได้บนหน้าเฟซบุ๊กของกลุ่มเป้าหมาย สามารถให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ช่วยให้ตราสินค้ามีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (กัญชวลิตา ตันเจริญ, 2563)

**แนวคิดประเภทสื่อและรูปแบบเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย** อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2561) และชุตินันต์ เกิดวิบูลย์เวช (2560) กล่าวว่า สื่อดิจิทัลมี 5 ประเภท ได้แก่ ข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ ในส่วนรูปแบบเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียมีรูปแบบที่หลากหลาย ได้แก่ เนื้อหาจากผู้บริโภค บอกรประโยชน์ผลิตภัณฑ์ คลิปวิดีโอไลฟ์สด การทำงานของตราสินค้า การสอน ส่งเสริมการตลาด อัลบั้มภาพ ทันเหตุการณ์ การถาม-ตอบ คำคม ประโยชน์หรือการแก้ไขปัญหา ข่าวสาร เรื่องราวสั้น ๆ โฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการ การจัดอันดับ รีวิวสถานที่ อินโฟกราฟิก กิจกรรมการนัดหมาย การเขียนบันทึก เหตุการณ์สำคัญ การอัปเดตสถานะ ลิงก์ (STEPS Academy, 2560 ; Hilliard, 2555 อ้างถึงใน สุจิตานันท์ ชัยไชษิตภริมย์ และ ชุตินันต์ เกศดาอยู่รัตน์, 2560 ; Patel (2557 ; เกศริน รัตนพรรณทอง, 2555 อ้างถึงใน ธนพล ตั้งสิริสุธิกุล, 2562)

**แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อสื่อเฟซบุ๊ก (Engagement Rate)** การมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ คือ การมีปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข้อมูลที่นำเสนอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้น ๆ ซึ่งผลลัพธ์ของการมีส่วนร่วมของผู้รับสารจะบ่งบอกให้ผู้ดูแลเฟซบุ๊กแฟนเพจทราบว่าข้อมูลที่นำเสนอไปยังผู้รับสารสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อผู้รับสารมากหรือน้อย หากเฟซบุ๊กแฟนเพจได้มีการมีส่วนร่วมของผู้รับสารสูงก็จะมีโอกาสเพิ่มจำนวนผู้รับสารรายใหม่ได้และตราสินค้าก็จะมีที่น่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีวิธีคำนวณโดยการนำผลรวมของจำนวนการแสดงความคิดเห็น การแบ่งปัน และการแสดงความคิดเห็น จากนั้นหารด้วยจำนวนผู้ติดตามของเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้น ๆ และคูณด้วย 100 (ปรกติ นกุลสมปวารณา, 2563)

## กรอบแนวคิดการวิจัย



### รูปแบบการวิจัย

**ประเภทของการวิจัย** การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยแบบผสมผสานซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหาสาระ ประเภทสื่อและรูปแบบเนื้อหาในการนำเสนอเนื้อหาสาระ ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทำการวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหาสาระ ประเภทสื่อและรูปแบบเนื้อหาในการนำเสนอเนื้อหาสาระ รวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาจากกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร** ได้แก่ เนื้อหาสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี”

**กลุ่มตัวอย่าง** ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย ได้แก่ เนื้อหาสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี” ตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน 2566 ถึง 4 ธันวาคม 2566 ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาการประกวดนางงามจักรวาล ประจำปี 2566 (Miss Universe 2023) (pptvhd36, 2566) จำนวน 672 ข้อมูล

### วิธีดำเนินการวิจัย

**เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล** ได้แก่ 1. ตารางการลงรหัส (Coding Sheet) สำหรับวิเคราะห์เนื้อหาสาระ ประเภทสื่อและรูปแบบเนื้อหาในการนำเสนอเนื้อหาสาระจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจะนำตารางลงรหัสไปวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความชัดเจนของเครื่องมือ จากนั้น ทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้วจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป และ 2. ตารางการลงรหัส สำหรับบันทึกจำนวนการแสดงความถูกใจ (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) การแบ่งปัน (Share) สำหรับการหาค่าการมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาสาระ

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 ส่วน ได้แก่ เชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาสาระจากการอ่านเพื่อจับประเด็นเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างนำเสนอ ได้แก่ 1. เนื้อหาสาระ 2. ประเภทสื่อ และ 3. รูปแบบเนื้อหาในการนำเสนอเนื้อหาสาระ จากนั้น ผู้วิจัยจะทำการบันทึกความถี่ลงในตารางการลงรหัส ทางด้านเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะทำการบันทึกความถี่ของการแสดงความถูกใจ การแสดงความคิดเห็นและการแบ่งปันของกลุ่มตัวอย่าง และทำการบันทึกความถี่จากการวิเคราะห์เนื้อหาสาระ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลภายหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างได้นำเสนอเนื้อหาสาระไปแล้ว 5 วัน

**การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ** ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- **ประเด็นเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566** ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบการวิเคราะห์เนื้อหาสาระจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีประเด็นเนื้อหาต่าง ๆ ได้แก่ 1. อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว ช่วงกิจกรรมกองประกวดนางงาม 2. คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ถ่ายทอดสดสถานการณ์การประกวดนางงาม 3. อิริยาบถเพื่อนนางงามต่างชาติในรอบการประกวดนางงาม 4. อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว และนางงามต่างชาติช่วงกิจกรรมกองประกวดนางงาม 5. อิริยาบถนางงามต่างชาติช่วงกิจกรรมกองประกวดนางงาม 6. อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว ในรอบการประกวดนางงาม 7. กระแสคู่จิ้น #PORDEEUNIVERSE 8. อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว รองอันดับ 1 นางงามจักรวาล 2566 ที่ไทย 9. ผู้ดูแลเพจเฟซบุ๊กแจ๊จจ่าวสารคุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) 10. แอนโทเนีย โพซิ้ว รองอันดับ 1 นางงามจักรวาล 2566 ขอขอบคุณผู้สนับสนุนการประกวดนางงาม เป็นต้น

- **ประเภทสื่อที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566** ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดเพื่อการวิเคราะห์เนื้อหาสาระ โดยการนำแนวคิดประเภทสื่อบนโซเชียลมีเดียที่ อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2561) และชุตินันต์ เกิดวิบูลย์เวช (2560) ได้เคยนำเสนอไว้มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

- **ข้อความ** พิจารณาจากข้อมูลที่เป็นตัวอักษรจากเฟซบุ๊ก หรือตัวอักษรจากหนังสือ ฯลฯ
- **เสียง** พิจารณาจากข้อมูลที่เป็นสัญญาณเสียงที่ไม่มีภาพนิ่ง/เคลื่อนไหว คลิปวิดีโอประกอบ
- **ภาพนิ่ง** พิจารณาจากข้อมูลที่เป็นรูปภาพที่ไม่มีกรเคลื่อนไหว เช่น ภาพวาด ภาพถ่าย ฯลฯ

- **ภาพเคลื่อนไหว** พิจารณาจากข้อมูลที่เป็นภาพเคลื่อนไหวที่สร้างจากการนำภาพนิ่งหลาย ๆ ภาพ มาแสดงต่อกันอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง หรือภาพแอนิเมชัน
- **คลิปวิดีโอ** พิจารณาจากข้อมูลที่เป็นภาพจากการบันทึกภาพด้วยกล้องวีดิทัศน์ประเภทต่าง ๆ และมีการนำเสนอข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบเข้าด้วยกัน
- **อื่น ๆ** พิจารณาจากประเด็นที่นอกเหนือจากหัวข้อข้างต้น
- **รูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566** ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดโดยการนำแนวคิดรูปแบบเนื้อหาบนสื่อโซเชียลมีเดียที่ STEPS Academy (2560) และ Hilliard (2555 อ้างถึงใน วิฐานันท์ ชัยโสมชิตภิมรย์ และชุติมา เกศดาญรัตน์, 2560) และ Patel (2557 ; เกศริน รัตนพรณทอง, 2555 อ้างถึงใน ธนพล ตั้งสิริสุธิกุล, 2562) มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อทุกประเภทที่นำเสนอตรงกับหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้
  - **เนื้อหาจากผู้บริโภค (User-Generated Content)** พิจารณาจากข้อมูลจากลูกเพจ เช่น การเลียนแบบการแนะนำตัว/การเดินทางชุดประจำชาติของแอนโทเนีย โพซิ้ว
  - **เนื้อหาบอกรายชน์ผลิตภัณฑ์ (Product Showcase)** พิจารณาจากข้อมูลประโยชน์จากการใช้งานผลิตภัณฑ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์
  - **เนื้อหาคลิปวิดีโอไลฟ์สด (Live Video)** พิจารณาจากคลิปวิดีโอถ่ายทอดสดจากสถานที่การประกวดต่าง ๆ เช่น การไลฟ์สดของคุณจรรยา ปานมณี (ป้าจี้) การไลฟ์สดของทีมงานเพชฌัญญาแพนเพจ
  - **เนื้อหาการทำงานเบื้องหลัง (Behind The Scene)** พิจารณาจากข้อมูลการทำงานของเพชฌัญญาแพนเพจ เช่น การชื่นชมการทำงานของผู้ดูแลเพชฌัญญาแพนเพจ
  - **เนื้อหาการสอน (How to)** พิจารณาจากข้อมูลการสอน
  - **เนื้อหาส่งเสริมการตลาด (Promotional Content)** พิจารณาจากข้อมูลส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ เช่น การลดราคาผลิตภัณฑ์ การแจกผลิตภัณฑ์
  - **เนื้อหาอัลบั้มภาพ (Album Content)** พิจารณาจากข้อมูลผ่านรูปภาพหลาย ๆ รูป รวมกันเป็นอัลบั้มภาพ เช่น อัลบั้มภาพชุดราตรี/ชุดประจำชาติของผู้เข้าประกวดนางงามจักรวาล
  - **เนื้อหาทันเหตุการณ์ (Real Time Content)** พิจารณาจากข้อมูลตามกระแสสังคมในเวลานั้น ๆ เช่น การแปรอักษรเกี่ยวกับแอนโทเนีย โพซิ้ว กระแสคู่จิ้น #PORDEEUNIVERSE
  - **เนื้อหาถาม-ตอบ (Question & Opinion Content)** พิจารณาจากข้อมูลที่ตั้งคำถาม การสร้างแบบสอบถาม เช่น การถามคำถามจากผู้ดูแลเพชฌัญญาแพนเพจ
  - **เนื้อหาคำคม (Text Quote Content)** พิจารณาจากข้อมูลคำคม
  - **เนื้อหาที่เป็นประโยชน์หรือการแก้ไขปัญหา (Solvable & Beneficial content)** พิจารณาจากข้อมูลที่มีประโยชน์หรือเนื้อหาที่แก้ไขปัญหา
    - **เนื้อหาข่าวสาร** พิจารณาจากการนำเสนอข้อเท็จจริง เช่น ผลการประกวดนางงามจากสำนักข่าว
    - **เนื้อหาเรื่องราวสั้น ๆ (Anecdote)** พิจารณาจากข้อมูลเรื่องราวสั้น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ดูแลเพชฌัญญาแพนเพจ หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเพชฌัญญาแพนเพจ
    - **เนื้อหาโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Advertisement of Service/Events)** พิจารณาจากข้อมูลการโฆษณาผลิตภัณฑ์ หรือการบริการขององค์กร
  - **เนื้อหาการจัดอันดับ (List)** พิจารณาจากข้อมูลการจัดอันดับข้อมูลต่าง ๆ เช่น ผลโพลนางงาม
  - **เนื้อหารีวิวสถานที่ (Place Review)** พิจารณาจากข้อมูลสถานที่เชิงลึก เช่น สถานที่ท่องเที่ยว
  - **เนื้อหาอินโฟกราฟิก (Infographics)** พิจารณาจากข้อมูลที่เข้าใจง่ายและรวดเร็วผ่านสื่อกราฟิก
  - **เนื้อหากิจกรรมการนัดหมาย (Events)** พิจารณาจากข้อมูลเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งระบุชื่อกิจกรรม วัน เวลาและสถานที่ เช่น การนัดหมายชมการประกวดนางงาม

- **เนื้อหาการเขียนบันทึก (Notes)** พิจารณาจากข้อมูลจากผู้ดูแลเฟชบุ๊กแฟนเพจฉบับที่ประจำวันที่เกี่ยวข้องกับตนเอง
- **เนื้อหาเหตุการณ์สำคัญ (Milestones)** พิจารณาจากข้อมูลเหตุการณ์สำคัญของบุคคลหรือประวัติศาสตร์ เช่น คลิปวิดีโอางงามจักรวาลในอดีต
- **เนื้อหาการอัปเดตสถานะ (Status Update)** พิจารณาจากการเปิดรับผู้สนับสนุนเฟชบุ๊กแฟนเพจ
- **เนื้อหาลิงก์ (Link)** พิจารณาจากการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์อื่น ๆ มานำเสนอ
- **ผู้ดูแลเฟชบุ๊กแฟนเพจทักทายลูกเพจ** พิจารณาจากข้อมูลจากผู้ดูแลเฟชบุ๊กแฟนเพจทักทายลูกเพจ หรือผู้ดูแลเฟชบุ๊กแฟนเพจแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้เข้าประกวดนางงามต่อลูกเพจ
- **คุณจรรยา ปานมณี** อยู่ร่วมในเนื้อหาสาร พิจารณาจากการที่คุณจรรยา ปานมณี (ป้าจี้) อยู่ร่วมในเนื้อหาสารที่เฟชบุ๊กแฟนเพจนำเสนอ
- **คุณเจนรบ ชัยเลิศ** อยู่ร่วมในเนื้อหาสาร พิจารณาจากการที่คุณเจนรบ ชัยเลิศ (ครูเจน) อยู่ร่วมในเนื้อหาสารที่เฟชบุ๊กแฟนเพจนำเสนอ
- **อื่น ๆ** พิจารณาจากประเด็นที่นอกเหนือจากประเด็นข้างต้น

โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหาสารและประเภทสื่อที่ใช้การนำเสนอเนื้อหาสารบนตารางการลงรหัส ซึ่งกำหนดให้ 1 เนื้อหาสารต่อ 1 กรอบการวิเคราะห์ ในส่วนรูปแบบเนื้อหาที่ใช้การนำเสนอเนื้อหาสาร กำหนดให้ 1 เนื้อหาสารสามารถสอดคล้องกับกรอบการวิเคราะห์ได้ไม่จำกัดจำนวน และมีนักวิจัยจำนวน 3 ท่าน ทำการวิเคราะห์เนื้อหาสารบนตารางลงรหัสเพื่อเป็นการควบคุมความเที่ยง (Reliability) ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยการยกตัวอย่างเนื้อหาสารที่สอดคล้องกับประเด็นที่ทำการศึกษตามผลการจัดลำดับคะแนนจากมากไปน้อยเพื่ออธิบายให้เห็นถึงรายละเอียดให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหาสาร ประเภทสื่อและรูปแบบเนื้อหาที่ใช้การนำเสนอเนื้อหาสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิเคราะห์เนื้อหาสารบนตารางการลงรหัสที่สร้างขึ้นโดยกำหนดหน่วยวัดเพื่อการระบุจำนวน คือ จำนวนความถี่ (Frequency) โดยใช้วิธีการนับในระดับนามบัญญัติ (nominal scale) เพื่อการนับจำนวน ซึ่งข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยจะใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ในการหาค่าสัดส่วน ในส่วนการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาสาร ผู้วิจัยจะรวบรวมจำนวนการแสดงความถูกใจ (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการแบ่งปัน (Share) ต่อเนื้อหาสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้จำนวนความถี่ (Frequency) เป็นหน่วยนับเพื่อระบุจำนวนการมีส่วนร่วมของผู้รับสารโดยใช้วิธีการนับในระดับนามบัญญัติเช่นเดียวกัน จากนั้น นำค่าความถี่ต่าง ๆ มาคำนวณผ่านสูตร ดังนี้ (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2563)

$$\% \text{ Average Engagement Rate} = \frac{\text{Likes} + \text{Comments} + \text{Shares}}{\text{Followers}} \times 100$$

**สรุปผลการวิจัย**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเฟชบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพีจี้” จำนวน 672 ข้อมูลปรากฏผลการวิจัยที่น่าสนใจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเด็นเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566 ผู้วิจัยจำแนกประเด็นเนื้อหาได้ 164 ประเด็น ซึ่งในบทความนี้ผู้ทำวิจัยขอนำเสนอประเด็นเนื้อหา เรียงลำดับจากมากไปน้อย 10 ลำดับ ดังผลในตารางที่ 1

## ตารางที่ 1 ประเด็นเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566

ลำดับที่	ประเด็นเนื้อหา	จำนวนโพล์ (ร้อยละ)
1.	อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว ช่วงกิจกรรมกองประกวดนางงามจักรวาล 2566	89 (13.24)
2.	คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ถ่ายทอดสดสถานการณ์การประกวดนางงามจักรวาล 2566	90 (5.95)
3.	อิริยาบถเพื่อนนางงามต่างชาติในรอบการประกวดนางงามจักรวาล 2566	37 (5.51)
4.	อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว และนางงามต่างชาติจึงกิจกรรมกองประกวดนางงามจักรวาล 2566	34 (5.06)
4.	อิริยาบถนางงามต่างชาติซึ่งกิจกรรมกองประกวดนางงามจักรวาล 2566	34 (5.06)
6.	อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว ในรอบการประกวดนางงามจักรวาล 2566	33 (4.91)
7.	ละครสุดจิ้น #PORCEUNIVERSE	18 (2.60)
8.	อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว รองอันดับ 1 นางงามจักรวาล 2566 ที่ประเทศไทย	17 (2.53)
9.	ผู้ดูแลเพจเพจ "Poooddaimaijoo - ซุสไม้มี่เจ๊จี้" แจ้งข่าวสารคุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้)	14 (2.08)
9.	แอนโทเนีย โพซิ้ว รองอันดับ 1 นางงามจักรวาล 2566 ขอขอบคุณสนับสนุนการประกวดนางงาม	14 (2.08)
**	ประเด็นเนื้อหาอื่น ๆ ลำดับที่ 11-164	342 (50.09)
	รวม	672 (100.00)

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างได้นำเสนอประเด็นเนื้อหา เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่

1. อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว ช่วงกิจกรรมกองประกวดนางงามจักรวาล 2566 ร้อยละ 13.24
2. คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ถ่ายทอดสดสถานการณ์การประกวดนางงามจักรวาล 2566 ร้อยละ 5.95 และ
3. อิริยาบถเพื่อนนางงามต่างชาติในรอบการประกวดนางงามจักรวาล 2566 ร้อยละ 5.51 ตัวอย่างเช่น รูปที่ 1 แอนโทเนีย โพซิ้ว นางงามไทยเข้าร่วมกิจกรรม Best Buddies เพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มทางสังคมระหว่างผู้มีความบกพร่องทางสติปัญญาและผู้ที่ไม่มีความพิการ จากรูปที่ 2 คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ถ่ายทอดสดสถานการณ์การประกวดนางงามรอบการประกวดชุดประจำชาติให้แฟนนางงามร่วมลุ้นและเป็นกำลังใจแก่นางงามไทย จากรูปที่ 3 เป็นอิริยาบถของนางงามประเทศชิลี อินเดีย โดมินิกัน และตรินิแดดแอนโตเบโกในการรายงานตัวเข้ากองประกวด



รูปที่ 1 อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว ช่วงกิจกรรมกองประกวดนางงามจักรวาล 2566



รูปที่ 2 คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ถ่ายทอดสดสถานที่การณัการประกวดนางงามจักรวาล 2566



รูปที่ 3 อริยาบถเพื่อนนางงามต่างชาติในรอบการประกวดนางงามจักรวาล 2566

ประเภทสื่อที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566 จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ประเภทสื่อที่ใช้นำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566 มีจำนวน 4 ประเภท เรียงลำดับจากมากไปน้อย 4 ลำดับ ดังผลในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ประเภทสื่อที่ใช้นำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566

ลำดับที่	ประเภทสื่อ	จำนวนโพสต์ (ร้อยละ)	ลำดับที่	ประเภทสื่อ	จำนวนโพสต์ (ร้อยละ)
1.	ภาพนิ่ง	326 (48.51)	3.	ข้อความ	39 (5.80)
2.	คลิปวิดีโอ	306 (45.54)	4.	ภาพเคลื่อนไหว	1 (0.15)
			รวม		672 (100.00)

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อเพื่อการนำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566 เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. ภาพนิ่ง ร้อยละ 48.51 2. คลิปวิดีโอ ร้อยละ 45.54 3. ข้อความ ร้อยละ 5.80 และ 4. ภาพเคลื่อนไหว ร้อยละ 0.15 ตัวอย่างเช่น รูปที่ 4 ภาพนิ่งแอนโทเนีย โพซิ้ว สวมใส่ชุดราตรีในงานกาล่าไนท์ จากรูปที่ 5 คลิปวิดีโอแอนโทเนีย โพซิ้ว เข้ารอบ 5 คนสุดท้าย จากรูปที่ 6 ผู้ดูแลเพจเฟซบุ๊กสอบถามแฟนนางงามว่าใครควรเป็น 5 คนสุดท้ายหลังการประกวดรอบ Preliminary ด้วยข้อความ



รูปที่ 4 ประเภทภาพนิ่ง



รูปที่ 5 ประเภทคลิปวิดีโอ



รูปที่ 6 ประเภทข้อความ

รูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566 จากกรณีวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รูปแบบเนื้อหาที่ใช้นำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566 เรียงลำดับจากมากไปน้อย 17 ลำดับ ดังผลในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รูปแบบเนื้อหาที่ใช้นำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566

ลำดับ	รูปแบบเนื้อหา	จำนวนโพสท์ (โพสท์)	ลำดับ	รูปแบบเนื้อหา	จำนวนโพสท์ (โพสท์)
1.	เนื้อหาเรื่องราวสั้น ๆ	492 (73.21)	10.	เนื้อหาการทำงานของสมาชิก	15 (2.23)
2.	คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) อยู่ร่วมในเนื้อหาสาร	81 (12.05)	12.	คุณเจนจบ ชีวเลิศ (คุณจวบ) อยู่ร่วมในเนื้อหาสาร	10 (1.49)
3.	เนื้อหาข่าวสาร	59 (8.78)	13.	เนื้อหาละคร	6 (0.89)
4.	เนื้อหาการถาม-ตอบ	43 (6.40)	14.	เนื้อหาการให้คำปรึกษา	4 (0.60)
5.	ผู้ดูแลเพจ/แฟนเพจ/วิทยากร/พร	42 (6.25)	14.	เนื้อหาส่งเสริมการขาย	4 (0.60)
6.	เนื้อหาอีกรูปภาพ	38 (5.65)	16.	เนื้อหาจากผู้ใช้โซเชียล	2 (0.30)
7.	เนื้อหาคลิปวิดีโอ/ไลฟ์สด	28 (4.17)	17.	เนื้อหาการจับรางวัล	1 (0.15)
8.	เนื้อหาที่แสดงอารมณ์	25 (3.72)	17.	เนื้อหาการจับรางวัล	1 (0.15)
9.	เนื้อหากิจกรรมการนิเทศ	19 (2.83)	17.	เนื้อหาโฆษณา/สปอนเซอร์/บริการ	1 (0.15)
10.	เนื้อหาทางรายการที่สำคัญ	15 (2.23)			

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการนำเสนอรูปแบบเนื้อหาที่ใช้นำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566 เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ 1. เนื้อหาเรื่องราวสั้น ๆ ร้อยละ 73.21 2. คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) อยู่ร่วมในเนื้อหาสาร ร้อยละ 12.05 และ 3. เนื้อหาข่าวสาร ร้อยละ 8.78 ตัวอย่าง เช่น รูปที่ 7 นำเสนอแรงบันดาลใจในการออกแบบชุดเทวดาสตรีศรีหรือโยธยา รูปที่ 8 คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ร่วมถ่ายภาพกับนางงาม รูปที่ 9 ข่าวสารจากสำนักข่าว PPTV ที่แอนโทเนีย โพซิ้ว คิวอาร์อันดับที่ 1 นางงามจักรวาล 2566

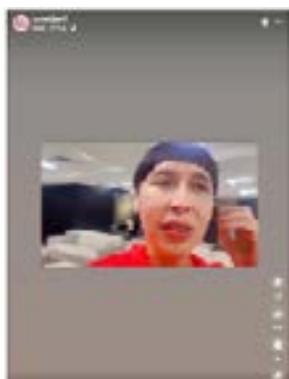


รูปที่ 7 เนื้อหาเรื่องราวสั้น ๆ    รูปที่ 8 คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้)    รูปที่ 9 เนื้อหาข่าวสาร  
อยู่ร่วมในเนื้อหาสาร

การมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566 จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้รับสารมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาสารจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละโพสต์จำนวนมาก ซึ่งในบทความนี้ผู้ทำวิจัยขอนำเสนอข้อมูลที่ผู้รับสารมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาสารเรียงลำดับจากมากไปน้อยในลำดับที่ 1-10 ดังผลในตารางที่ 4 ตารางที่ 4 การมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาการประกวดนางงามจักรวาล 2566

ลำดับที่	ข้อมูล	การถูกใจ (Like)	ความคิดเห็น (Comment)	การแบ่งปัน (Share)	การมีส่วนร่วม (Retweet)	ลำดับที่	ข้อมูล	การถูกใจ (Like)	ความคิดเห็น (Comment)	การแบ่งปัน (Share)	การมีส่วนร่วม (Retweet)
1.	614	32900	1000	1100	7.00	6.	560	16400	485	755	3.07
2.	477	482	20	34100	6.92	7.	399	14600	669	465	3.15
3.	591	28700	545	1600	6.17	8.	659	13900	344	272	2.88
4.	365	22600	545	1200	4.87	9.	363	12600	1100	344	2.81
5.	280	21800	374	740	4.58	10.	297	12800	338	270	2.68

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาสารจากกลุ่มตัวอย่าง เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ 1. ข้อมูลที่ 614 คลิปวิดีโอแอนโทเนีย โพซิ้ว ร้องเพลงในรายการทัวร์มาลง ซึ่งผู้รับสารมีส่วนร่วมต่อเนื้อหา ร้อยละ 7.00 (ดังรูปที่ 10) 2. ข้อมูลที่ 477 คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) นำเสนอสถานการณ์หลังการประกวดนางงามจักรวาล 2566 ซึ่งผู้รับสารมีส่วนร่วมต่อเนื้อหา ร้อยละ 6.92 (ดังรูปที่ 11) 3. ข้อมูลที่ 591 คลิปวิดีโอแอนโทเนีย โพซิ้ว ร่วมขบวนแห่เฉลิมฉลองตำแหน่งรองอันดับ 1 นางงามจักรวาล 2566 ในประเทศไทย ซึ่งผู้รับสารมีส่วนร่วมต่อเนื้อหา ร้อยละ 6.17 (ดังรูปที่ 12) เป็นต้น



รูปที่ 10 ข้อมูลที่ 614    รูปที่ 11 ข้อมูลที่ 477    รูปที่ 12 ข้อมูลที่ 591

องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย คือ ความรู้เรื่องอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ต่อการนำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ได้มีบทบาทการสื่อสารทั้งด้านเนื้อหาสาระ ประเภทสื่อ และรูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งส่งผลให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาสาระเป็นอย่างมาก เช่น ในเนื้อหาสาระพบว่าคุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ถ่ายทอดสดเพื่อรายงานการประกวดนางงาม และปรากฏอยู่ในภาพนิ่ง คลิปวิดีโอ ข้อความ และภาพเคลื่อนไหว ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ รวมถึงปรากฏอยู่ในรูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหา เช่น การร่วมถ่ายภาพ/คลิปวิดีโอกับผู้เข้าประกวดนางงาม อีกทั้งบุคลิกภาพของคุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการประกวดนางงามและมีบุคลิกภาพที่สอดคล้องกับเนื้อหาสาระจึงทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจ “Pooddaimaipjee - พุดได้มัยพี่จี้” ประสบความสำเร็จ

### อภิปรายผล

ผลการศึกษาที่น่าสนใจมี ดังนี้ ประเด็นเนื้อหาสาระจากกลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับมี ดังนี้ 1. อิริยาบถแอนโทเนีย โพซิ้ว ช่วงกิจกรรมกองประกวดนางงามจักรวาล 2566 2. คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ถ่ายทอดสดสถานการณ์การประกวดนางงามจักรวาล 2566 และ 3. อิริยาบถเพื่อนนางงามต่างชาติในรอบการประกวดนางงามจักรวาล 2566 ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมุ่งนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแอนโทเนีย โพซิ้ว เป็นอันดับแรก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าคุณกลุ่มตัวอย่างมุ่งนำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามและช่วงเวลาที่ทำการศึกษาตรงกับการประกวดนางงามจักรวาล 2566 ซึ่งตัวแทนสาวไทยมีแนวโน้มสูงในการคว้าชัยชนะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดแบบเน้นเนื้อหา โดยณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2557 อ้างถึงใน จารุพัฒน์ จรุงโกศากร, 2560) กล่าวว่า การสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าควรมีลักษณะ ดังนี้ 1. มีประโยชน์ 2. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีเนื้อหาสาระทั้งหมดเกี่ยวข้องกับนางงามจักรวาล 2566 ซึ่งเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายคือผู้ชื่นชอบนางงาม 3. มีความชัดเจนเข้าใจง่าย 4. มีคุณค่าที่ดี และ 5. มีความเป็นต้นฉบับในรูปแบบของตัวเองเพื่อสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการถ่ายทอดสดสถานการณ์การประกวดนางงามจักรวาล 2566 ด้วยอินฟลูเอนเซอร์ คือ คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้)

ทางด้าน ประเภทสื่อที่ใช้ในการนำเสนอสาระจากกลุ่มตัวอย่าง เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับมี ดังนี้ 1. ภาพนิ่ง 2. คลิปวิดีโอ และ 3. ข้อความ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดประเภทสื่อดิจิทัล (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2561 และชุตินันต์ เกิดวิบูลย์เวช, 2560) ที่กล่าวว่าสื่อดิจิทัลมี 5 ประเภท ได้แก่ 1. ภาพนิ่ง 2. คลิปวิดีโอ 3. ข้อความ 4. ภาพเคลื่อนไหว และ 5. เสียง ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้ดูแลเฟซบุ๊กแฟนเพจไม่เลือกใช้สื่อเสียงในการนำเสนอเนื้อหาสาระ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าคุณกลุ่มตัวอย่างมุ่งนำเสนอเนื้อหาการประกวดนางงามทำให้การใช้สื่อเสียงเพียงอย่างเดียวไม่สร้างความน่าสนใจและเหมาะสมกับลูกเพจได้ อีกทั้ง ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับ ธนพล ตั้งสิริสุธิกุล (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการนำเสนอข้อมูลร้านค้ากาแฟของฟู้ดบล็อกเกอร์ในประเทศไทยบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่า รูปภาพเป็นสื่อที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหามากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับข้อค้นพบของ วรวรรณ วาณิชยเสริมกุล (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Watsons ที่ทำให้เกิด Engagement ซึ่งพบว่า คลิปวิดีโอเป็นสื่อที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหามากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าคุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ได้เดินทางไปรับชมการประกวดนางงามเพียงคนเดียวจึงไม่สะดวกต่อการนำเสนอข้อมูลด้วยคลิปวิดีโอ และรูปภาพมีความสอดคล้องต่อการนำเสนอข้อมูลเรื่องนางงามมากกว่าคลิปวิดีโอ ในขณะที่ รูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสาระจากกลุ่มตัวอย่าง เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับมี ดังนี้ 1. เนื้อหาเรื่องราวสั้น ๆ 2. คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) อยู่ร่วมในเนื้อหาสาระ และ 3. เนื้อหาข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุตานันท์ ชัยโฆษิตภิรมย์ และชุตินันท์ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและการตอบสนองบนแพลตฟอร์มผู้ให้บริการแพลตฟอร์มทางานสำหรับฟรีแลนซ์ออนไลน์: กรณีศึกษาแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก Fastwork ซึ่งพบว่า รูปแบบเนื้อหาสาระที่มีการนำเสนอมากที่สุด คือ 1. เรื่องราว และ 2. โฆษณาสินค้าหรือบริการ และ 3. การตอบรับ ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่สอดคล้องกับข้อค้นพบของ ณัฐนิชา ทองทวี และคณะ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบิวตี้บล็อกเกอร์ยอดนิยม 4 อันดับแรกของไทยบนสื่อสังคมออนไลน์พบว่า เทคนิคการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ได้แก่ 1. การใช้ลิงก์ 2. การถ่ายทอดสด 3. รูปภาพ ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าคุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) ได้ไปร่วมเชียร์นางงามพร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลสถานการณ์การประกวดนางงามจักรวาล 2566 ที่สาธารณรัฐเอลซัลวาดอร์ด้วยตนเองจึงทำให้มีการใช้ลิงก์ของเว็บไซต์อื่น ๆ ค่อนข้างน้อย

ในส่วนผลการศึกษามีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาสาระจากกลุ่มตัวอย่าง เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับมี ดังนี้ 1. ผู้รับสารมีส่วนร่วม ร้อยละ 7.00 ในข้อมูลที่ 614 คลิปวิดีโอแอนโทเนีย โพซิ้ว ร้องเพลงในรายการทัวร์มาลง 2. ผู้รับสารมีส่วนร่วม ร้อยละ 6.92 ในข้อมูลที่ 477 คุณจารุชา ปานมณี (ป้าจี้) นำเสนอสถานการณ์หลังการประกวดนางงามจักรวาล 2566 3. ผู้รับสารมีส่วนร่วม ร้อยละ 6.17 ในข้อมูลที่ 591 คลิปวิดีโอแอนโทเนีย โพซิ้ว ร่วมขบวนแห่เฉลิมฉลองตำแหน่งรองอันดับ 1 นางงามจักรวาล 2566 ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธิดานันท์ ชัยไชยศิริภรณ์ และชุตติมา เกศดาญรัตน์ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและการตอบสนองบนแพลตฟอร์มผู้ให้บริการแพลตฟอร์มทางานสำหรับฟรีแลนซ์ออนไลน์: กรณีศึกษาแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก Fastwork ซึ่งพบว่า ประเภทของเนื้อหาสาระที่สร้างการมีส่วนร่วมต่อผู้รับสารด้วยการ Like มากที่สุด ได้แก่ 1. เนื้อหาประเภท Real time content 2. Activity และ 3. Album Content ตามลำดับ

**ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย**

1. ปัจจุบันรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสารกับเฟซบุ๊ก Feature มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น เช่น ยอดการชมคลิปวิดีโอ (View) ปุ่มแสดงอารมณ์ (Reaction) เช่น รัก (Love) ว้าว (Wow) เสียใจ (Sad) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงควรเลือกใช้สูตรคำนวณการมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาสาระให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์มากที่สุด
2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษามีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อประเภทสื่อและรูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสาระ เพื่อให้ได้คำตอบจากการศึกษาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

**ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป**

1. งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกวดนางงามจักรวาล 2023 เท่านั้น ดังนั้นจึงควรศึกษาประเด็นเนื้อหาอื่นๆ เช่น การประกวดกลุ่ม LGBTQ+ กลุ่มเพศชาย ฯลฯ เพื่อให้ทราบถึงประเด็นการนำเสนอข้อมูลความงามที่หลากหลายมากขึ้น
2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาความสามารถทางการสื่อสารของอินฟลูเอนเซอร์บนเฟซบุ๊กแพลตฟอร์ม "Pooddaimaipjee - พุดได้มีัยพีจี" ที่ส่งผลให้เฟซบุ๊กแพลตฟอร์มประสบความสำเร็จ

### บรรณานุกรม

- กัญชวลิตา ตันเจริญ. (2563). พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยโดยการติดตามแฟนเพจ *Unseen Tour Thailand*. [ปริญญา นิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- จารุพัฒน์ จรุงโกการ. (2560). ปัจจัยการสร้าง *Content Marketing* ที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในแบรนด์ เสื้อผ้าแฟชั่นในประชากร *Gen M*. [การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- ชุตินันต์ เกิดวิบูลย์เวช. (2560). *สื่อดิจิทัล สื่อแห่งอนาคต* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ฐิตานันท์ ชัยโฆษิตภิรมย์ และชุตินันท์ เกศดาญรัตน์. (2560). การวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มหางานสำหรับฟรีแลนซ์ออนไลน์: กรณีศึกษาแฟนเพจเฟซบุ๊ก *Fastwork*. [การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- ฐิติพงษ์ ด้วงคง. (2560). *สื่อเก่า VS สื่อใหม่ บทบาทที่เปลี่ยนไปของการรายงานข่าวนางงาม*. [www.facebook.com/ArtandCultureThaiPBS/videos/1766543416689207](http://www.facebook.com/ArtandCultureThaiPBS/videos/1766543416689207)
- ณัฐนิชา ทองทวี และคณะ. (2560). รูปแบบการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบิวตี้บล็อกเกอร์ยอดนิยม 4 อันดับแรกของไทยบนสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 5(2), 125-132.
- ธนพล ตั้งสิริสฤษฏ์กุล. (2562). การศึกษาารูปแบบการนำเสนอข้อมูลร้านค้ากาแฟของฟู้ดบล็อกเกอร์ในประเทศไทยบนสื่อสังคมออนไลน์. [สารนิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- ปรีดี นุกุลสมปรารภณา. (2563). *วิธีวัดผล KPI บนโลกโซเชียลมีเดีย*. [www.popticles.com/marketing/kpi-for-social-media](http://www.popticles.com/marketing/kpi-for-social-media)
- พิชญา สิทธิบุตร. (2559). *โลกออนไลน์อาเซียน*. สมุทรปราการ: บริษัท ออฟเซ็ทพลัส จำกัด.
- วรวรรณ วาณิชย์เสริมกุล. (2562). การศึกษาารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ *Watsons* ที่ทำให้เกิด *Engagement*. [การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). *สื่อสารศาสตร์ หลักการ แนวคิด นวัตกรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 1). ปทุมธานี: สำนักพิมพ์นาคคร.
- Insightera. (2566). *สรุปข้อมูลที่คุณควรรู้ DIGITAL 2023 THAILAND จาก We Are Social และ Meltwater*. [www.insightera.co.th/digital-2023-thailand](http://www.insightera.co.th/digital-2023-thailand)
- Pptvhd36. (2566). *ตารางเชียร์ "แอนโทเนีย โพธิ์" ชิงมงกุฎ Miss Universe 2023*. [www.pptvhd36.com/news/ข่าวบันเทิง/209259](http://www.pptvhd36.com/news/ข่าวบันเทิง/209259)
- STEPS Academy. (2560). *7 ประเภทของ CONTENT MARKETING ที่ช่วยดึง ENGAGEMENT บน FACEBOOK*. <https://stepstraining.co/social/content-marketing-boost-facebook-engagement>