

การศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วม  
ของผู้ติดตามเพจบุ๊กแฟนเพจชาวนี้อีมอชิต

A Study of Content and Presentation Technique in which Affects  
Consumer Engagement of Facebook Fanpage: Chao Nee Tee Mor Chit



การศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วม  
ของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจชาวนี้อี๋ที่หมอชิต

A Study of Content and Presentation Technique in which Affects  
Consumer Engagement of Facebook Fanpage: Chao Nee Tee Mor Chit



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2561



©2562

วานิสสา สมัคสรุติ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง ศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ  
รายการเช้าวันที่หมอขีด

ผู้วิจัย วาเนสสา สมัคศรุติ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.มนทิรา ธาดากำนวชัย)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)



(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

29 มิถุนายน 2562

วาเนสสา สมัคศรุติ. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, มิถุนายน 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ  
เข้านี้ที่หมอชิต (157 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.มนสิรา ธาดานานวยชัย

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 3 ประการ ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาเนื้อหาต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต (2) เพื่อศึกษาเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต (3) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และศึกษาเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม 2562 จำนวน 402 โพสต์ โดยใช้ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) จากนั้นผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Phone Interview) กับผู้ติดตามแฟนเพจ เพื่อยืนยันผลของการมีส่วนร่วมในเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ซึ่งเป็นผู้ติดตามแฟนเพจมาเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน จำนวน 5 คน ผลการวิจัยพบว่า ประเภทของเนื้อหาต่อการมีส่วนร่วมสูงสุด คือ เนื้อหาประเภทข่าว (News) โดยมีโพสต์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่จำนวน 162 โพสต์ จาก 351 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 46.15 ส่วนเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมสูงสุด คือ เทคนิควิดีโอ (Video) โดยมีโพสต์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่จำนวน 139 โพสต์ จาก 292 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 47.60 ในขณะเดียวกันสอดคล้องกับผลการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตที่พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 5 คน มีส่วนร่วมกับเนื้อหาประเภทข่าว (News) ที่นำเสนอด้วยเทคนิควิดีโอมากที่สุด เพราะมีทั้งภาพและเสียงทำให้เข้าใจง่าย โดยเฉพาะข่าวอาชญากรรมเนื่องจากข่าวในลักษณะนี้ทำให้เกิดความระมัดระวังตัวเอง เป็นเนื้อหาที่สามารถสร้างคุณค่ากับผู้ติดตามแฟนเพจได้

คำสำคัญ: เนื้อหา, เทคนิคการนำเสนอข้อมูล, การมีส่วนร่วม, ผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ

Samucsaruth, V. M.Com.Arts (Strategic Communications), June 2019, Graduate School, Bangkok University.

A Study of Content and Presentation Technique in which Affects Consumer Engagement of Facebook Fanpage: Chao Nee Tee Mor Chit (157 pp.)

Advisor: Montira Tadaamnuaychai, Ph.D.

## ABSTRACT

This research “A Study of Content and Presentation Technique in which Affects Consumer Engagement of Facebook Fanpage: Chao Nee Tee Mor Chit” has 3 objectives as followings (1) to study the content which affects consumer engagement (2) to study presentation technique which affects consumer engagement and (3) to study consumer engagement. The research methodology is qualitative research method by analyzing content and presentation technique on Facebook Fanpage: Chao Nee Tee Mor Chit from 15<sup>th</sup> April–15<sup>th</sup> May 2019, using coding sheet on 402 posts, follow by phone interview with 5 top fans of Facebook Fanpage.

Result from content analysis shows that News content affects consumer engagement the most, there are 162 posts from 351 posts that are above average which is 46.15%. Result from presentation technique shows that video affects consumer engagement the most, there are 139 posts from 292 posts that are above average which is 47.60%. While the finding from phone interview with 5 top fans shows that all of them have engaged with news content which presented by video the most, because it provides both visual and sound, make it easy to understand especially criminal news. This news caused self-consciousness and it's the content that can create value with followers of the fanpage.

*Keywords: Content, Presentation Technique, Engagement, Facebook Fanpage*

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.มนทิรา ธาดาอำนวยชัย อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยจนสมบูรณ์ครบถ้วนได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณบริษัทมีเดีย สตูดิโอ จำกัด ผู้ผลิตรายการเข้านี้ที่หมอบิต และวิชาชีพ สื่อมวลชน ที่เปิดโอกาสและพิจารณาอนุญาตให้ผู้วิจัยได้มีเวลามาศึกษาเพิ่มเติม เพื่อนำความรู้ด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้จริง

ขอขอบพระคุณครอบครัว คุณพ่อปริญญา สมัคศรุติ และคุณแม่พูนศรี สมัคศรุติ ที่เป็นกำลังใจและแรงผลักดันให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการศึกษาเล่าเรียน อยากจะพัฒนาตนเองให้ครอบครัวได้เกิดความภาคภูมิใจ

ขอบคุณมิตรสหายกัลยาณมิตรทุกคน ที่เป็นกำลังใจซึ่งกันและกัน ตลอดระยะเวลาการศึกษาในระดับปริญญาโท และขอบคุณพี่หวานที่คอยอยู่เคียงข้างทั้งให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ และสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน

สุดท้ายนี้ กราบขอบพระคุณอาจารย์ทุก ๆ ท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และมหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ได้มอบทุนการศึกษา ให้ข้าพเจ้าได้มีโอกาสศึกษาต่อได้ระดับมหาบัณฑิตผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

วาเนสสา สมัคศรุติ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.4 คำถามของงานวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์	12
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ Facebook Fanpage	21
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	29
3.2 แหล่งข้อมูล	29
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	31
3.6 การนำเสนอข้อมูล	32
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ประเภทของเนื้อหา	33
4.2 เทคนิคการนำเสนอข้อมูล	38
4.3 การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต	40



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	141
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	148
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	150
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	150
บรรณานุกรม	151
ประวัติผู้เขียน	157
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสื่อสารการตลาดผ่าน สื่อออนไลน์และสื่อแบบดั้งเดิม	13
ตารางที่ 3.1: ตัวอย่างตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)	30
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนโพสต์ประเภทของเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ระหว่างวันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562	33
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนโพสต์เทคนิคการนำเสนอข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ระหว่างวันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562	38
ตารางที่ 4.3: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมจากสูงไปหาต่ำ	41
ตารางที่ 4.4: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาประเภทคำคมที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ	83
ตารางที่ 4.5: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาประเภทที่ให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วม สูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ	87
ตารางที่ 4.6: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาประเภทที่กิจกรรมที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ	90
ตารางที่ 4.7: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่า ค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ	93
ตารางที่ 4.8: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่า ค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ	127
ตารางที่ 4.9: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบรูปภาพที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่า ค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ	138

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 5.1: แสดงผลสรุปการวิจัยด้านประเภทเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูล ต่อการมีส่วนร่วม โดยเรียงลำดับจากสูงไปต่ำ	หน้า 142
---	-------------



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ความนิยมของผู้รับชมโทรทัศน์ตั้งแต่เดือนมกราคม 2557 - กรกฎาคม 2561	1
ภาพที่ 1.2: พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย	2
ภาพที่ 1.3: แสดงความนิยมของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์	3
ภาพที่ 2.1: แสดงแนวทางในการสร้าง Content	11
ภาพที่ 2.2: การจัดอันดับเมืองที่มีผู้ใช้ Facebook มากที่สุดในโลก	24
ภาพที่ 2.3: การจัดลำดับกลุ่มอายุที่นิยมใช้ Facebook มากที่สุด	24
ภาพที่ 4.1: ตัวอย่างโพสต์เนื้อหาประเภทข่าว (News)	34
ภาพที่ 4.2: ตัวอย่างโพสต์เนื้อหาประเภทคำคม (Quote)	35
ภาพที่ 4.3: ตัวอย่างโพสต์เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content)	36
ภาพที่ 4.4: ตัวอย่างโพสต์เนื้อหาประเภทกิจกรรมต่าง ๆ (Activities)	37
ภาพที่ 4.5: ตัวอย่างโพสต์เทคนิคการนำเสนอข้อมูลประเภทวิดีโอ (Video)	38
ภาพที่ 4.6: ตัวอย่างโพสต์เทคนิคการนำเสนอข้อมูลประเภทลิงค์ (Links)	39
ภาพที่ 4.7: ตัวอย่างโพสต์เทคนิคการนำเสนอข้อมูลประเภทรูปภาพ (Photo)	40

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล (Digital Television) นับเป็นการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่สำคัญครั้งหนึ่งของกิจการวิทยุโทรทัศน์ไทย แม้ว่าโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่สำคัญที่สุดของประเทศ มีอิทธิพลต่อผู้รับชมในทุกมิติ ทั้งด้านความคิด ความเชื่อ พฤติกรรม สังคม และวัฒนธรรม แต่ด้วยการแข่งขันในยุคที่วิถีดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น และเทคโนโลยีออนไลน์ในปัจจุบันส่งผลต่อพฤติกรรมการเสพสื่อของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในช่วงการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยี พบว่า จำนวนผู้ชมโทรทัศน์ในไทยตั้งแต่ปี 2557–2561 ไม่ได้มีอัตราการลดลง อ้างอิงจากข้อมูลความนิยมของบริษัท นีลเส็น ดังภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1: ความนิยมของผู้รับชมโทรทัศน์ตั้งแต่เดือนมกราคม 2557–กรกฎาคม 2561

Chart 12: TV ratings (every station, 24 hours, nationwide)



Source: DAAT

ที่มา: 10 ข้อชี้แนวโน้มทีวีดิจิทัล vs ทีวีออนไลน์. (2561). สืบค้นจาก <https://www.tvdigitalwatch.com/tvdgt-vs-tvonline-nov-2561>.

แต่ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีออนไลน์ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ทำให้มีผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้น โดยอ้างอิงข้อมูลจากสมาคมโฆษณาดิจิทัล หรือ DAAT ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 พบว่า รายได้โฆษณาออนไลน์เติบโตขึ้นร้อยละ 31 ไปอยู่ที่ 1.5

หมื่นล้านบาทมีแนวโน้มกลายเป็นแหล่งรายได้ใหม่ จึงทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต้องปรับตัวเพิ่มช่องทางในการรับชมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้รับชมในยุคปัจจุบันได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Fanpage Facebook) เป็นหนึ่งในเครื่องมือของการทำการตลาดเพื่อสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค นำมาซึ่งความภักดีต่อสินค้าหรือบริการอย่างยั่งยืน

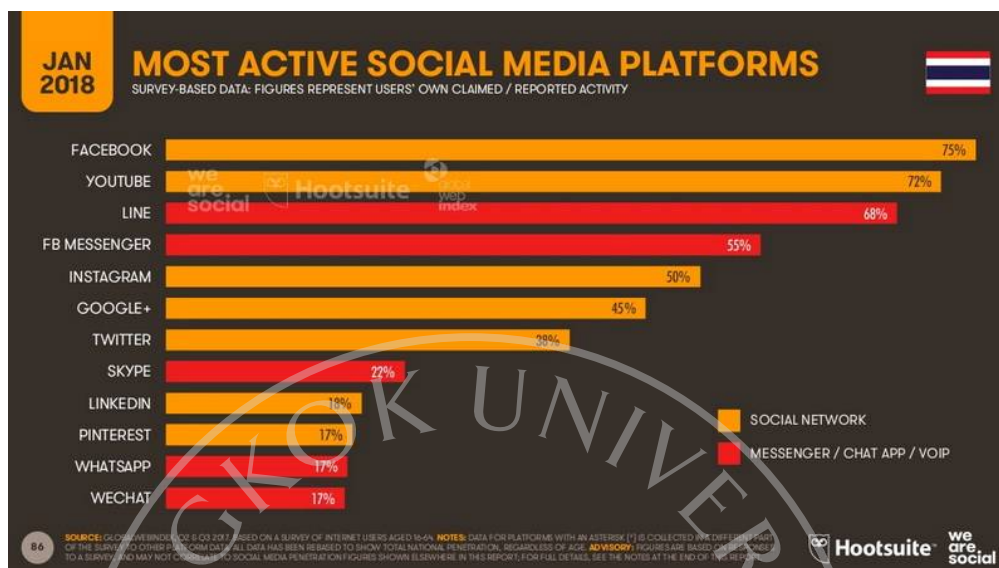
ภาพที่ 1.2: พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย



ที่มา: Brand Buffet. (2561). สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ไทย” เสพติดเน็ตมากสุดในโลก “กรุงเทพ” เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>.

จากภาพ 1.2 ชี้ให้เห็นพฤติกรรมของคนไทยกับการใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยคิดจากจำนวนประชากรของประเทศทั้งหมด 69.11 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 53 ที่เป็นประชากรที่อยู่ในเขตเมือง แบ่งเป็นผู้หญิงร้อยละ 57.3 และผู้ชาย 48.7 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 57 ล้านคน และมีใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากถึง 51 ล้านคน สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนในยุคปัจจุบัน

ภาพที่ 1.3: แสดงความนิยมของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์



ที่มา: Brand Buffet. (2561). สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ไทย” เสพติดเน็ตมากสุดในโลก “กรุงเทพ” เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>.

จากภาพที่ 1.3 พบว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่งของไทยและได้เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมเมืองอย่างเห็นได้ชัด กลายเป็นช่องทางการสื่อสารในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ประสบการณ์ และการแสดงความคิดเห็น ไปจนถึงการแสดงตัวตนผ่านทางเฟซบุ๊ก อีกประการหนึ่งที่สำคัญ คือเป็นช่องทางในการสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าได้เป็นอย่างดี (Brand Engagement) เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเป็นช่องทางการพูดคุย สร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในอีกทางหนึ่ง โดยผ่านการใช้เฟซบุ๊กในลักษณะแฟนเพจ (Fanpage Facebook) เพื่อการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลต่าง ๆ เป็นชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนพูดคุยกันระหว่างคนในสังคมออนไลน์ที่ให้ความสนใจติดตามเพจเดียวกัน

ด้วยเหตุนี้เอง จึงทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ก็ต้องปรับตัวเช่นกัน ดังเช่นรายการเข้านี้ที่หมอล็อต ซึ่งเป็นรายการประเภทข่าว นำเสนอเรื่องราวที่สังคมให้ความสนใจและเผยแพร่เหตุการณ์ที่เป็นข่าว ออกอากาศครั้งแรกในวันจันทร์ที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2552 ผลิตโดยฝ่ายข่าวบริษัททีวีดิจิตอล จำกัด ด้วยรูปแบบการเล่าข่าว ปัจจุบันมีผู้ประกาศข่าวหลัก 3 คน ได้แก่ ชวัลนันท์ จันทร์ทรัพย์, ศรีสุภางค์ ธรรมมาวุธ และเหมือนฝัน ประสานพานิช โดยมีผู้สื่อข่าวภาคสนามทำหน้าที่เขียนข่าว รายงานข่าว ทำสื่อบข่าวนำเสนอข้อมูลข่าวสารรวดเร็วทันเหตุการณ์ทุกความเคลื่อนไหว ทั้งการเมือง สังคม

เศรษฐกิจ อาชญากรรม ทั้งในและต่างประเทศ ผ่านเทคนิคการนำเสนอด้วย Virtual Studio และ Video Wall ออกอากาศทางช่อง 7HD ทุกวันจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 06.00-07.30 น. โดยมีโครงสร้างรายการ 5 ช่วง ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 นำเสนอข่าวสั้นข่าวท่องเที่ยวงานเทศกาล และประเพณีของจังหวัดต่าง ๆ และข่าวภูมิภาคทั่วไทย รวมทั้งสื่อบูชาวีซีดีเพื่อสร้างสรรค์สังคม และให้แง่คิดที่ดีต่อผู้รับชมรายการ

ช่วงที่ 2-5 รายงานเหตุการณ์ข่าวที่สังคมให้ความสนใจ อุบัติเหตุรายวัน ความเดือดร้อนของชาวบ้าน รวมทั้งสื่อบูชาวีซีดีอาชญากรรมที่เป็นกระแสข่าวใหญ่ และปิดท้ายรายการด้วยช่วง “คมธรรมประจำวัน” โดยพระมหาวิมลชัย วชิรเมธี

โดยผู้ดูแล (Admin) เฟซบุ๊กแฟนเพจรายการเช้านี้ที่หมอลิต จะคัดเลือกเนื้อหาจำนวน 13-15 ข่าว หลังจากออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7HD แล้ว และนำมาโพสต์เผยแพร่ลงในเฟซบุ๊กแฟนเพจรายการเช้านี้ที่หมอลิตเป็นประจำทุกวันจันทร์-วันศุกร์ ซึ่งในปัจจุบันเฟซบุ๊กแฟนเพจรายการเช้านี้ที่หมอลิต มีจำนวนคนกดถูกใจ 336,394 คน และมีคนกดติดตามแฟนเพจจำนวน 717,209 คน (ข้อมูลล่าสุด วันที่ 19 พฤษภาคม 2562)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจรายการเช้านี้ที่หมอลิต มีการตอบสนองด้วยการแสดงความรู้สึก (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการแบ่งปันข้อมูล (Share) ต่อเนื้อหาแต่ละประเภทแตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจจะทำการศึกษาประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเช้านี้ที่หมอลิตที่ส่งผลต่อ Engagement และเพื่อค้นหาแนวทางการสร้างเนื้อหาที่ส่งผลต่อความผูกพันกับผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเช้านี้ที่หมอลิต แล้วนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาเนื้อหาที่โพสต์ลงเฟซบุ๊กแฟนเพจรายการเช้านี้ที่หมอลิตให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาเนื้อหาต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเช้านี้ที่หมอลิต
- 1.2.2 เพื่อศึกษาเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเช้านี้ที่หมอลิต
- 1.2.3 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเช้านี้ที่หมอลิต

## 1.3 ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเช้านี้ที่หมอลิต” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และศึกษาเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของ



ผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม 2562 เป็นระยะเวลา 1 เดือน เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจในช่วงเวลาล่าสุดที่ผู้วิจัยกำลังศึกษา โดยใช้ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) ในขณะเดียวกันผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Phone Interview) กับผู้ติดตามแฟนเพจจำนวน 5 คน เพื่อยืนยันผลของการมีส่วนร่วมในเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ซึ่งเป็นผู้ติดตามแฟนเพจมาเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน โดยพบว่า มีจำนวน 26 คน แล้วนำมาพิจารณาเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ที่สะดวกในการให้ข้อมูลภายในระยะเวลาของการทำวิจัย จำนวน 5 คน

#### 1.4 คำถามของงานวิจัย

- 1.4.1 เนื้อหาต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตเป็นอย่างไร
- 1.4.2 เทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตเป็นอย่างไร
- 1.4.3 การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตมีลักษณะเป็นอย่างไร

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 เพื่อทราบถึงประเภทของเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลของเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต
- 1.5.2 เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้เทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ
- 1.5.3 เพื่อเป็นประโยชน์แก่องค์กรหรือผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจสำหรับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

- 1.6.1 เนื้อหา หมายถึง ประเภทของเนื้อหาที่โพสต์ลงเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ซึ่งประกอบด้วย
  - 1.6.1.1 เนื้อหาประเภทข่าว (News) หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่มีคนสนใจอยู่ในขณะนั้น มีทั้งข่าวอาชญากรรม ข่าวประเพณี และเทศกาลท่องเที่ยว ข่าวการเมือง ข่าวชาวบ้าน ข่าวสังคม เป็นต้น
  - 1.6.1.2 เนื้อหาประเภทกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) เป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างความใกล้ชิด สร้างความสนุกสนาน มอบของรางวัลแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้เกิดความประทับใจและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามแฟนเพจ

1.6.1.3 เนื้อหาประเภทคำคม (Quote) เป็นการนำเสนอเนื้อหาคำคมสอนใจ ซึ่งเป็นคอนเทนต์ที่เข้าใจง่าย มีลักษณะเป็นคมธรรมประจำวันนำเสนอด้วยพระมหาจุฬาลงกรณ วชิระเมธี

1.6.1.4 เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content) เนื้อหาที่ให้ข้อมูลที่สามารช่วยเหลือ หรือเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์แก่ผู้ติดตามได้ อาทิ ราคาน้ำมันของแต่ละวัน ผลสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นต้น

1.6.2 เทคนิคการนำเสนอข้อมูล หมายถึง รูปแบบของเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลบนลงเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตซึ่งประกอบด้วย

1.6.2.1 วิดีโอ (Video) หมายถึง ข้อมูลภาพ และเสียงที่มีการเคลื่อนไหวจากการอัปโหลดขึ้นเฟซบุ๊กแฟนเพจ

1.6.2.2 ลิงค์ (Links) หมายถึง การกดจากโพสต์ที่อยู่บนหน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เป็นลิงค์แล้วสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันอื่น ๆ บนระบบอินเทอร์เน็ตได้

1.6.2.3 รูปภาพ (Photo) หมายถึง รูปภาพ และรูปภาพการนำเสนอที่อยู่ในรูปแบบประกอบตัวอักษรอยู่ร่วมด้วย

1.6.3 การมีส่วนร่วม หมายถึง จำนวน Like, Share, Comment และ Post Click ของแต่ละโพสต์

1.6.4 ผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ หมายถึง ผู้ที่กดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ทั้งกด Like, Share และ Comment ซึ่งแสดงถึงการมีส่วนร่วมบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

## บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์เรื่อง “การศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจชาตินี้ที่หมอล็อต” มีดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ Facebook Fanpage

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา

การนิยามความหมายของการตลาดเชิงเนื้อหา หรือ Content Marketing เป็นการทำการตลาดแบบเน้นเนื้อหาในหลายรูปแบบ ทั้งบทความ ข้อเขียน วิดีโอ รวมไปถึงอินโฟกราฟิก เพื่อให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภคไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น การให้สาระความรู้เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดการมีส่วนร่วมหรือแชร์ข้อมูล การสร้างการรับรู้เพื่อก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า (“ปั้นแบรนด์ด้วย Content Marketing”, 2557)

Content Marketing เป็นสิ่งที่นิยมใช้กันอย่างมากในวงการการตลาดออนไลน์ ถือเป็นเทคนิคสำคัญที่ทำให้คอนเทนต์เกิด “คุณค่า” กับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ติดตามแฟนเพจ โดย ญัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2557) ได้กล่าวถึงแนวทางการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า (Valuable Content) ในลักษณะที่ทำความเข้าใจ และทำตามได้ง่าย รวมถึงสามารถนำไปต่อยอดได้ มีดังนี้

- 1) เนื้อหาต้องมีประโยชน์ คือ ธรรมชาติของมนุษย์มักคิดว่าสิ่งใดมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นได้สร้างประโยชน์แก่ตนได้ เช่นเดียวกับการสร้างเนื้อหาลงแฟนเพจ แทนที่เราจะคิดว่าเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อองค์กรหรือแบรนด์อย่างไร เราต้องคิดว่า เมื่อนำเสนอไปแล้วจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรต่อกลุ่มเป้าหมายและตรงกับสิ่งที่ผู้ติดตามแฟนเพจคาดหวัง
- 2) เนื้อหาต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คือ เป็นการจัดทำเนื้อหาที่ดีและมีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน และให้คำตอบได้ว่าเนื้อหาดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร
- 3) เนื้อหาต้องชัดเจน และเข้าใจง่าย คือ การสร้างเนื้อหาที่ส่งผลให้ผู้ติดตามสามารถเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวมาพิจารณา เพราะเนื้อหาที่อ่านยากและมีความซับซ้อนเป็นอีกหนึ่งปัญหาที่ผู้ติดตามจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้
- 4) เนื้อหาต้องมีคุณภาพที่ดี คือ ต้องไม่คัดลอกกลายน้ำ รวมทั้งใส่ใจรายละเอียด แวดล้อมให้รอบด้าน เพราะมาตรฐานของเนื้อหาที่มีคุณภาพสามารถสร้างความประทับใจที่ผู้อ่านจะจดจำได้

5) เนื้อหาต้องมีความเป็นต้นฉบับในรูปแบบของตนเอง คือ ผู้จัดทำแพนเพจต้องคัดสรรเนื้อหาที่ดี สร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ มีความเป็นต้นฉบับของตนเองให้เจอ โดยสามารถสะท้อนผ่านรูปภาพหรือสำนวนการใช้ภาษา อาทิ ลีลาการเขียน โครงสร้างของเนื้อหา เอกลักษณ์การนำเสนอภาพ การใส่ลายน้ำในภาพถ่าย ถือเป็น การสร้างความโดดเด่นจากกลุ่มคู่แข่ง

นอกจากนี้ยังมีทิศทางในการทำ Content Marketing เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแบรนด์ มีขั้นตอน ดังนี้ (Marketingsusu, 2561)

- 1) กำหนดเป้าหมายของเนื้อ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้
  - 1.1) เพื่อสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก หรือทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์
  - 1.2) เพื่อเปิดตัวสินค้าใหม่ ต้องการรุกตลาดอย่างรวดเร็ว
  - 1.3) เพื่อสร้างฐานลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
  - 1.4) เพื่อปูทางเพื่อกระตุ้นยอดขายในอนาคต
- 2) กำหนดกลยุทธ์ของเนื้อหาหลักที่จะสร้างขึ้น มา เป็นธีมหรือแนวคิดที่ต้องการจะขับเคลื่อนว่าจะสร้างเนื้อหาไปในทิศทางใด เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์นั้นด้วย อาทิ มุ่งเน้นการให้ความรู้ มุ่งเน้นการสร้างความบันเทิง มุ่งเน้นให้เกินอารมณ์สะเทือนใจ เป็นต้น
- 3) ผลิตเนื้อหา โดยต้องมี Action Plan และ Timing ให้ชัดเจน
- 4) ช่องทางการกระจายเนื้อหา อาทิ สื่อออนไลน์ Facebook Fanpage โดยใช้ผู้มีอิทธิพลอย่าง Net Idol, Influencer เป็นต้น
- 5) การโฆษณา เพื่อให้การกระจายเนื้อหาไปได้รวดเร็วขึ้น และยังสามารถสร้าง Engagement ให้เกิดขึ้นได้อย่างมาก
- 6) การวัดผล และปรับปรุงคอนเทนต์อย่างสม่ำเสมอ โดยสามารถวัดผลได้ในเชิงปริมาณ ในรูปแบบของการเก็บสถิติเป็นตัวเลข เปรียบเทียบได้ง่าย และนำมาวิเคราะห์หาข้อสรุปว่าผลที่ได้มานั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่

นอกจากนี้การทำการตลาดเชิงเนื้อหาที่สามารถช่วยสร้าง Engagement บนเฟซบุ๊กได้สรุป 7 ประเภท ไว้ดังนี้ (“7 ประเภทของการทำการตลาดเชิงเนื้อหา”, 2560)

- 1) Video Content ซึ่งในปัจจุบันพบว่า ได้รับความนิยมอย่างมาก ทำให้หลายแบรนด์และองค์กรต่าง ๆ นิยมผลิตวิดีโอออกมามากเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสามารถเล่าเรื่องได้หลายอย่าง หลากรูปแบบ เพราะเห็นทั้งภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียงไปพร้อมกัน ทำให้สามารถเข้าถึงอารมณ์ได้เร็วกว่ารูปแบบธรรมดา แต่การทำวิดีโอคอนเทนต์ให้ประสบความสำเร็จนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และสร้างคุณค่าทางความรู้สึกที่ทำให้คนอยากแชร์ต่อได้

2) Promotional Content หรือการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม โดยเจ้าของแฟนเพจสามารถกำหนดกติกาให้ผู้ติดตาม โลก คอมเมนต์ หรือแชร์ เพื่อสร้าง Engagement ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก

3) Album Content เป็นการใช้คอนเทนต์อัลบั้มรูป เพื่อเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ หรือให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์ให้รูปแบบของรูปภาพ จำนวนหลาย ๆ รูปติดต่อกันเป็นอัลบั้ม

4) Real Time Content เป็นการทำคอนเทนต์ให้เกี่ยวข้องกับเรื่องที่กำลังอยู่ในความสนใจหรือกำลังเป็นกระแสนิยมอยู่ในขณะนั้น เพื่อให้แฟนเพจ Active มากขึ้นและกระตุ้นความสนใจต่อผู้ติดตาม

5) Question & Opinion Content เป็นการใช้คอนเทนต์คำถามที่ชวนให้ผู้ติดตามแสดงความคิดเห็นออกมาในคอมเมนต์ได้โพสต์ตามวัตถุประสงค์ โดยอาจอยู่ได้รูปภาพ หรือแคปชั่นที่สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้

6) Text Quote Content เป็นการนำเสนอคอนเทนต์ในรูปแบบของคำคม เพื่อสร้างคุณค่าและให้ข้อคิดแก่เนื้อหาสาร ซึ่งมักเป็นคอนเทนต์ที่เข้าใจง่ายและสร้างกำลังใจที่ดีในการดำเนินชีวิต

7) Solvable & Beneficial Content เป็นคอนเทนต์ที่มีประโยชน์สามารถช่วยแก้ปัญหาหรือทำให้ผู้ติดตามได้รับประโยชน์จากคอนเทนต์ที่โพสต์ลงแฟนเพจ

ขณะที่ ETDA (2562) ได้กล่าวถึงการทำ Content Marketing เพื่อช่วยวางแผนการตลาดเชิงเนื้อหาในการสร้างไอเดียให้โดนใจลูกค้าโดยแบ่งออกเป็น 2 แกน คือ อารมณ์ (Emotional) และเหตุผล (Rational) ซึ่งเนื้อหามีหลากหลายรูปแบบ แต่ละแบบมีพลังแฝงที่แตกต่างกัน บางตัวมีพลังแฝงทางด้านอารมณ์ บางตัวมีพลังแฝงทางด้านตรรกะเหตุผล ชวนให้ขบคิด และบางตัวเหมาะสำหรับการแชร์สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1) Entertain กลุ่มนี้สื่อสารกันด้วยอารมณ์ และเหมาะกับการสร้างการรับรู้มาก เพราะคนเราชอบตลก เซ็กซี่ ตรามา ขำขัน โหดร้าย ฯลฯ อะไรก็ได้ที่เกี่ยวกับอารมณ์ แล้วคนก็ชอบแชร์กัน แชร์แล้วรู้สึกดี

2) Educate เป็นแนวให้ความรู้ แบ่งปันความรู้ คนที่แชร์ก็แชร์ให้ตัวเองดูฉลาด คนไทยชอบเป็นแบบนี้ ก็เลยแชร์ตัวนี้ ให้เจ้านายหรือเพื่อนเห็น สร้างภาพลักษณ์เป็น Content แนวตรรกะเหตุผล

3) Inspire ใช้อารมณ์ด้วยแรงบันดาลใจ เช่น ใช้สิ่งนี้แล้วจะสวยเหมือนดารา ใช้สิ่งนี้แล้วจะหุ่นดีเหมือนเน็ตไอดอล ใช้สิ่งนี้แล้วจะผิวขาวเหมือนพรินต์ตี้ ใช้สิ่งนี้แล้วจะทำให้เป็นคนดูดีมีฐานะเหมือนเศรษฐีข้างบ้าน

4) Convince คนจะซื้อหรือไม่ซื้อ ก็ต้องทำให้มีการปิดการขาย ต้องมีโปรโมชั่น มีดีล สามารถผ่อนจ่ายได้ เป็นต้น

ไปส่วน Social Enable (2561) ได้กล่าวถึง 4 ขั้นตอนการทำ Content Marketing และ ตัวอย่างเข้าใจง่าย ได้แก่

1) การวางเป้าหมาย (Objective) ว่าการที่เราจะทำ Content สักชิ้นหนึ่ง ทำไปเพื่ออะไรและลูกค้าได้อะไร การมีเป้าหมายนั้นเหมือนมีกรอบไว้ไม่ให้เราออกนอกกรอบทาง เพื่อบรรลุเป้าหมายให้ได้ราบรื่นที่สุด

2) Understand Customer Needs นอกจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเพียงข้อมูลทั่วไปแล้ว ตัวอย่างเช่น อายุ เพศ ที่อยู่ การศึกษา ความสนใจ ยังต้องมองให้ลึกถึงภายใน นั่นหมายถึงข้อมูล Insight คือ สิ่งที่ผู้บริโภครู้สึกภายใน เช่น ชอบดูละครบุพเพสันนิวาส แต่ชอบดูแบบย้อนหลัง เพราะในช่วงเวลาที่ออกอากาศยังไม่ถึงบ้าน

3) Content Strategy โดยเมื่อเรารู้ว่าเป้าหมายคือใครแล้ว เราถึงวางแผนทำ Content เพื่อให้คุณค่าแก่ผู้บริโภค ซึ่งแบรนด์ส่วนใหญ่มักอยากพูด (Brand Talk) จนลืมนึกถึงผู้บริโภคว่าอยากฟังอะไร ช่วยอะไรเขาได้ (Audience Interests) หากผู้บริโภคไม่สนใจก็จบตั้งแต่สไลด์มาเจอโพสต์ของเรา คำถามคือ เราจะหา Value Content ที่มีคุณค่าแก่ผู้บริโภคได้อย่างไร

4) Measurement เมื่อทำ Content ไปแล้วสิ่งสำคัญคือ ดูกระแสตอบรับ หาวิธีการวัดผล Content ที่เราทำว่าสามารถตอบโจทย์เป้าหมายที่เราวางไว้แต่แรกได้หรือไม่ หากเป้าหมายคือ Brand Awareness เราสามารถยึดเกณฑ์ในการวัดผลคือ เข้าถึงคนได้กี่คน (Reach) แล้วมีคนดูกี่คน (Views) Engagement รวมเท่าไร วัดผลจาก Reaction Like, Comments, Shares คนดูวิดีโอ ดูจบก็เปอร์เซ็นต์ บางครั้งต้องเจาะลึกดูถึง Sentiment ว่าแต่ละ Comment หรือคนที่ Share มีคนพูดถึงแบรนด์เราในด้านดีไม่ตัวอย่างไร จะเห็นว่าเกณฑ์การวัดผลอาจไม่ตายตัวนัก แต่จะต้องสะท้อนหรือวัดผลเป้าหมายที่เราตั้งเอาไว้ เพื่อนำผลที่ไปปรับปรุงหรือแก้ไขให้ Content ดีขึ้น

เพราะฉะนั้นการสร้างเนื้อหาที่ดีและมีคุณค่าต่อผู้บริโภคจึงมีองค์ประกอบหลายอย่าง จำเป็นต้องวางแผนให้ดี ทั้งก่อนที่จะทำ ระหว่างทำ และหลังจากทำ Content ออกไป โดยต้องคำนึงถึงผลกระทบของสิ่งที่จะเกิดขึ้น และมีขั้นตอนของการไหลของเนื้อหาอย่างไร ซึ่งแนวทางในการช่วยสร้างงาน Content ดี ๆ ดังนี้ (Marketing Oops, 2560)

ภาพที่ 2.1: แสดงแนวทางในการสร้าง Content



ที่มา: Marketing Oops. (2560). 5 ทางในการสร้าง Content ที่ทรงประสิทธิภาพ. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/5-way-of-effective-content-creation/>.

จากภาพที่ 2.1 ได้กล่าวถึง 5 แนวทาง ในการสร้างคอนเทนต์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) Content Strategy จะช่วยกำหนดทิศทางที่เราเดิน ในการสร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับ Strategy ออกมาเรื่อย ๆ เพื่อเน้นย้ำสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารออกมาให้ดีที่สุด
- 2) Content ต้องสามารถสื่อไปถึงกลุ่มคนที่อยากจะสื่อสาร โดยจำเป็นต้องทำความเข้าใจว่าสารที่เรากำลังสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ พยายามปรับปรุงเนื้อหาตัวเองจนได้ความเชื่อใจ หรือความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายให้ได้
- 3) ใช้กลยุทธ์ที่แตกต่าง มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ค้นหาค้นกลยุทธ์ใหม่ ๆ ออกมา โดยอาศัยการจับกระแสหรือทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค
- 4) เมื่อสร้าง Content ที่ปล่อยออกมาแล้ว ต้องคิดต่อด้วยว่าจะทำอย่างไรต่อ เพื่อให้ Content นั้นมีแรงกระเพื่อมจนเกิดการมี Interaction เพราะถ้าทำ Content ออกมาแล้วเพื่อให้แค่เพียงอ่านอย่างเดียว แต่ไม่ได้อะไรเพิ่มจากนั้น ถือว่าเป็นการเสียเปล่าอย่างมาก ดังนั้นผู้ทำ Content ต้องวาง Flow ของการไหลของการกระทำของ Content ดี ๆ ว่าจะให้เกิดเป็น Action อะไรต่อจากนี้ได้

5) การทำ Content ที่ดีนั้นต้องมองว่า Content ที่ทำออกมาจะทำให้ผู้ติดตามแฟนเพจได้ประโยชน์อย่างไร ซึ่งถือเป็นเคล็ดลับของการทำ Content ด้วยว่าสิ่งที่เราสามารถทำออกมาได้ แล้วคนอื่นทำไม่ได้ และยังสามารถสร้างประโยชน์อันแท้จริงแก่กลุ่มเป้าหมายได้อีก เพื่อนำไปสู่การสร้างการมีส่วนร่วมต่อผู้บริโภค

เมื่อการสร้าง Content Marketing เป็นสิ่งที่สำคัญ และส่งผลต่อการสร้างการมีส่วนร่วมได้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะได้นำแนวคิดเรื่องการตลาดเชิงเนื้อหาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลของผลการศึกษา ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตาม เพชบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอบิตต่อไป

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ จัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ของวงการสื่อมวลชน โดย Lister, Dovey, Giddings, Grant & Kelly (2003) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ว่ามีลักษณะเป็นดิจิทัล (Digitality) มีการปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) มีการเชื่อมโยงข้อมูล (Hypertextuality) และมีความเสมือนจริง (Virtuality) ซึ่งคำว่าสื่อใหม่ ถือเป็นวิวัฒนาการล่าสุดของเทคโนโลยีเกี่ยวกับสื่อ คำเรียกที่ว่า “ใหม่” นั้น ในที่สุดก็ต้องเปลี่ยนไปตามกาลเวลา เป็นคำว่าใหม่ที่มั่นคงที่ ดังนั้นการเรียกสภาพของสื่อที่เกิดขึ้นในยุคปลายศตวรรษที่ 20 เข้าสู่ต้นศตวรรษที่ 21 เป็นสังคมในยุคข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศ จึงนิยมเรียกว่า “สื่อดิจิทัล” (Digital Media) ในด้านของคุณลักษณะเชิงกายภาพ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2561, หน้า 403) ขณะที่สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างกว้างขวาง และทั่วถึงมากที่สุดในยุคข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากโทรศัพท์มือถือที่พัฒนามากขึ้น เป็นอุปกรณ์สื่อสารที่อยู่ใกล้ตัวผู้ใช้งาน โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความโดดเด่นและได้รับความนิยมในปัจจุบันมีมากมาย เช่น เพชบุ๊ก (Facebook) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (YouTube) เป็นต้น โดยสื่อสังคมออนไลน์ยังสร้างความเป็นชุมชน (Community) ขึ้นในกลุ่มผู้ใช้งาน ทำให้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและกว้างขวางอย่างมาก

Wartime & Fenwich (2008) ได้ให้ความหมายของสื่อใหม่ว่าเป็นเนื้อหา (Content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วยความอิสระ 5 ประการ ดังนี้

1) อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) ผู้ชมไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาตามเวลาที่กำหนดอีกต่อไป โดยผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข้อมูลข่าวสารได้ตามเวลาที่ต้องการ

2) อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Boundaries) โดยผู้บริโภคสามารถเลือกรับชมหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารได้จากที่ใดก็ได้ในโลกในเวลาอันรวดเร็ว



3) อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom from Scale) เนื้อหาสามารถย่อหรือปรับขนาดได้ เพื่อให้เหมาะสมกับการเผยแพร่ทั่วโลก และเพื่อให้การนำเสนอเนื้อหาตรงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

4) อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) แตกต่างจากสื่อดั้งเดิม เช่น ภาพยนตร์โฆษณาในสื่อโทรทัศน์จะถูกกำหนดความยาวอยู่ที่ 15 หรือ 30 วินาทีเท่านั้น หรือการลงพื้นที่ในสื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีขนาดพื้นที่เต็มหน้าหรือได้ไม่เกินครึ่งหน้า เป็นต้น

5) อิสระจากยุคนักการตลาดเป็นผู้สร้างเนื้อหาไปสู่ยุคผู้บริโภคเป็นผู้สร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Customer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้เจ้าของสื่อไม่สามารถควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนในอดีต เพราะผู้บริโภคสามารถเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาในบล็อก (Blog) หรือทำคลิปวิดีโอ แคร่ลงในยูทูป (YouTube) ได้เอง และสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว เป็นคำพูดแบบปากต่อปากในสื่อสังคมออนไลน์ (Online Word of Mouth)

นอกจากนี้ ยังมีข้อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการทำตลาดในสื่อออนไลน์และสื่อแบบดั้งเดิมไว้ ตามตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1: แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์และสื่อแบบดั้งเดิม

	การทำตลาดผ่านสื่อแบบดั้งเดิม	การทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์
1	ผู้บริโภค คือผู้ชม และผู้ฟัง	ผู้บริโภค คือ ผู้มีส่วนร่วม
2	ตัวชี้วัดในการมีส่วนร่วม คือจำนวนครั้งที่เห็น	ตัวชี้วัดในการมีส่วนร่วม คือ การโต้ตอบและการมีส่วนร่วม
3	สามารถสื่อสารแบบแพร่กระจายเสียงได้ในวงกว้าง	สามารถสื่อสารแบบเฉพาะรายบุคคลได้โดยตรง
4	มีข้อจำกัดเรื่องการออกอากาศ เพราะมีตารางเวลาออกอากาศชัดเจน	ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาออกอากาศ ผู้ชมสามารถชมได้ตลอดเวลา
5	ลักษณะการสื่อสารเป็นแบบทางเดียว	ลักษณะการสื่อสารเป็นแบบสองทาง เป็นการเรียนรู้ร่วมกัน
6	เจ้าของตราสินค้าเป็นผู้ริเริ่มขึ้นมา	ผู้บริโภคเป็นผู้ริเริ่มขึ้นมา

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ): แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อแบบดั้งเดิม

	การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อแบบดั้งเดิม	การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์
7	เจ้าของตราสินค้าเป็นผู้สร้างเนื้อหา และสามารถควบคุมเนื้อหาสารได้	ผู้บริโภคเป็นผู้สร้างและเลือกที่จะรับเนื้อหาได้
8	นำข้อมูลของผู้บริโภคมาใช้เพียงบางครั้ง หรืออาจจะไม่ได้นำมาใช้เลย	ใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ผู้บริโภคเป็นตัวขับเคลื่อน
9	วัดผลการสื่อสารเมื่อจบแคมเปญ	วัดผลการสื่อสารได้แบบทันที (Real Time)

จากตารางที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์มีความแตกต่างจากการสื่อสารผ่านสื่อแบบดั้งเดิมหลายด้าน โดยเฉพาะในแง่ของผู้บริโภคที่ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นผู้รับชมข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่สามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นได้แบบ Real Time ทั้งยังเป็นผู้ริเริ่มชี้แนะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้เอง ซึ่งเครือข่ายของสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมแพร่หลายและพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการและการใช้งานของมนุษย์ โดยรูปแบบการใช้งานอินเทอร์เน็ตในยุคแรกยังคงเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One Way Communication) ที่ผู้เข้าชมเว็บไซต์เป็นฝ่ายรับข้อมูลเพียงอย่างเดียว ไม่ต่างจากสื่อกระแสหลักในยุคก่อน อย่างสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ เรียกว่า Web 1.0 แต่ต่อมาได้พัฒนารูปแบบให้เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) สามารถโต้ตอบได้ เรียกว่า Web 2.0 โดย Darcy (1999) ได้กล่าวถึงในบริบทของการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือว่า หน้าต่างเว็บไซต์ไม่ได้เป็นเพียงหน้าจอ เพื่อแสดงข้อมูลเท่านั้น แต่จะเป็นจุดเชื่อมต่อเพื่อส่งข้อมูลให้เกิดปฏิกิริยาโต้ตอบขึ้น ทั้งการสืบค้นข้อมูล แผนที่การเดินทาง เกมออนไลน์ ไม่เว้นแม้แต่โปรแกรมรายการโทรทัศน์เรียกได้ว่า “ปรากฏการณ์ระดับโลก” (Pew Research Center, 2010) ทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา โปแลนด์ อังกฤษ และสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยเกือบครึ่งหนึ่งของผู้ใหญ่ที่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งองค์กรสื่อต่าง ๆ ก็ยังได้นำสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้มาเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งในการกระจายข่าวสาร และเชื่อมต่อกับกลุ่มผู้ชม โดยมีเครื่องมือให้ผู้รับข่าวสารเหล่านั้นสามารถแบ่งปันข้อมูลที่ตัวเองได้รับต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ ได้อีก (Singer, et al., 2011) ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารที่จะติดตาม รวมถึงเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้ติดตาม และเป็นการสร้างชุมชนของตนเองอีกด้วย (Farhi, 2009)

การศึกษาอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการไหลเวียนของข่าวสาร และการบริโภคข่าวสาร มักจะมุ่งประเด็นไปที่สื่อหลัก ถึงผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี รวมไปถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค และวัฒนธรรมการรับชมของผู้บริโภค (Singer, et al., 2011) นอกจากนี้ ยังมี การศึกษาวิชาการเกี่ยวกับวิถีปฏิบัติของนักวารสารศาสตร์ที่ได้รับผลจากการเปลี่ยนแปลงไปในยุคของ สื่อสังคมออนไลน์ โดยผลสำรวจพบว่า มีการเติบโตของตัวเลขที่ประชากรแบ่งปันข้อมูลข่าวสารกัน ผ่านทางโลกออนไลน์ และยังมีการพูดคุยและถกเถียงกันในประเด็นข่าวผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Purcell, Rainee, Mitchell, Rosenstiel & Olmstead, 2010) โดย Olmstead, Mitchell & Rosenstiel (2011) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า หากการค้นหาข่าวสารเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในทศวรรษก่อน การที่ผู้คนแบ่งปันข่าวสารจะเป็นที่สำคัญที่สุดในยุคใหม่และต่อ ๆ ไป

ผู้รับสารจะได้รับข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นจากองค์กรสื่อมืออาชีพโดยการนำสื่อ เหล่านั้นมาออกอากาศส่งไปยังผู้รับสาร แต่เป็นผู้รับสารจำนวนมากที่ผู้ส่งสารไม่สามารถระบุตัวตนได้ ได้รับข่าวสารพร้อม ๆ กัน ทำหน้าที่บริโภคข่าวสารที่ได้รับ (Livingstone, 2005) ซึ่งนักวิชาการมอง ว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้จะหายไปเรื่อย ๆ จากการที่ผู้รับสารคอยรับสารอย่างเดียว เปลี่ยนเป็น ผู้ที่ค้นหาข่าวสารด้วยตนเอง และจะเริ่มตั้งข้อสงสัยในข่าวสารต่าง ๆ โดยแต่ละคนจะมีการตีความ ข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล (Fiske, 1989) โดยที่ทั่วไปแล้ว ผู้รับสารมี อิทธิพลอย่างจำกัดในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารหรือแม้กระทั่งการติดต่อกับผู้ผลิตหรือผู้ส่งสาร (Ha & James, 1998) แต่ในพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ซึ่งมีผลต่อ การเขียนข่าวและการเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้ นักวิจัย Marwick & Boyd (2011) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า จากยุคสมัยก่อนที่ผู้รับชมได้รับข่าวสารจากทางสถาบันต่าง ๆ โดยมีข้อจำกัด ในการแสดงความคิดเห็นหรือการโต้แย้ง มาถึงยุคนี้เป็นทางตรงกันข้าม ที่ผู้ชมหรือผู้รับสารจะรวม กลุ่มกันเป็นเครือข่าย และรู้วิธีการชัดเจนที่จะสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดย เว็บไซต์ที่ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายมาเป็นพื้นที่สาธารณะที่ใหญ่ที่สุด (Habermas, 1962) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่แต่ละบุคคลจะสามารถสร้างประวัติของตนเองเพื่อแบ่งปันสู่สาธารณะหรือแบ่งปันสู่กลุ่ม คนที่เราคัดเลือกเองได้ และสามารถเชื่อมต่อกับกลุ่มคนเหล่านั้น ทั้งยังสามารถดูประวัติผู้ที่เราเชื่อม ต่อด้วย รวมไปถึงดูเครือข่ายที่คนเหล่านั้นเชื่อมต่อกับอีกต่อหนึ่งได้ (Boyd & Ellison, 2007) พื้นที่ สาธารณะนี้ได้กลายมาเป็นพื้นที่ที่ผู้คนเข้ามาแบ่งปันข่าวสาร พูดคุยถกเถียงกัน รวมไปถึงการนำมาซึ่ง ข้อมูลข่าวสาร โดยพบว่า ร้อยละ 75 ของผู้บริโภคข่าวออนไลน์ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับข่าวสาร ต่าง ๆ จากทางอีเมล หรือจากทางโพสต์บนเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) (Purcell, et al., 2010) ซึ่งจากการศึกษาความเคลื่อนไหวของเว็บไซต์ข่าว 25 อันดับ ชี้ให้เห็นถึง ความสำคัญของข้อเสนอแนะทางสังคมที่กำลังเติบโตขึ้น โดยมี Facebook เป็นสื่อหลักที่ทำให้เกิด ความเคลื่อนไหวของ 5 เว็บไซต์ที่ผู้คนเข้าชมมากที่สุด (Olmstead, et al., 2011)

ขณะที่ Evan (2008) ได้นิยามสื่อสังคมออนไลน์ไว้ว่า เป็นความเสมอภาคและเท่าเทียมกันบนข้อมูล โดยเปลี่ยนจากผู้อ่านไปเป็นผู้ผลิตเนื้อหา และยังปรับเปลี่ยนกลไกการส่งสารระหว่างผู้ส่งสารหนึ่งคนไปยังผู้รับสารที่มีมากกว่าหนึ่งคน (One-to-Many Communication) ให้กลายเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารที่มีมากกว่าหนึ่งคนไปยังผู้รับสารมากกว่าหนึ่งคน (Many-to-Many Communication) ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaplan & Haenlein (2010) ที่กล่าวถึงสื่อสังคมออนไลน์สัมพันธ์กับ Web 2.0 เพื่อการสร้างและแลกเปลี่ยนเนื้อหาของผู้ใช้ด้วยกันเอง (User-Generated Content) ทั้งยังได้แบ่งประเภทสื่อสังคมออนไลน์ไว้ 6 ประเภท ได้แก่

1) Collaborative Project เพื่อให้ผู้ใช้งานได้มีส่วนร่วมของการสร้างเนื้อหา สร้างความเสมอภาคทางความคิดเห็น เน้นให้เกิดความเคลื่อนไหว ปรับปรุง และพัฒนาข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นกรเก็บข้อมูลรวบรวมความรู้ทั้งในด้านของเนื้อหาวิชาการ ประวัติศาสตร์ สินค้าและบริการต่าง ๆ แต่ข้อพึงระวัง คือ ข้อมูลที่ถูกนำมาเขียนอาจไม่เป็นข้อเท็จจริงทั้งหมด อาจเขียนขึ้นจากความเห็นที่ปราศจากการตรวจสอบความถูกต้อง ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลในเว็บไซต์วิกิพีเดีย (Wikipedia) เป็นสารานุกรมที่อนุญาตให้ผู้ใช้เพิ่มหรือแก้ไขข้อมูลได้เอง และยังเปิดให้บริการมากกว่า 230 ภาษาทั่วโลก

2) Blog หรือบล็อก เป็นเนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้นจากผู้ส่งสารฝ่ายเดียว แต่ผู้อ่านสามารถโต้ตอบโดยการแสดงความคิดเห็น (Comment) ได้ นับเป็นเว็บไซต์แรก ๆ ที่ถือกำเนิดขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์ มีการเรียงลำดับเนื้อหาจากโพสต์ล่าสุดย้อนหลังกลับไป ซึ่งในช่วงแรกมีลักษณะเป็นข้อความตัวหนังสือเพียงอย่างเดียว แต่ต่อมาได้พัฒนาให้สร้างเนื้อหาที่เป็นรูปภาพ และคลิปวิดีโอได้ภายหลัง ทั้งยังมีองค์กรหรือบริษัทหลายแห่งที่ใช้อย่างกว้างขวางในการสื่อสารกับพนักงาน กลุ่มลูกค้า รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร

3) Content Community มองว่าสื่อสังคมออนไลน์มีวัตถุประสงค์ เพื่อแบ่งปันเนื้อหาระหว่างผู้ใช้ด้วยกัน เช่น ยูทูป (YouTube) สร้างขึ้นเพื่อแบ่งปันเนื้อหาประเภทวิดีโอ หรือเว็บไซต์ Flickr สร้างขึ้นเพื่อแบ่งปันรูปภาพ เป็นต้น

4) Social Network Site เป็นการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้ผู้ใช้สามารถติดต่อกันผ่านการสร้างประวัติส่วนตัว เชิญเพื่อนเก่า เพื่อนใหม่ หรือคนที่อยากทำความรู้จัก (Invite Friend) เข้ามาชมประวัติส่วนตัวได้ สามารถอ่านข้อความการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ และชมรูปภาพ คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ออกไปเป็นสาธารณะ รวมทั้งการส่งข้อความพูดคุยกับคู่สนทนาแบบส่วนตัวได้ ซึ่งหลายองค์กรยังใช้เป็นศูนย์กลางสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook)

5) Virtual Game Worlds ให้ผู้ใช้งานสามารถเล่นเกมสับบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบ 3 มิติ สร้างความรู้สึกการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ได้มีสังคมของผู้ที่ชอบเล่นเกมเหมือนกัน ทั้งยัง

สามารถติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เล่นคนอื่นได้ทันทีในช่วงเวลานั้น ๆ (Realtime) เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง เช่น เกมออนไลน์ Ragnarok Dota ROV

6) Virtual Social Worlds เป็นการนำเสนอในรูปแบบ 3 มิติ เช่นเดียวกับเกมออนไลน์ มีลักษณะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทโลกเสมือนจริง ให้ผู้ใช้สามารถเลือกลักษณะนิสัยของตัวเอง และใช้ชีวิตได้เสมือนจริง เช่น Second Life โดยผู้ใช้งานแต่ละคนจะถูกเรียกว่าเป็นผู้อยู่อาศัย สามารถแสดงออกหรือสื่อสารมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในรูปแบบของอวตาร (Avatar) ให้เลือกเพศชายหญิง ปรับแต่งทางกายภาพได้ตามต้องการ ทั้งอ้วน ผอม สูง สีส้ม ทรงผม เป็นต้น

ขณะที่ Tuten & Solomon (2013) ได้แบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ไว้ 4 ประเภท ดังนี้

1) ชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร (Social Community) มีเป้าหมายเพื่อติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ รวมถึงการมีส่วนร่วม ทั้งการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) และการสื่อสารแบบหลายทาง (Multi Way Communication) ทำให้ผู้ใช้สามารถแบ่งปันประสบการณ์ต่าง ๆ ร่วมกันได้ เช่น เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ วิกีพีเดีย กระดานข่าว ที่อนุญาตให้ผู้ใช้เพิ่มหรือแก้ไขได้โดยง่าย

2) ชุมชนเพื่อการเผยแพร่ (Social Publishing) มีไว้เพื่อเผยแพร่ผลงาน เช่น เว็บไซต์บล็อก เว็บไซต์ขนาดเล็กที่เจ้าของสามารถสร้างหรือแก้ไขเนื้อหาผ่านอินเทอร์เน็ต จะเป็นข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอก็ได้ และยังเป็นได้ทั้งรูปแบบบุคคลหรือองค์กร

3) ชุมชนเพื่อความบันเทิง (Social Entertainment) เป็นช่องทางเพื่อสร้างความสนุกสนาน และสร้างความบันเทิง เช่น เว็บไซต์เกมส์ออนไลน์ เกมส์ที่ให้บริการบนเฟซบุ๊ก เป็นต้น

4) ชุมชนเพื่องานธุรกิจ (Social Commerce) เป็นเครื่องมือในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ช่วยทำให้การซื้อของเป็นเรื่องง่ายขึ้น ซึ่งผู้บริโภคสามารถติดต่อสอบถามร้านค้าได้ตลอดเวลาที่ผู้ค้าก็สามารถเปิดหน้าร้านขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งยังเป็นชุมชนเพื่องานธุรกิจที่สามารถรีวิว และให้คะแนนสินค้าได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ภาวูธ พงษ์วิทย์ภานุ (2551) ยังได้จำแนกเครือข่ายย่อยของช่องทางการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตามการเข้าใช้บริการของผู้ใช้ที่มีความชื่นชอบและวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกันไป โดยสามารถจำแนกเนื้อหาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ 6 ประเภท ดังนี้

1) เครือข่ายข้อมูลเพื่อความรู้ เป็นการรวบรวมบทความออนไลน์ ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนบทความ และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ โดยมีการจัดระเบียบแยกหมวดหมู่ตามความสนใจ เช่น ท่องเที่ยว ความสวยงาม รถยนต์ เป็นต้น

2) เครือข่ายเพื่อการเผยแพร่ภาพและวิดีโอ โดยอนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างและเผยแพร่รูปภาพ เสียง หรือคลิปวิดีโอบนเว็บไซต์ ให้ผู้ที่สนใจเข้ามาชมหรือดาวน์โหลดเก็บไว้ได้ เช่น ยูทูบ (YouTube) มัลติพลาย (Multiply) เป็นต้น

3) เครือข่ายแลกเปลี่ยนรูปภาพ มีลักษณะเป็นเว็บไซต์ให้บริการรับฝากรูปออนไลน์ เพื่อให้ผู้ใช้งานไม่สิ้นเปลืองพื้นที่การจัดเก็บข้อมูลในคอมพิวเตอร์ ทั้งยังสามารถแลกเปลี่ยนรูปภาพและเปิดขายรูปภาพออนไลน์ได้สะดวก เช่น โฟโต้บัค (Photobuck) เก็ตตี้อิมเมจ (Getty Image) เป็นต้น

4) เครือข่ายซื้อสินค้าหรือประมูลออนไลน์ เป็นการรวบรวมร้านค้าออนไลน์เพื่อเป็นตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมักจะแบ่งเป็นหมวดหมู่ประเภทของสินค้า ให้ผู้ขายสามารถใช้พื้นที่ประกาศขายหรือโฆษณาสินค้าได้ ส่วนผู้ซื้อก็สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและพูดคุยต่อรองราคาได้เช่นกัน เช่น ดีลฟิช (Dealfish) เอ็นโซโก (Ensogo) อีเบย์ (Ebay) เป็นต้น

5) เครือข่ายเพื่อน เพื่อติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่าและเพื่อนใหม่ เน้นการพูดคุยกันทั่วไประหว่างเพื่อน สามารถส่งข้อความ รูปภาพ และคลิปวิดีโอ รวมไปถึงการแท็ก (Tag) แสดงความเห็น (Comment) หรือแบ่งปันข้อมูล (Share) สามารถชวนเพื่อนเล่นเกมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ไลน์ (Line) เป็นต้น

6) เครือข่ายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นลักษณะการแสดงความคิดเห็นผ่านกระดานสนทนา ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเปิดประเด็นตั้งกระทู้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวคราวความเคลื่อนไหวที่สังคมให้ความสนใจ เช่น พันทิป (Pantip) เอ็มไทย (MThai) กระปุก (Kapook)

ขณะที่องค์กรข่าวเองก็พยายามที่จะอำนวยความสะดวกในการเผยแพร่เนื้อหาจากทางเว็บไซต์ของพวกเขา โดยการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ผู้อ่านและผู้ชมสามารถแบ่งปันข่าวสารเหล่านั้นสู่สังคมออนไลน์ได้ สามารถกดถูกใจ (Like) หรือทวิต ผ่านทางเว็บไซต์ขององค์กรข่าวได้เลย (Singer, et al., 2011) โดยผู้สื่อข่าวยังสามารถนำสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมเนื้อหาของพวกเขาในการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่กว้างขึ้น และสร้างให้เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยหลาย ๆ ครั้งเป็นการทวีตพาดหัวข่าวและเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์หลัก (Lasorsa, Lewis & Holton, 2012) และจากการศึกษาของ Donath (2004) แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีการสื่อสารแบบดิจิทัลก็มีส่วนในการส่งเสริมวิวัฒนาการของสื่อรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้การสื่อสารเป็นไปในทางที่ดีขึ้นและยังก่อให้เกิดความสัมพันธ์กันทางเครือข่ายสังคม นำไปสู่สถานการณ์ที่ทำให้ผู้คนนับล้านคนสามารถเข้าถึงสื่อได้ตลอดเวลา ไม่ว่าพวกเขาเหล่านั้นจะอยู่ที่ไหนหรือกำลังทำอะไร นอกจากนี้ Olmstead และคณะ (2011) ยังมีข้อเสนอแนะว่า เราควรเข้าใจผู้บริโภคไม่เพียงแต่สารที่ผู้บริโภคต้องการได้รับ แต่ควรคำนึงถึงสารที่ผู้บริโภคต้องการแบ่งปันไปยังบุคคลต่อไปด้วย

จากการทดสอบของ Hermida, Fletcher, Korell & Logan (2012) ยังพบอีกว่า มีผู้รับข่าวสารในชีวิตประจำวันผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) น้อยกว่าทางทวิตเตอร์ (Twitter) เนื่องจากจำนวนประชากรที่เป็นสมาชิกของทวิตเตอร์มีจำนวนน้อยกว่าเฟซบุ๊กในประเทศแคนาดา ความแตกต่างอีกอย่างหนึ่ง คือ เรื่องของแหล่งที่มาของข่าวสารที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ชื่นชอบ โดยชาวแคนาดาชื่นชอบและเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนและครอบครัว มากกว่าที่จะเปิดรับจากตัวนักข่าวหรือองค์กร โดยคิดเป็นร้อยละ 43 ในขณะที่ประชาชนชาวแคนาดาร้อยละ 20 ชื่นชอบและเปิดรับข่าวสารจากตัวนักข่าวหรือองค์กรข่าวมากกว่าการแบ่งปันข้อมูลจากเพื่อนหรือครอบครัว ในขณะที่บนเว็บไซต์ทวิตเตอร์ มีเพียงร้อยละ 10 ของผู้ใช้ติดตามข่าวหรือผู้สื่อข่าว เปรียบเทียบกับการติดตามบุคคลทั่วไปซึ่งมีร้อยละ 18 ซึ่งผลจากการวิจัยนี้เผยให้เห็นจำนวนที่มีนัยสำคัญของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่จะรับข้อมูลจากบุคคลรอบตัวพวกเขามากกว่าองค์กรต่าง ๆ

นอกจากนี้ Hermida, et al. (2012) ที่ได้ศึกษาเรื่องการกดถูกใจเนื้อหา (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการแบ่งปันข้อมูลเป็นสาธารณะ (Share) พบว่า เฟซบุ๊กได้กลายเป็นแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จำนวนมาก โดยพบว่าผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ชาวแคนาดา จำนวนร้อยละ 43 ได้รับข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ในแต่ละวันจากครอบครัว เพื่อน และคนรู้จักที่พวกเขาติดตามบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเพศถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเสพข่าว ซึ่งมีตัวเลขสูงถึงร้อยละ 49 ที่เป็นเพศหญิง เมื่อเทียบกับเพศชายซึ่งมีจำนวนร้อยละ 36 และอาชีพก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สร้างความแตกต่าง โดยพบว่าร้อยละ 51 เป็นกลุ่มนักเรียน และร้อยละ 59 เป็นกลุ่มผู้เกษียณอายุซึ่งเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการบริโภคข่าว โดยมักเป็นข่าวที่ถูกกรองมาแล้วจากแวดวงสังคมของพวกเขา จากข้อมูลข้างต้น นับเป็นข้อค้นพบที่น่าสนใจ เมื่อผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จะเชื่อถือข้อมูลจากคนในสังคมเดียวกันมากกว่าองค์กรนำเสนอข่าวสาร

อย่างไรก็ตามจากการศึกษายังพบอีกว่า ผู้บริโภคข่าวที่มีอายุน้อยอาจจะมีการเปิดรับข่าวสารที่กว้างกว่า โดยเป็นข่าวจากแหล่งมีอาชีพในสื่อสังคมออนไลน์ ที่ได้รับจากทางเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 31 และจากทางทวิตเตอร์คิดเป็นร้อยละ 17 ซึ่งอาจเป็นการอธิบายความจริงที่ว่า กลุ่มนักเรียนถือเป็นกลุ่มที่แสดงตัวเป็นกลุ่มใหญ่ในสื่อสังคมออนไลน์ และมีแนวโน้มเป็นกลุ่มผู้ใช้งานที่มากที่สุด โดยในงานวิจัยนี้พบว่าร้อยละ 94 ของกลุ่มนักเรียน ใช้งานเฟซบุ๊กเมื่อมีการใช้งานอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้มีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์กว่าร้อยละ 71 กล่าวว่า การที่ได้รับข่าวสารและการรับชมข่าว ถือเป็นหนึ่งในเหตุผลหลักที่พวกเขาเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ซึ่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่คนในเครือข่ายเข้ามารับชมและแบ่งปันข้อมูลกัน โดยกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่รับชมข่าวจากทางเฟซบุ๊ก ร้อยละ 64 กล่าวว่า พวกเขาเห็นคุณค่าของสื่อสังคมออนไลน์เพราะมีการใช้งานที่ง่าย และยังสะดวก

อย่างยิ่งในการแบ่งปันข้อมูลสู่คนอื่น ๆ ซึ่งการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์กลุ่มอายุ 18–34 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 83 ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมด ร้อยละ 63 กล่าวว่าหนึ่งสาเหตุหลักที่เลือกใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก คือการที่ได้เป็นบุคคลแรก ๆ ในการรับทราบข้อมูลข่าวสาร หรือสถานการณ์ใด ๆ ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้น ซึ่งการศึกษารังนี้สะท้อนให้เห็นถึงจำนวนของผู้ใช้งานในสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่นิยมเข้าเฟซบุ๊ก เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก

ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ เชื่อในข้อมูลที่พวกเขาได้รับจากคนในแวดวงสังคมของพวกเขา ซึ่งบุคคลเหล่านี้มักจะให้ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและเชื่อในข้อมูลเหล่านี้มากกว่าข้อมูลที่ได้รับจากสื่อเดิม ๆ จำนวนร้อยละ 59 กล่าวว่าพวกเขาได้เปิดรับข่าวใหม่ ๆ และข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และตัวเลขพุ่งขึ้นไปถึงร้อยละ 69 ที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ ผู้วิจัยได้สอบถามผู้บริโภคว่าพวกเขาเชื่อถือในเนื้อหาที่สร้างขึ้นมาจากนักข่าวมืออาชีพจากองค์กรข่าวมากน้อยอย่างไร พบว่าโดยรวมร้อยละ 37 ของผู้บริโภคข่าวทางสื่อสังคมออนไลน์ชื่นชอบข่าวที่มาจากนักข่าวมืออาชีพและมองว่าน่าเชื่อถือ โดยร้อยละ 58 เป็นกลุ่มนักเรียน แต่ร้อยละ 44 กล่าวว่าพวกเขาไม่แน่ใจ อย่างไรก็ตาม ตัวเลขทางสถิติที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้จำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ มีผลกระทบกันแต่เป็นความเกี่ยวพันที่ไม่ชัดเจนมากนัก

เราอาจสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายมาเป็นพื้นที่ในการกระจายข่าวสารต่าง ๆ และเป็นพื้นที่ให้บุคคลต่าง ๆ ได้เข้ามารับข่าวสาร ซึ่งเทคโนโลยีทางด้านดิจิทัลที่กำลังอยู่ในช่วงขยายความสามารถของผู้บริโภคที่จะเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยสารเหล่านั้นสามารถกลายมาเป็นกระแสในสังคมได้ ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารกว้างมากขึ้น และเปิดรับผ่านทางเครือข่ายของพวกเขาเอง รวมไปถึงเครือข่ายกลุ่มนักข่าวอีกด้วย โดยพื้นฐานแล้วบุคคลที่อยู่ในเครือข่ายได้กลายเป็นผู้ที่มีหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร และเป็นผู้ตัดสินใจว่าเนื้อหาข่าวขึ้นไหนหรือวิดีโออันไหนที่พวกเขาอยากแบ่งปันออกไป โดยมองจากความน่าสนใจของเนื้อหาเหล่านั้นเป็นหลัก หากเนื้อหาน่าสนใจและมีความบันเทิงเพียงพอ พวกเขาก็จะแบ่งปันสู่บุคคลในเครือข่าย เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้มีการพัฒนาไปสู่จุดที่เป็นมากกว่าพื้นที่ส่วนบุคคลเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นส่วนตัว แต่ได้กลายมาเป็นสื่อหนึ่งที่มีพื้นที่สำหรับการแบ่งปันและแนะนำข่าวสารโดยมีเหตุผลส่วนตัวแตกต่างกันไป โดยภาพรวมในปัจจุบัน ผู้บริโภคยังชื่นชอบที่จะได้รับข่าวสารและเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ กับครอบครัวและเพื่อนมากกว่ากลุ่มนักข่าว หากแต่สิ่งที่เปลี่ยนไปในตอนนี้คือผู้คนเปิดรับองค์กรข่าวต่าง ๆ บนสื่อเฟซบุ๊กมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากจำนวนคนที่กดไลก์เพจข่าว รวมไปถึงตัวนักข่าวเองด้วย ทำให้องค์กรมีโอกาสนในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น



## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ Facebook Fanpage

### 2.3.1 ความหมายของ Facebook Fanpage

Facebook Fanpage คือ หนึ่งในประเภทของเว็บไซต์รูปแบบหนึ่งของ Facebook ที่แบรนด์ องค์กร หรือบุคคลต่าง ๆ สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม สร้างความใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ติดตาม แฟนเพจนั้น ๆ

นอกจากนี้ พลอยไพลิน ทองอ่อน (2558) ยังได้ให้ความหมายของ Facebook Fanpage ว่าเป็นรูปแบบของการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ที่สร้างขึ้นมา เพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร หรือแบรนด์ต่าง ๆ โดยการสื่อสารนั้นสามารถระบุแบบเจาะจงหรือสื่อสารได้เป็นจำนวนมาก ขณะที่ วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ (2554) ได้ทำการเปรียบเทียบ Facebook Fanpage กับการสร้างตัวตนให้กับแบรนด์หรือองค์กรต่าง ๆ ด้วยการสร้างอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ รวมถึงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ด้วย ยิ่งไปกว่านั้นเฟซบุ๊กแฟนเพจยังมีลักษณะที่เปรียบได้กับคนอื่นอีกด้วย ดังนี้

- 1) สามารถสื่อสารและให้ข้อมูล ทำหน้าที่ในการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพแบบทันทีทันใด
- 2) สามารถทำหน้าที่เพิ่มจำนวนของกลุ่มเป้าหมายเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จในการก่อตั้งเป็นชุมชนเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้
- 3) ทำหน้าที่ขาย หรือประชาสัมพันธ์ บอกกล่าวเกี่ยวกับองค์กรหรือแบรนด์ ไปยังกลุ่มผู้ติดตาม หรือสมาชิกที่มีความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ประโยชน์หลักของ Facebook Fanpage นั่นก็คือ ความสามารถในการเข้าถึงและสื่อสารกับกลุ่มผู้ติดตามได้ โดยมีวัตถุประสงค์ให้การสร้างความสัมพันธ์ การมีปฏิสัมพันธ์ การพูดคุย และทำกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างธรรมชาติ คล้ายคนมีชีวิต จึงทำให้หลายองค์กร แบรนด์ และบุคคล นำมาใช้เป็นช่องทางในด้านการสื่อสารเพื่อให้เกิดเป็น Community

### 2.3.2 ประเภทของเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูล

อรรถชัย วรจรัสรังสี และพนม คลีฉายา (2556) ได้ทำการศึกษาและจำแนกประเภทของเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอบน Facebook Fanpage จำนวน 6 แฟนเพจ โดยสามารถจำแนกออกมาได้ทั้งสิ้น 4 ประเภท ดังนี้

- 1) เนื้อหาประเภทข้อมูล (Product Information) ประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและความเป็นมาของแบรนด์ รวมทั้งบริษัทหรือองค์กร เป็นเนื้อหาที่มีความกระชับแข็งแรง สร้างการรับรู้ระหว่างผู้บริโภคและตราสินค้า

2) เนื้อหาประเภทการจัดกิจกรรม (Activities) เป็นเนื้อหาที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ติดตามแฟนเพจให้เกิดความใกล้ชิด ทำหน้าที่สร้างความสนุกสนาน เพื่อให้เกิดการจดจำ และสร้างความประทับใจกับผู้บริโภคได้

3) เนื้อหาประเภทการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านการขายโดยตรง ให้ทดลองสินค้า หรือแจกคูปอง รวมถึงข้อเสนอต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยตรง

4) เนื้อหาการส่งเสริมความรู้และกระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือใช้ (Education & Urging Consumer's Buying) เป็นเนื้อหาโดยมีวัตถุประสงค์ในการให้ความรู้กับผู้บริโภค อาจมีคำถามหรือสถานะข้อความที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความอยากรู้ของผู้ติดตามได้

นอกจากนี้ ปาณมุก บุญญพิเชษฐ (2554) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบสารในการประชาสัมพันธ์การตลาดผ่าน Facebook Fanpage สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

- 1) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product Information)
- 2) การเสริมความรู้ (Education)
- 3) การให้ข้อมูลกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ (Activities)
- 4) การส่งเสริมการขาย (Promotion)
- 5) การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงสนับสนุนผลิตภัณฑ์ (Endorsement)

ขณะที่ พลอยไพลิน ทองอ่อน (2558) ได้ระบุถึงเทคนิคการนำเสนอข้อมูลบน Facebook Fanpage ว่าประกอบไปด้วยเทคนิคการนำเสนอทั้งสิ้น 8 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่

- 1) วิดีโอ (Videos) หมายถึง ภาพที่มีการเคลื่อนไหวจากการอัปโหลดขึ้นยัง Facebook Fanpage เพื่อจุดประสงค์หนึ่ง
- 2) รูปภาพ (Photo) หมายถึง ภาพหรือรูปภาพที่มีองค์ประกอบและรูปภาพการนำเสนอที่อยู่ในรูปแบบประกอบตัวอักษรอยู่ร่วมด้วย
- 3) ลิงค์ (Links) หมายถึง การกดจากโพสต์ที่อยู่บนหน้าแฟนเพจที่เป็นลิงค์แล้วสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันอื่น ๆ บนระบบอินเทอร์เน็ตได้
- 4) การเขียนบันทึก (Notes) หมายถึง การเขียนข้อความหรือบันทึกต่าง ๆ ลงบน Facebook Fanpage
- 5) การอัปเดตสถานะ (Status Updates) หมายถึง ข้อความที่บ่งบอกถึงสถานะใดสถานะหนึ่งของผู้เป็นเจ้าของแฟนเพจ
- 6) การถามคำถาม (Questions) หมายถึง การสร้างระบบคำถามเพื่อให้ผู้ติดตามได้มีส่วนร่วมในการโหวตหรือแสดงความคิดเห็นเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง

7) กิจกรรม (Events) หมายถึง กิจกรรมที่ถูกจัดตั้งขึ้นโดยสื่อสารผ่านทางรูปภาพหรือข้อความ เพื่อให้เชิญให้ผู้ติดตามที่สนใจสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้

8) เหตุการณ์สำคัญ (Milestones) หมายถึง รูปแบบการโพสต์ที่ระบุถึงเรื่องราวสำคัญต่าง ๆ โดยมีวันที่ระบุ

### 2.3.3 การใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) กลายเป็นเทคโนโลยีที่สร้างเครือข่ายช่วยให้คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Fanpage Facebook) ถือเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ทั้งยังเป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า และช่วยสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคในอีกทางหนึ่งด้วย การทำการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ จึงต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคหรือการสร้าง ความผูกพันกับลูกค้า (Engagement) ถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งเพื่อดึงดูดความสนใจจากการทำกิจกรรมออนไลน์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและรักษาฐานแฟนคลับ (Brand Buffet, 2560 ก) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า

1) ส่งอีเมลต้อนรับ เป็นอีกหนึ่งช่องทางเพื่อติดต่อกับลูกค้าที่ไม่ควรละเลย คล้ายกับการกล่าวต้อนรับเมื่อมีคนเข้ามาในบ้านอย่างอบอุ่น เพื่อสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกพบ ถือเป็น การเริ่มต้นความสัมพันธ์ที่ดี โดยใช้ข้อความที่แสดงถึงความจริงใจจากมนุษย์ มากกว่าคำพูดไร้ความรู้สึกดังหุ่นยนต์

2) การขอบคุณ เป็นมารยาทขั้นพื้นฐานหลังจากลูกค้าให้ความสนใจในธุรกิจ การแสดงความขอบคุณอย่างซาบซึ้งก็สามารถสร้างความรู้สึกที่ดีต่อแบรนด์สินค้าได้

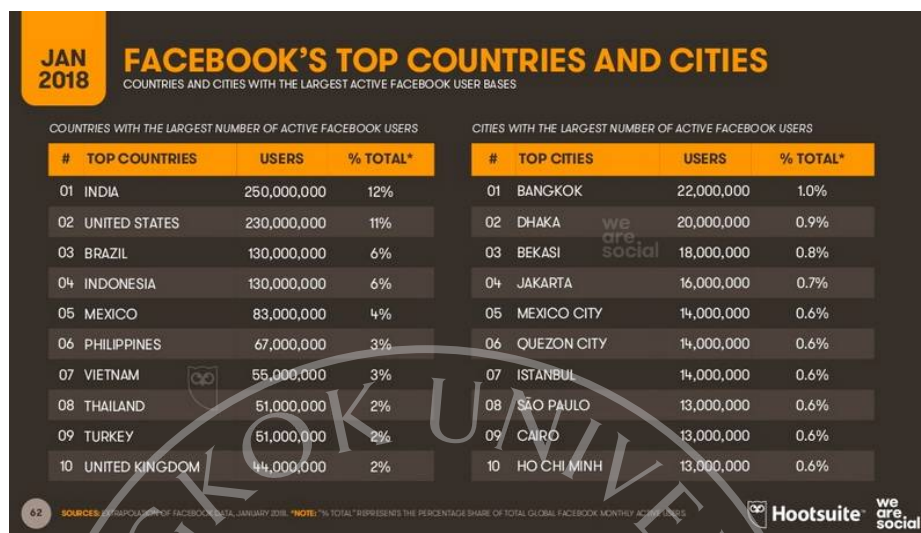
3) ปรับให้เข้ากับมือถือ ในยุคที่โทรศัพท์มือถือเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต การทำ แพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อรองรับการแสดงผลบนมือถือเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้การสื่อสารกับลูกค้าได้ สมบูรณ์แบบ ลดปัญหาการแสดงผลและสร้างความหงุดหงิดใจที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้าได้

4) ตั้งชื่อหัวข้อให้น่าสนใจ เป็นการเรียกร้องความสนใจตั้งแต่เริ่มต้น ย่อมสร้าง โอกาสในการพิชิตใจลูกค้าได้ง่ายขึ้น การตั้งชื่อหัวข้อให้น่าสนใจมีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งถือเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาที่ข้อมูลท่วมท้น

5) ให้ความสำคัญกับเวลาในการโพสต์ นอกจากเรื่องเนื้อหาสาระละเอียด (Content) ที่โดนใจลูกค้าแล้ว ยังต้องคำนึงถึงช่วงเวลาด้วย คอนเทนต์ที่ดีในเวลาที่ไม่เหมาะสมก็ไม่เกิดประโยชน์ ดังนั้นจึงต้องวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่ต้องการจะสื่อสารไปพร้อมกัน

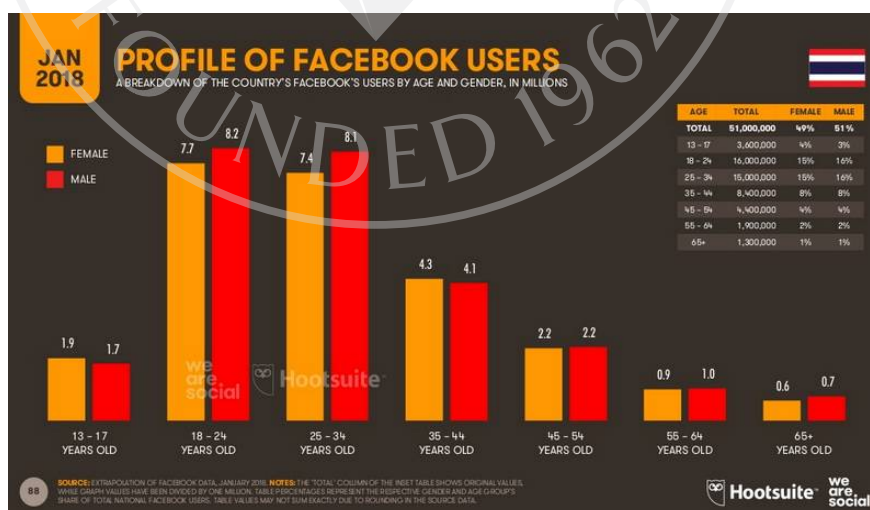
6) กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของคน ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มีความสงสัยใคร่รู้ อยากรู้อยากเห็น การสร้างเรื่องราวในแฟนเพจให้มีความน่าสนใจด้วยการเปิดพื้นที่ให้กลุ่มเป้าหมายได้พูดคุยกัน เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ช่วยเพิ่มการสร้าง ความผูกพันกับผู้บริโภคได้

ภาพที่ 2.2: การจัดอันดับเมืองที่มีผู้ใช้ Facebook มากที่สุดในโลก



ที่มา: Brand Buffet. (2561). สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ไทย” เพลิดเพลินมากที่สุดในโลก “กรุงเทพ” เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>.

ภาพที่ 2.3: การจัดลำดับกลุ่มอายุที่นิยมใช้ Facebook มากที่สุด



ที่มา: Brand Buffet. (2561). สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ไทย” เพลิดเพลินมากที่สุดในโลก “กรุงเทพ” เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>.

จากภาพที่ 2.2 และ 2.3 เป็นการรวบรวมสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกของเดือนมกราคม ปี 2560 พบว่า คนกรุงเทพฯ นิยมเล่นเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดในโลก (Brand Buffet, 2561) อยู่ที่ 22,000,000 คน โดยมีการจัดลำดับกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดในไทย คือ คนกลุ่มอายุระหว่าง 18–34 ปี ซึ่งเป็นผู้บริโภครุ่น Millennials ที่ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ตามมาด้วยกลุ่มอายุ 35–44 ปี เป็นผู้บริโภครุ่น Gen Y–Gen X แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับการทดสอบของ Hermida และคณะ (2012) ที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มอายุ 18–34 ปี มีจำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 83 ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในประเทศแคนาดา

นอกจากนี้ Taylor, Lewin & Strutton (2011 อ้างใน ปิยฉัตร พรหมมา, 2556) กล่าวว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจเปรียบเสมือนหน้าต่างขององค์กรที่สามารถสร้างขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้ง่าย การตั้งรูปโปรไฟล์ โลโก้ หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ รวมไปถึงรายละเอียดที่ปรากฏบนแฟนเพจจึงต้องมีความชัดเจน และสร้างประโยชน์ให้กับผู้ที่กดติดตามอย่างต่อเนื่อง สื่อสารได้ตลอดเวลา ต้องเป็นข้อมูลที่มีความสดใหม่ และทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

ขณะที่ ภิเชก ชัยนรินทร์ (2554 อ้างใน ปนัดดา เชื้อขาวนิช, 2556) ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงเป้าหมายของการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ ดังนี้

- 1) เพื่อเป็นช่องทางแจ้งข่าวสาร และช่องทางการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการอัปเดตข้อมูล เปรียบเป็นช่องทางการตลาดอย่างหนึ่ง สำหรับติดต่อสมาชิก กลุ่มลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร
- 2) เฟซบุ๊กแฟนเพจยังเป็นเสมือนศูนย์รวมกลุ่มคนที่ชื่นชอบตัวเองเอาไว้ด้วยกัน สำหรับบุคคลธรรมดาทั่วไปและดารา ศิลปินที่มีชื่อเสียง เพื่อแจ้งกิจกรรมข่าวสารหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ติดต่อสื่อสารระหว่างกัน แต่ถ้าเป็นในลักษณะสินค้าก็เพื่อให้ผู้ที่จงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ได้กดติดตามเช่นกัน
- 3) เป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และช่วยเพิ่มยอดขาย เพราะเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งไปกดถูกใจหรือกดติดตาม ข้อมูลก็จะไปปรากฏบนหน้า News Feed ผู้ที่เป็นเพื่อนของบุคคลนั้น ๆ สามารถสร้างความสนใจและดึงดูดให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นตามไปด้วย
- 4) ใช้เพื่อรับผลตอบรับ (Feedback) จากผู้ที่กดติดตามได้ เพราะเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถพูดคุยโต้ตอบได้ ทำให้รับทราบถึงความต้องการ ปัญหา และข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคได้โดยตรง เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) เพื่อทำมาปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

ขณะที่ Calero (2013) ได้กล่าวถึงเรื่องความผูกพันของผู้บริโภคในการสื่อสารขององค์กรบนเฟซบุ๊ก ผ่านพฤติกรรม 3 รูปแบบ ได้แก่ การกดถูกใจเนื้อหา (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการแบ่งปันข้อมูลเป็นสาธารณะ (Share) พบว่า พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของคนจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีการกดถูกใจโพสต์หนึ่ง แต่แสดงความคิดเห็นอีกโพสต์หนึ่ง และจะแชร์บอกต่อในอีกโพสต์หนึ่ง แสดงว่าเรื่องราวในเฟซบุ๊กมีน้ำหนักต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกัน และยังกำหนดสิ่งที่แสดงอยู่บนหน้าจอของผู้ใช้ โดยการแชร์บอกต่อโพสต์จะมีน้ำหนักเท่ากับการแสดงความคิดเห็น 2 โพสต์ และเท่ากับการกดถูกใจถึง 7 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ Cho, Schweickart & Haase, (2014) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่ต่างกัน กล่าวคือ การกดถูกใจเนื้อหา (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการบอกต่อ (Share) บ่งบอกถึงระดับความผูกพันที่มีต่อโพสต์ขององค์กรที่ต่างกันไปด้วย

โดย Muntinga, Moorman & Smit (2011) ได้แบ่งพฤติกรรมของการใช้สื่อสังคมออนไลน์มี 3 ระดับ คือการบริโภค การสนับสนุน และการสร้างสรรค์ ซึ่งการบริโภคเป็นระดับต่ำที่สุด เพราะยังเป็นพฤติกรรมที่มีส่วนร่วมแต่ยังไม่ได้สนับสนุน เช่น การอ่าน หรือการรับชม ส่วนการสนับสนุน อยู่ในระดับกลาง เป็นพฤติกรรมที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับเนื้อหา และผู้ใช้อื่นโดยมีส่วนร่วมหรือการแสดงความคิดเห็นในโพสต์ ระดับสูงสุดคือการสร้างสรรค์ ด้วยการผลิตเนื้อหา และบอกต่อสู่สาธารณะ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างสรรค์ ต้องใช้ความพยายามในการคิดอย่างการเขียนเพื่อแชร์ต่อ มากกว่าการบริโภคข้อมูลด้วยการอ่านเท่านั้น สอดคล้องกับ Piolat, Olive & Kellogg (2005) ที่อธิบายว่า ระดับแรก คือการกดถูกใจเนื้อหา (Like) ซึ่งเป็นการใช้ความตั้งใจน้อยกว่าอย่างอื่นเพราะสามารถทำได้ในคลิกเดียว แต่การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการแบ่งปันข้อมูลเป็นสาธารณะ (Share) มีขั้นตอนที่เพิ่มขึ้น นั่นหมายความว่าต้องใช้ความตั้งใจและความคิดเพิ่มขึ้นไปด้วย ส่วนการแสดงความคิดเห็น (Comment) เป็นระดับที่สูงขึ้นเพราะ การแสดงความคิดเห็นในโพสต์จะไปขึ้นอยู่บนหน้า New Feed ด้วย แต่อยู่ได้ไม่นานเพราะจะมีโพสต์ล่าสุดอื่น ๆ ขึ้นมาแทน ขณะที่การแบ่งปันข้อมูลเป็นสาธารณะ (Share) เป็นระดับสูงสุดเพราะถือเป็นกลยุทธ์ในการนำเสนอตัวตนของผู้แชร์เรื่องราวนั้นอีกด้วย เช่นเดียวกับ Van Dijck (2013) ที่กล่าวว่าผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีการวางกลยุทธ์ในการนำเสนอตัวตนผ่านการแชร์โพสต์ ซึ่งต้องใช้ความคิดและความพยายามมากกว่าการแสดงความคิดเห็น เพราะแบ่งปันข้อมูลเป็นสาธารณะ (Share) จะทำให้ผู้ใช้สามารถแสดงออกถึงคุณค่าในตัวเองได้

ขณะที่ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี (2561) ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ส่งผลต่อการกดไลค์ คอมเมนต์ และแชร์ ไว้ดังนี้

1) การกด Like เป็นระดับการแสดงการมีส่วนร่วมขั้นต้น ซึ่งสิ่งที่จะทำให้ผู้อ่านอยากเข้ามากดไลค์ได้ คือ เขาต้องรู้สึกชื่นชอบ เห็นด้วย ซึ่งการจะทำให้เกิดความรู้สึกแบบนี้ได้ ส่วนใหญ่

แล้วมักเป็นสิ่งที่เขารู้สึกคุ้นเคย ใกล้เคียง หรืออาจเคยมีประสบการณ์ร่วม โดยลักษณะคอนเทนต์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกนี้ได้ มักเป็นคอนเทนต์ที่อ่านเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน กินเวลาไม่นาน บางครั้งแค่อ่านพาดหัวแล้วน่าสนใจ ก็สามารถกดโลกได้ทันที

2) การกด Share เป็นคอนเทนต์ที่ผู้อ่านอยากเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นอีกระดับหนึ่งอย่างน้อย ๆ ก็ตั้งใจแวะเข้ามาอ่านแบบจริงจังมากขึ้น ยิ่งเมื่อได้เข้ามาอ่านแล้ว ได้รับความรู้ ความแปลกใหม่ หรือเห็นว่าเป็นประโยชน์ และน่าเชื่อถือได้ ก็จะเกิดการกดแชร์ เพื่อให้คนอื่นหรือเพื่อน ๆ ในโซเชียลมีเดียได้เข้ามาอ่าน อย่างน้อย ๆ ก็รู้สึกเหมือนได้ทำประโยชน์ แถมบางครั้งยังช่วยให้ดูดีในสายตาผู้อื่นด้วย เพราะการแชร์คอนเทนต์ใด ๆ ก็เหมือนการบ่งบอกตัวตน ทัศนคติของผู้นั้น โดยคอนเทนต์ที่มีคนนิยมแชร์กันมาก คือ คอนเทนต์ที่เป็นเรื่องใหม่ ยังไม่เคยรู้มาก่อน สร้างความตระหนก น่าตื่นเต้น รอมมา คือ คอนเทนต์ที่สร้างเสียงหัวเราะ ตามมาด้วยคอนเทนต์ที่ใส่สาระบันเทิงทั่วไป

3) การ Comment เป็นการเข้ามามีส่วนร่วมที่ยากที่สุดกว่า 2 ขั้นที่ผ่านมา เป็นสิ่งที่ผู้อ่านหวงแหน แต่ผู้เขียนกลับอยากได้มากที่สุด เพราะเป็นการนำตัวเองเข้ามามีส่วนร่วมอย่างชัดเจนมากขึ้น เรียกว่าหากไม่โดนใจจริง ๆ ก็ยากที่จะเสียสละเวลาเข้ามาตอบ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้อ่านมักใช้เวลาอ่านจนจบ รวมถึงพิจารณา คติวิเคราะห์ และแสดงความรู้สึกออกมา คอนเทนต์ที่จะทำให้ผู้อ่านรู้สึกแบบนี้ได้ เป็นเพราะเขารู้สึกอินจริง ๆ ซึ่งไม่มีเรื่องตายตัวที่แน่นอน บางครั้งอาจเป็นเรื่องแรงบันดาลใจ ให้กำลังใจ สิ่งที่เขาต้องการ หรือเห็นด้วยมาก ๆ การสร้างให้เกิดคอนเทนต์ที่ผู้อ่านเข้ามามีส่วนร่วมแบบนี้ได้

ทั้งนี้ สรัญญ์ สุมานิตย์, ธนพล นวลนางแย้ม และธัญญาลักษณ์ บุญมาตุ้ม (2560) ได้กล่าวถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจ ถูกสร้างขึ้นเพื่อรวบรวมคนที่มีความชื่นชอบอะไรคล้าย ๆ กันหรือเหมือนกัน และยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มลูกค้า และบุคคลคนทั่วไปได้เห็นและเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น และเพื่อให้ง่ายต่อการจัดการเฟซบุ๊กแฟนเพจ จึงมีการสร้างตัวชี้วัดขึ้นเพื่อรายงานข้อมูลหรือสถิติต่าง ๆ ไว้สำหรับ Admin Page ในการประเมินความเคลื่อนไหวของ Page ในส่วนของเมนู Facebook Insights หรือข้อมูลเชิงลึก ได้แก่

1) Overview เป็นการแสดงภาพรวมต่าง ๆ ของเพจทั้งหมดในช่วงสัปดาห์ที่ผ่านมา ประกอบด้วย Page Likes ซึ่งหมายถึงค่าสำคัญที่ควรดู คือ จำนวนคนที่ไลก์เพจ อัตราการเพิ่ม/ลดลงของ New Fan Post, Reach: ค่าสำคัญที่จำนวนการเห็นคอนเทนต์ที่แท้จริง, Engagement: ค่า “ปฏิสัมพันธ์” คือ (1) คนที่กดไลก์คอนเทนต์ (2) คนที่มาคอมเมนต์คอนเทนต์ (3) คนที่กดแชร์คอนเทนต์ (4) คน “คลิก” คอนเทนต์

2) Likes เป็นการแสดงจำนวนของ Fan Page ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถใช้ตัวเลือกว่าวันที่เพื่อดูข้อมูลที่ผ่านมาได้ ไม่ว่าจะเป็น 1 เดือนที่ผ่านมา หรือดูแต่ละไตรมาสได้

3) Reach เป็นการแสดงถึงจำนวนการเข้าถึง (เห็น) คอนเทนต์จริง โดยในหน้าต่างของ Post Reach จะมีกราฟแสดงความเคลื่อนไหวของ Reach ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยแบ่งออกเป็น Organic Reach (Reach ที่เกิดขึ้นตามปกติ) และ Paid Reach (Reach ที่เกิดขึ้นจากการซื้อโฆษณา) Reactions, Comment and Shares: สามารถบอกรายละเอียดของการกระทำในเชิงบวกที่ทำให้ตัว Reach นั้นเพิ่มขึ้นได้ เช่น Comments and Shares บนโพสต์ใน Facebook ของเรา

4) Page Views Total Views ในส่วนนี้จะมีการแสดงเกี่ยวกับจำนวนคนที่เข้าชม Page โดยที่เราสามารถเลือกเข้าสู่ข้อมูลได้ว่าช่วงระยะเวลาที่เราต้องการได้

5) Posts ข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นการเจาะลึกในตัวโพสต์หรือคอนเทนต์ ซึ่งช่วยให้เราสามารถวิเคราะห์ได้ในมิติต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะแสดง ข้อมูลของแต่ละโพสต์ ว่ามี Reach เท่าใด, Engagement ที่เกิดขึ้นจากการคลิกและการกด Likes, Comments & Shares เป็นเท่าใด และดูได้ว่าประเภทของการโพสต์ว่า สามารถสร้าง Reach และ Engagement เท่าใด ซึ่งในส่วนของตัว Engagement Rate นั้นคือ การเปรียบเทียบเปอร์เซ็นต์ของจำนวนคนที่ “เห็น” โพสต์ของเราแล้วทำการกด Like, Comment หรือ Share ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนสำคัญในการวัดประสิทธิภาพของโพสต์ ดังนั้นการที่เราจะประเมินว่าโพสต์ หรือคอนเทนต์ประเภทไหนมีประสิทธิภาพดีที่สุด จะต้องพิจารณาควบคู่ไประหว่างการสร้าง Reach และ Engagement ที่เกิดขึ้นด้วย เช่น โพสต์ หรือคอนเทนต์บางอย่างนั้นก็จะเป็นไปเรื่องการสร้าง Reach หรือ Engagement ไปในด้านใดด้านหนึ่ง

ด้วยเหตุนี้ การวัดผลการมีส่วนร่วมของเฟซบุ๊กแฟนเพจจากการกดไลค์ Like, Share และ Comment จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดย ณรงค์ยศ มหิทธิวิชาณิชา (2561) ได้กล่าวถึงการคำนวณ Post Engagement Rate โดยใช้สูตรมาตรฐานคือ  $(\text{Total Post Engagement} / \text{Total Post Reach}) \times 100$  ซึ่งผู้วิจัยจะใช้เป็นสูตรในการคำนวณหาค่า Engagement Rate ของแต่ละโพสต์ของเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอบชิตในขั้นตอนการวิจัยต่อไป



### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต” จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์งานวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาเนื้อหาต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต 2) เพื่อศึกษาเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต 3) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

#### 3.1 ประเภทของงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยนำข้อมูลของเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต มาวิเคราะห์ลักษณะของเนื้อหาที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม ซึ่งประกอบด้วย Like, Comment และ Share โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือน ระหว่างวันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 มีจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ ลงในตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์เนื้อหาของแต่ละโพสต์

ทั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

#### 3.2 แหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) จากข้อมูลเชิงลึกของแฟนเพจเฟซบุ๊กเข้านี้ที่หมอชิต ซึ่งจัดอยู่ในหมวดหมู่ประเภทบริษัทด้านสื่อ/ข่าวสาร โดยมียอดผู้ติดตาม 717,209 คน และกดถูกใจแฟนเพจทั้งสิ้น 336,394 คน (บันทึกข้อมูล ณ วันที่ 19 พฤษภาคม 2562) โดยมีแหล่งข้อมูลสำหรับการนำมาศึกษาวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.2.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 เป็นระยะเวลา 1 เดือน เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงเวลาล่าสุดที่ผู้วิจัยกำลังศึกษา จำนวน 402 โพสต์ โดยใช้ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์เนื้อหาของแต่ละโพสต์ในด้านประเภทของเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูล

3.2.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยใช้ในการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Phone Interview) กับผู้ติดตามแฟนเพจจำนวน 5 คน เพื่อยืนยันผลของการมีส่วนร่วมในเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอบิต ซึ่งเป็นผู้ติดตามแฟนเพจมาเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน โดยพบว่า มีจำนวน 26 คน แล้วนำมาพิจารณาเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ที่สะดวกในการให้ข้อมูลภายในระยะเวลาของการทำวิจัย จำนวน 5 คน

- 1) คุณสมจิตร ยั้งขยอ (พีนก) อายุ 38 ปี ภูมิลำเนา จังหวัดนครปฐม ประกอบอาชีพเย็บผ้าเด็กอ่อนอยู่ที่บ้าน ติดตามแฟนเพจเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน
- 2) จ.ส.อ.หญิง สรัญญา บุบผารักษ์ (พีกีฟ) อายุ 38 ปี ภูมิลำเนา จังหวัดนครนายก ประกอบอาชีพรับราชการ ติดตามแฟนเพจเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน
- 3) คุณพงษ์เทพ มาลาชาสิงห์ (พีตาล) อายุ 49 ปี ภูมิลำเนา จังหวัดหนองคาย ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ (รีสอร์ต) ติดตามแฟนเพจเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน
- 4) คุณกฤษณะ อยู่เคลือ (น้องกฤษ) อายุ 28 ปี ภูมิลำเนา จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ติดตามแฟนเพจเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน
- 5) คุณพรนภา ศิริสุขภูวดล (พีแก้ม) อายุ 34 ปี ภูมิลำเนา จังหวัดนครราชสีมา ประกอบอาชีพพนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ติดตามแฟนเพจเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) ประกอบด้วย

- 1) ตารางจัดการและคำนวณข้อมูลประเภทของเนื้อหา ซึ่งประกอบด้วย เนื้อหาประเภทข่าว (News) เนื้อหาประเภทคำคม (Quote) เนื้อหาประเภทกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) และเนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content)
- 2) ตารางจัดการและคำนวณข้อมูลเทคนิคการนำเสนอข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยวิดีโอ (Video) ลิงค์ (Links) และรูปภาพ (Photo)

ตารางที่ 3.1: ตัวอย่างตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม

3.3.2 การสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ (Phone Interview) กับผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ จำนวน 5 คน ซึ่งติดตามมาเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน โดยมีแนวคำถามประกอบด้วย

- 1) เนื้อหาแบบไหนที่ชอบและไม่ชอบ พร้อมให้เหตุผล เช่น เนื้อหาข่าว เนื้อหา กิจกรรม เนื้อหาคมธรรมประจำวัน เป็นต้น
- 2) เนื้อหาแบบไหนที่เข้าไปชมมากที่สุด แล้วกดไลค์ แสดงความคิดเห็น หรือแชร์ ด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด
- 3) เนื้อหาแบบไหนที่ชอบกดไลค์มากที่สุด แล้วแสดงความคิดเห็น หรือกดแชร์ด้วย หรือไม่ เพราะเหตุใด
- 4) เนื้อหาแบบไหนที่แสดงความคิดเห็นมากที่สุด แล้วกดไลค์ หรือกดแชร์ด้วย หรือไม่ เพราะเหตุใด
- 5) เนื้อหาแบบไหนที่กดแชร์มากที่สุด แล้วกดไลค์ หรือแสดงความคิดเห็นด้วย หรือไม่ เพราะเหตุใด
- 6) เนื้อหาแบบไหนที่ไม่เคยมีส่วนร่วม เพราะเหตุใด

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลของโพสต์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม 2562 เป็นระยะเวลา 1 เดือน เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงเวลา ล่าสุดที่ผู้วิจัยกำลังศึกษา จำนวน 402 โพสต์ โดยมีการโพสต์เป็นประจำวันจันทร์-ศุกร์ (23 วัน) จำนวนการโพสต์เฉลี่ย (376/23) 16 โพสต์ต่อวัน ในส่วนของเสาร์-อาทิตย์ จะโพสต์เฉพาะกิจกรรม พิเศษหรือข่าวด่วน (8 วัน) โดยมีจำนวนการโพสต์เฉลี่ย (26/8) 3 โพสต์ต่อวัน

จากนั้นจึงนำข้อมูลมาลงตารางจัดการและคำนวณ เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของเนื้อหา และการ สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ในช่วงเวลาประมาณเดือนเมษายน-พฤษภาคม เพื่อยืนยันผลของการมีส่วน ร่วมในเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอการวิจัยในรูปแบบของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) โดยดำเนินการวิเคราะห์ด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยทำการแบ่งเนื้อหาของโพสต์ออกเป็น 2 ด้าน คือ ประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูล
- 2) ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมจำนวนโพสต์ และการมีส่วนร่วม (Like, Comment, Share) จากข้อมูลเชิงลึกของแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต เพื่อหาค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ตั้งแต่วันที่ 15

เมษายน-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนวณเปอร์เซ็นต์ของการมีส่วนร่วมในแต่ละโพสต์ โดยมีวิธีคำนวณ คือ

$$\text{Engagement Rate} = \frac{\text{Engagement (Post Click + Comment + Like + Share)}}{\text{Reach}} \times 100$$

จากนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) ลงในตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) โดยพบว่า ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมอยู่ที่ 5.77% จึงนำเอาตัวเลขดังกล่าวมาเป็นค่าเฉลี่ยในการวัดผลสัมฤทธิ์ของแต่ละโพสต์

3) สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอมชิต ซึ่งติดตามมาเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน พบว่า มีจำนวน 26 คน แล้วนำมาพิจารณาเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ที่สะดวกในการให้ข้อมูลภายในระยะเวลาของการทำวิจัย จำนวน 5 คน เพื่อนำความคิดเห็นนั้นมาวิเคราะห์ว่า สอดคล้องหรือมีนัยยะต่อผลสำรวจอย่างไรบ้าง

### 3.6 การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลครั้งนี้ เป็นการนำเสนอในรูปแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยแบ่งเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งใช้วิธีอธิบายข้อมูลโดยนำความคิดเห็นและประเด็นที่น่าสนใจ มายกเหตุผลสนับสนุน พร้อมยกตัวอย่างและภาพประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาเนื้อหาที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต” เป็นการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยนำข้อมูลของเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต มาวิเคราะห์ลักษณะของเนื้อหาที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม ซึ่งประกอบด้วย Like, Comment, Share โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูล เป็นระยะเวลา 1 เดือน ระหว่างวันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 มีจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ ลงในตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) โดยมีผลการวิจัยดังนี้

- 4.1 ประเภทของเนื้อหา
- 4.2 เทคนิคการนำเสนอข้อมูล
- 4.3 การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

### 4.1 ประเภทของเนื้อหา

สำหรับเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตสามารถแบ่งประเภทเนื้อหาออกเป็น 4 ประเภทสรุปดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนโพสต์ประเภทของเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ระหว่างวันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562

ประเภทของเนื้อหา	จำนวนโพสต์	คิดเป็นร้อยละ
เนื้อหาประเภทข่าว (News)	351	87.31
เนื้อหาประเภทคำคม (Quote)	23	5.72
เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content)	15	3.73
เนื้อหาประเภทกิจกรรมต่าง ๆ (Activities)	13	3.24
รวม	402	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า เนื้อหาที่ปรากฏมากที่สุด พบว่า มีเนื้อหาประเภทข่าว คำคม ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และกิจกรรมต่าง ๆ โดยเรียงตามลำดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) เนื้อหาประเภทข่าว (News) หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่มีคนสนใจอยู่ในขณะนั้น มีทั้งข่าวอาชญากรรม ข่าวประเพณีและเทศกาลท่องเที่ยว ข่าวการเมือง ข่าวชาวบ้าน ข่าวสังคม เป็นต้น โดยผู้วิจัยพบว่า ในเนื้อหาประเภทข่าวเป็นจำนวนมากที่สุด 351 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 87.31 ของผลรวมประเภทของเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

ภาพที่ 4.1: ตัวอย่างโพสต์เนื้อหาประเภทข่าว (News)



ที่มา: เข้านี้ที่หมอชิต. (2562). Facebook fanpage. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/MorningNewsTV7/>.

จากภาพที่ 4.1 เป็นตัวอย่างโพสต์ข่าว ที่นำเสนอเหตุการณ์เรื่องราวดี ๆ ในสังคม ซึ่งมีเด็กผู้ชายอายุเพียง 6 ขวบ ที่นำเงินที่เก็บได้ 6,000 บาท ให้กับแม่เพื่อส่งคืนเจ้าของ จนเป็นข่าวที่ถูกนำมาเผยแพร่และสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเยาวชนในสังคมได้

2) เนื้อหาประเภทคำคม (Quote) เป็นการนำเสนอเนื้อหาคำคมสอนใจ ซึ่งเป็นคอนเทนต์ที่เข้าใจง่าย มีลักษณะเป็นคมธรรมประจำวันนำเสนอด้วยพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี โดยผู้วิจัยพบว่า ในเนื้อหาประเภทคำคม เป็นจำนวนรองลงมาจากเนื้อหาประเภทข่าว จำนวน 23 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 5.72 ของผลรวมประเภทของเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

ภาพที่ 4.2: ตัวอย่างโพสต์เนื้อหาประเภทคำคม (Quote)



ที่มา: เข้านี้ที่หมอชิต. (2562). Facebook fanpage. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/MorningNewsTV7/>.

จากภาพที่ 4.2 เป็นคลิปวิดีโอ เนื้อหาคมธรรมประจำวันที่มีพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี เป็นผู้ดำเนินรายการในช่วงนี้ นำเสนอในตอน “ปัจจุบันสำคัญที่สุด” เพื่อข้อคิดที่ดีให้กับผู้ติดตามในการดำเนินชีวิตจากการรับชมเนื้อหาข่าวสารประเภทนี้

3) เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content) เนื้อหาที่ให้ข้อมูลที่สามารถช่วยเหลือ หรือเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์แก่ผู้ติดตามได้ อาทิ ราคาน้ำมัน ของแต่ละวัน ผลสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นต้น โดยผู้วิจัยพบว่า ในเนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ จำนวน 15 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 3.73 ของผลรวมประเภทของเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

ภาพที่ 4.3: ตัวอย่างโพสต์เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content)



ที่มา: เข้านี้ที่หมอชิต. (2562). Facebook fanpage. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/MorningNewsTV7/>.

จากภาพที่ 4.3 เป็นตัวอย่างโพสต์เนื้อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการปรับลดราคาน้ำมัน โดยนำข้อมูลมาจากเว็บไซต์ของปั๊มน้ำมันแห่งหนึ่ง ซึ่งในแฟนเพจจะมีเนื้อหาประเภทนี้ที่ถูกนำเสนอในเทคนิครูปภาพเป็นส่วนใหญ่



4) เนื้อหาประเภทกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) เป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างความใกล้ชิด สร้างความสนุกสนาน มอบของขวัญแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้เกิดความประทับใจและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามแฟนเพจ โดยผู้วิจัยพบว่า ในเนื้อหาประเภทกิจกรรมต่าง ๆ จำนวน 13 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 3.24 ของผลรวมประเภทของเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เข้านี้ที่หมอชิต

ภาพที่ 4.4: ตัวอย่างโพสต์เนื้อหาประเภทกิจกรรมต่าง ๆ (Activities)



ที่มา: เข้านี้ที่หมอชิต. (2562). Facebook fanpage. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/MorningNewsTV7/>.

จากภาพที่ 4.4 เป็นตัวอย่างโพสต์เนื้อหาประเภทกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งภาพนี้เป็นกิจกรรมเข้านี้เที่ยวเมืองรอง โดยมีพระเอกช่อง 7HD “เข้ม หัสวีร์” นำแฟนรายการผู้โชคดีไปเที่ยวงานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร โดยในทุก ๆ เดือนจะมีการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้ประมาณ 1-2 ครั้ง เพื่อให้ผู้ติดตามได้มีส่วนร่วมในการชิงรางวัล

## 4.2 เทคนิคการนำเสนอข้อมูล

สำหรับเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิดสามารถแบ่งเทคนิคการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 3 รูปแบบ สรุปดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนโพสต์เทคนิคการนำเสนอข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิด ระหว่างวันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562

เทคนิคการนำเสนอ	จำนวนโพสต์	คิดเป็นร้อยละ
วิดีโอ (Video)	292	72.64
ลิงค์ (Links)	89	22.14
รูปภาพ (Photo)	21	5.22
รวม	402	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า เทคนิคการนำเสนอข้อมูล พบว่า มีรูปแบบวิดีโอ ลิงค์ และรูปภาพ โดยเรียงตามลำดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ภาพที่ 4.5: ตัวอย่างโพสต์เทคนิคการนำเสนอข้อมูลประเภทวิดีโอ (Video)



ที่มา: เข้านี้ที่หมอชิด. (2562). Facebook fanpage. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/MorningNewsTV7/>.

1) เทคนิคการนำเสนอข้อมูลรูปแบบลิงค์ (Links) เป็นลิงค์เกี่ยวกับเนื้อหาประเภทข่าวเช่นกัน โดยเมื่อกดเข้าไปจะพบว่า มีรายละเอียดของเนื้อหาข่าวเป็นข้อมูลให้อ่าน ประกอบรูปภาพและคลิปวิดีโออยู่ในลิงค์ โดยผู้วิจัยพบว่า มีจำนวนรองลงมาจากเทคนิคการนำเสนอข้อมูลประเภทวิดีโอ (Video) จำนวน 89 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 22.14 ของผลรวมเทคนิคการนำเสนอข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

ภาพที่ 4.6: ตัวอย่างโพสต์เทคนิคการนำเสนอข้อมูลประเภทลิงค์ (Links)



ที่มา: เข้านี้ที่หมอชิต. (2562). Facebook fanpage. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/MorningNewsTV7/>.

2) เทคนิคการนำเสนอข้อมูลรูปแบบรูปภาพ (Photo) อาทิ รูปภาพพร้อมตัวอักษร รูปภาพกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว รูปภาพพร้อมคำคมในวันสำคัญต่าง ๆ รูปภาพอธิบายข้อมูลราคาน้ำมัน เป็นต้น โดยผู้วิจัยพบว่า มีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 21 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 5.22 ของผลรวมเทคนิคการนำเสนอข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

ภาพที่ 4.7: ตัวอย่างโพสต์เทคนิคการนำเสนอข้อมูลประเภทรูปภาพ (Photo)



ที่มา: เช้านี้ที่หมอซิด. (2562). Facebook fanpage. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/MorningNewsTV7/>.

#### 4.3 การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเช้านี้ที่หมอซิด

การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเช้านี้ที่หมอซิด โดยแยกเป็นประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูล ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

##### 4.3.1 ผลการวิจัยจากประเภทของเนื้อหา

1) เนื้อหาประเภทข่าว (News) มีจำนวน 351 โพสต์ จากจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์  
สรุปดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมจากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
คนไทยทะเลาะกันเองซัดมีดปาดคอเสียชีวิตที่มาเลเซีย	News	Video	131,376	39,807	30.30
จับหนุ่ม อายุ 23 ปี ย่องกรีดเป้า กางเกงข่มขืน นทท.สาวอังกฤษมาไม่ได้สติบนเกาะพีพี	News	Video	319,945	53,488	16.72
เที่ยวถ้ำเลสเทโกตอนย้อนรอยโลก ดึกดำบรรพ์ ลอดถ้ำเลยาวที่สุดในเมืองไทย จ.สตูล	News	Video	201,585	31,762	15.76
ททท.ชวนเที่ยวสตูลอุทยานธรณีโลกแห่งแรกของไทย	News	Video	107,567	15,821	14.71
นาฬิกาข้อมือเครื่องบินเมียนมา ล้อไม่กาง ลงจอดฉุกเฉิน	News	Video	137,889	19,946	14.47
แม่ค้าก๊วยเตี๋ยสดงซื้อหนังหมูมาเจียว ออกมาเหมือนยางมะตอย	News	Link	90,589	12,977	14.33
สามีสาว 17 ปี ที่ถูกพ่อข่มขืนเผยแพร่ยาตั้งท้องได้ 4 เดือน ไม่แน่ใจว่าเด็กเป็นลูกใคร	News	Link	32,065	4,324	13.49
ไล่ล่า หนุ่มชิงแก๊งแหกโค้งชน จยย.ดับ 1 สาหัส 2 ที่รถหลบหนี	News	Video	27,373	3,628	13.25
Live-สด! บรรยายกาศงาน “ขบวนเดินเทิดพระเกียรติ ศษสาร คู่แผ่นดิน	News	Video	84,295	10,944	12.98

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
ญาติชายขับกระบะขึ้นมอเตอร์เวย์ ที่กำลังก่อสร้างเตรียมเรียกค่า เสียหายกับผู้รับเหมาทำถนน	News	Link	80,586	10,150	12.60
เที่ยวครบรสแบบ One Day Trip ณ ชุมชนบ้านท่าข้ามควาย จ.สตูล	News	Video	55,659	6,715	12.06
นาที จยย. ซ้อน 3 พ่อแม่ลูกซีด หน้ารถพ่วง ถูกชนเสียชีวิต 3 คน	News	Link	62,341	7,442	11.94
รวบแล้ว 1 ในกลุ่มชายใช้มีดไล่ฟัน คนช่วงสงกรานต์ อ่างพานถูก ลวนลาม	News	Video	107,923	12,629	11.70
หญิงอายุ 54 ปี ถูกตะขากัดไปหา หมอบ่นปวดมากรุ่งเช้ากลายเป็นศพ	News	Video	45,426	5,070	11.16
วันคล้ายวันประสูติพระเจ้าหลาน เธอ	News	Picture	32,270	3,383	10.48
สุนัขวิ่งตามรถเจ้าของหลังถูกนำ มาปล่อยกลางถนน	News	Video	31,742	3,261	10.27
แตกตื่นกลางกรุงชายขับรถหรู ป้ายแดงจอดหน้าห้างดัง เทงูกลาง ถนนใช้มีดสับ	News	Video	38,083	3,890	10.21

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
เปิดคลิปนาฬิกาผู้ใหญ่บ้านโดนกลุ่ม วัยรุ่นรุมยำก่อนถูกชักปืนยิงสวน บาดเจ็บ 4 คน	News	Video	47,119	4,783	10.15
รถหัดเดินไหลออกกลางถนนทารก 8 เดือน ถูกสับล้อทับดับคาที่	News	Video	90,533	8,965	9.90
จับไอ้เห็นหวังข่มขืนสาวท้องเคราะห์ ดีวัยรุ่นช่วยทัน รุมกระแทกยับ	News	Video	27,455	2,706	9.86
เจ้าของสวนยาง สุดโหดข่มขืนเด็ก ชายหญิง 4 คนมาราธอน แกรมซูม่า	News	Video	19,351	1,898	9.81
คนจริง 2019 แก้ววิ้งรอบไฟแดง หลังลั่นวาจาไว้ หากลิเวอร์พูล เข้ารอบ	News	Video	67,751	6,631	9.79
หนุ่มเห็นเดินตามสำเร็จความใคร่ ใส่หลังสาวกลางร้านสะดวกซื้อ-2 เดือนคดีไม่คืบ	News	Video	23,783	2,282	9.60
แม่พาลูกสาว 5 ขวบเร่ขายบริการ หนุ่มใหญ่ ชาวบ้านสุดทนแจ้งจับ ได้คานางคาเขา	News	Video	41,504	3,980	9.59
เผยคลิปนาฬิกาเครื่องบินรัสเซียลง จอดกระแทกพื้นไฟลุกท่วม ยอดตายพุ่ง 41 ศพ	News	Video	55,384	5,222	9.43

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
แพทย์พบเศษไม้ปริศนา	News	Link	33,003	3,090	9.36
แก๊งฟ้าไฟแดงแยกแคราย พุงชน จยย.คนขี่ขาหัก	News	Video	23,495	2,198	9.36
ชายขับกระบะขึ้นมอเตอร์เวย์ที่ กำลังก่อสร้างรถตกร่องถนนค้ำ สูงจากพื้น 6 เมตร	News	Video	60,251	5,612	9.31
กองทัพเขียดเคลื่อนถนนหลังฝนตก หนักที่กัญโจว	News	Video	13,258	1,233	9.30
วิจารณ์หนังสือสาวนารถโดนตำรวจ ยึดมาซี ชู่ห้องหนุ่มเจ้าของรถ	News	Link	21,893	2,036	9.30
แห่แชร์คลิปพลทหารเรียงแถวพูด ความในใจคนละ 1 วินาที ส่งไป ให้คน	News	Video	27,816	2,576	9.26
Live-สด! บรรยายกาศงาน “ขบวนเดินเทิดพระเกียรติ ศขสาร คู่แผ่นดินเทิดไท้องค์ราชัน หน้าพระบรมมหาราชวัง	News	Video	40,911	3,737	9.13
อุทาหรณ์สาวถูกแก๊งตักทองหลอก ปลดสร้อยทองกว่า 30,000 บาท หลบหนี	News	Video	81,520	7,271	8.92

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
รวบหนุ่มบุกยิงคู่ชกอายุ 18 ปีดับ คาห้องพัก แค้นขอเลิกไปคบกับ ผู้หญิง	News	Video	67,177	5,980	8.90
ระทึก ไฟไหม้รถออดทั้งคันพร้อม เงินกว่า 2 แสนบาท คาดอากาศ ร้อนจัด	News	Video	26,054	2,285	8.77
อุทาหรณ์ ชายชู้จยย.สวนเลนชน กับรถพ่วง คนขี่อาการสาหัส คาดเมาสุรา	News	Video	12,838	1,124	8.76
อสังการชาวจีน 10000 คน ร่วมฝึก	News	Video	4,173	365	8.75
แฉ ดร.เรียกเก็บเงินรถทัวร์อ้าง” เป็นประเพณี” ถอยป้ายแดงเงิน สด 2 เดือน 2 คัน	News	Link	25,083	2,192	8.74
นิกวาร์ถักก๊วย สิบล้อรีบไป “เปิด ไซเรน” เร่งเครื่องแข่งเลนสวน	News	Video	40,716	3,546	8.71
หนุ่ม 17 ปี ขึ้นรถเมล์แล้ววูบก่อน โผล่กลางป่าที่หัวหิน	News	Link	25,363	2,201	8.68
เด็ก 1 ขวบติดอยู่ในรถเก๋งพลเมืองดี ช่วยจับประตู แม่ฉุนทำรถเป็นรอย ถามหาความรับผิดชอบ	News	Video	62,810	5,440	8.66

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
โซเซียลตะลิ่ง ชายหนัก 140 กก. โซว์เต็มสุดพลีวันไหลบางแสน	News	Video	23,638	2,042	8.64
เข้านิวัติไทย-เที่ยวชุมชนต้นหยง โป้ ชมทะเลแหวกสันหลังมังกร ตัว แรกของไทย จ.สตูล	News	Video	41,704	3,600	8.63
อันตรายอาบน้ำคลายร้อนอุณหภูมิ ทะเล 40 องศา เกิดช็อกดับอนาถ	News	Video	21,964	1,893	8.62
เมียใหม่เปิดปากฆ่าฝั่งดิน”อบต. เย่” ยิงเจาะกะโหลก 2 นิ้ว แค้น ถูกชู่ฆ่า	News	Video	67,678	5,812	8.59
รู้ตัวแล้วหนุ่มสำเร็จความใคร่ด้วย ตัวเองกลางร้านสะดวกซื้อ ญาติจ่อ พามอบตัว	News	Link	19,164	1,639	8.55
สุดโหด ผัวปาดคอฆ่าเมียดับอุ้มลูก สาว 7 ขวบ โดดให้รถชนหวังตาย ตาม	News	Video	15,042	1,273	8.46
ญาติสุดทนแจ้งจับพ่อเลี้ยงโหด ล่ามโซ่ทุบตี ด.ช. 9 ขวบ เป็นแผล ทั้งตัว	News	Video	63,232	5,338	8.44
เผยนาทีรัวยิง “ดา สะพานใหม่” เขียนมวยชื่อดัง คาเวทีลุ่มพินิ	News	Video	45,424	3,821	8.41

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
แจ้ง 2 ข้อหากระเบาะเบาะเนียงงาน บวช ยอมรับรู้เท่าไม่ถึงการณ์	News	Video	56,220	4,729	8.41
นายกฯ สั่งตรวจสอบคนในคลิป เป็นข้าราชการศาลจริงหรือไม่- ให้ย้าย ส.ต.ต.กลับที่เดิม	News	Video	31,477	2,646	8.41
รวบหญิงแค้นสามีเก่าที่ถ่ายคลิป แบล็กเมลล์ บอกให้สามีใหม่-อาบูก ยิงดับ	News	Video	49,467	4,111	8.31
ตั้ง 3 ปมฆาตกรรมวัยรุ่นอายุ 17 ปี ถูกทุบศีรษะ-ยิงทิ้งริมคลอง จ.นครพนม	News	Video	43,024	3,568	8.29
ยืนยัน ‘น้องเอิร์ช’ เสียชีวิตจาก อุบัติเหตุ หลังหายตัวกลางดึกที่ ญี่ปุ่น	News	Link	19,469	1,611	8.27
ภาพสะท้อนใจ พบทารกเพศหญิง ถูกทิ้ง ยุงรุมกัดทั้งตัว	News	Video	36,511	3,015	8.26
รวบ “ต้ม ไล่แตก” มือฆ่า “น้องเอ๋อ” ก่อนนำศพทิ้งน้ำ หน้ากบดาน จ.ตราด	News	Video	41,096	3,391	8.25
จับคดีอันตราย หมู่มขยาบ้า 6 ล้านเม็ด ไอซ์เกือบ 500 กก. สารภาพทำมาแล้ว 20 ครั้ง	News	Link	43,044	3,549	8.25

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
แชร์ว่อนกลุ่มวัยรุ่นรุมทำร้าย ผู้หญิง-คนแก่ เพยก่อเหตุมาแล้ว หลายครั้ง	News	Video	29,981	2,467	8.23
“ผกก.ทุ่งใหญ่” แจงย้ายลูกน้อง เข้าชี้ข้อตรวจใบขับขี่ “อธิบดี”- ผู้การสั่งย้ายกลับที่เดิม	News	Video	70,500	5,767	8.18
พ่อแค้นลูกสาวถูกว่าที่เจ้าบ่าวพา หนีบุกยิงญาติที่มาสู่ขอ ดับคาที่	News	Video	23,379	1,903	8.14
คนขับรถกระบะเมาชิงพุ่งชนผู้คน เล่นสงกรานต์ เคราะห์ดีหลบทัน	News	Video	174,697	14,135	8.09
รู้แล้วซ็อกเป็นลม สามีภรรยา เสี่ยงโชคซื้อลอตเตอรี่แค่ 2 ใบ ถูกรางวัล 12 ล้าน	News	Video	179,408	14,503	8.08
หนุ่มโพสต์ถูกขโมยชิ้นส่วนอะไหล่ รถบิ๊กไบค์มูลค่ากว่า 1 แสน ทั้งที่ จอดในโรงพัก	News	Video	34,926	2,809	8.04
สำนักงานขนส่งคาดโทษคนขับรถ ทัวร์ทิ้งพวงมาลัยทะเลาะกับแฟน	News	Video	43,836	3,501	7.99
เตรียมแจ้ง 3 ข้อหา “เครือข่าย ใช้มิดสับกลางถนน เผยเครือข่าย สูญเสียนกิลด์ซิด	News	Video	28,477	2,260	7.94

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
หญิงท้อง-น้ำคร่ำแตกรอคิวนาน จนลูกตาย จี้หาผู้รับผิดชอบ	News	Video	36,345	2,882	7.93
หนุ่มเครียดเมียหนีคลุมคลั่งจับ ลูกชายเป็นตัวประกัน ชูฆ่าปาดคอ	News	Video	69,877	5,536	7.92
ชื่นชมวัยรุ่นช่วยเหลือข้อมือ แม่ค้าเชียงใหม่ ถูกรถชนดับ ส่งคืน ญาติ	News	Video	65,422	5,182	7.92
สั่งปิดโรงเรียน 60 วันเร่งตรวจสอบ สาเหตุอาคารถล่มทับ ด.ญ. 4 ขวบ เสียชีวิต	News	Video	14,819	1,173	7.92
ระทึกพนักงานทำความสะอาดแอร์ พลาดทำห้อยอยู่บนตึกสูง	News	Video	9,592	758	7.90
จับแล้วหนุ่มเล่นสงกรานต์ต่ออาจารย์ “จูป-จิบ กันสาว” สารภาพคึก คะนอง	News	Link	25,204	1,989	7.89
พ่อโมโหหนัก ลูกสาวถูกลวนลาม กระทืบคนร้ายหน้าเคมา	News	Video	22,038	1,726	7.83
ลี้มกระเป๋าวัวบนรถเข็นสุวรรณภูมิ มีทรัพย์สินกว่า 5 แสนบาท จนท. ตามคืน	News	Link	70,767	5,540	7.83
แม่ร้องลูกชายมีเรื่องกับ ตร.ขึ้นศาล กลางวัน ไม่ทันข้ามคืนถูกยิงตาย	News	Video	26,835	2,085	7.77

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
ชายวัยรุ่นซึ่ง จยย.หนีตำรวจเสียชีวิต หลักล้มคว่ำหน้าคะมา พบมี ยาเสพติดซ่อนในตัว	News	Video	10,996	853	7.76
สุดโหดชายอายุ 26 ปี จับระเบิดยึด ปากคู่อริ เกิดบั้งคามือ สาหัส 2 คน	News	Video	31,001	2,383	7.69
อดีตภรรยาใจเด็ด ชี้จยย.ชนอดีต สามี สุดทำยตัวเองเสียชีวิต	News	Video	55,560	4,266	7.68
ระทึกวัยรุ่นเปิดศึกตะลุมบอนกลาง ถนน ส่งท้ายสงกรานต์	News	Video	33,486	2,571	7.68
พนัก้าอากาศเอกหึ่งโหดกระทับ ภรรยาฉาวอากาศตรีหญิงดับ เหตุระแวงมีชู้	News	Video	20,428	1,555	7.61
กระทิงป่าไล่ชีวิตชาวบ้านเก็บดอก กระเจียวไล่ทะลัก หวัดดับ	News	Link	95,180	7,242	7.61
อุทาหรณ์ ชายสวมแหวน นาน 5 ปี ทำเนื้อเน่าถึงกระดูก	News	Link	31,876	2,413	7.57
ระทึก เด็กตกท่อระบายน้ำเคราะห์ ดีชาวบ้านช่วยได้ทัน	News	Video	33,697	2,550	7.57
จุดจบเด็กแว้นซึ่ง จยย.ชนรถพ่วง ดับ พ่อแม่ร่ำไห้แทบขาดใจ	News	Link	55,157	4,172	7.56

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
โจรคองปืนบุกเดี่ยวชิงทองคำ 2 ล้านบาท กลางห้างสรรพสินค้า ท่าพระบายน้ำ	News	Video	24,347	1,836	7.54
ชายขับรถเก๋งป้ายแดงทำร้าย พนักงานกวาดถนน-อาละวาด กลางกรุง (คลิป)	News	Video	40,213	3,031	7.54
วิสามัญ “ต้นซอยต้น” นักค้ายาบ้า ดับคาแก๊ง หลังดวลปืนปะทะตำรวจ	News	Link	48,903	3,676	7.52
ยกพวกไล่ฟันกันเลือดสาดริมทาง พญา เจ็บ 4 คน นทท.หนีกระเจิง	News	Video	11,250	845	7.51
สิ่งปิด “ชิปไลน์” อ.แม่อน จ.เชียงใหม่ หลังนักท่องเที่ยวตกลง มาเสียชีวิต	News	Link	31,008	2,316	7.47
หญิงอายุ 40 ปี พิซติดติกากิน ทุเรียน 4 กก.ภายใน 3 ชั่วโมง รับเงิน 5,000 บาทแล้ว	News	Video	75,047	5,599	7.46
คนร้าย ฆัดห้องช่วงสงกรานต์จับ สุนัขคดถึงน้ำตายก่อนขโมย ทรัพย์สิน	News	Video	62,008	4,611	7.44
ไล่ล่าอันตรายกระบี่เด็กหนุ่ม กะโหลกร้าวปางตาย ทั้งที่ไม่รู้จัก	News	Video	48,670	3,614	7.43

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
คุมตัววัยรุ่นนโหดบุกยิงอริดับ 3 คน กลางวงเหล้า ทำแผนฯ อ่างแก๊วแค้น แทนเพื่อน	News	Video	56,838	4,214	7.41
นั่งรถตุ๊กตุ๊กหัวกบตะลอนชิม ยุทธจักรความอร่อย ตะลุยเที่ยว เกาะกระดาน จ.ตรัง	News	Video	23,409	1,726	7.37
เร่งเยียวยา เด็ก 4 คน ถูกเจ้าของ สวนยางข่มขืน พบเหยื่ออายุ 14 ปี เครียดจัด	News	Video	29,413	2,164	7.36
อุกอาจปะระเบิดถล่มหน้าบ้านไม่ สะใจ ปาเข้าหน้าต่างฉุกฉินเจ็บ 5	News	Video	41,014	3,005	7.33
ผงะกระบะสุดแสบ ซิ่งหนี ตร.ซุก คนงานเมียนมาอัดเต็มรถ มากถึง 32 คน	News	Video	24,826	1,817	7.32
วันพีซขมขล	News	Picture	51,011	3,724	7.30
วินาทีพายุพัดโบสถ์สแตนเลสพัง ทิ้งหลังเสียหายกว่า 12 ล้านบาท	News	Video	35,639	2,568	7.21
“บอล ใต้” มือยิง “ดาสะพานใหม่” เซียนมวยดับ อ่างป้องกันตัว	News	Video	75,034	5,405	7.20
สำนักผิด พนักงาน 4 คน แกะพัสดุ โพสต์ล้อเลียนลูกค้า-ผู้เสียหาย ให้อภัย	News	Video	50,201	3,611	7.19

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
เผยภาพสวนสนบ่อแก้ว จ.เชียงใหม่ ถูกลูกเห็บปกคลุมขาวโพลนราว หิมะ	News	Video	28,060	2,018	7.19
จับแล้วคนร้าย ฆาตเด็กหญิง 12 ปี กระทำอนาจาร พบก่อเหตุมาแล้ว หลาย	News	Video	38,211	2,745	7.18
หนุ่มอายุ 20 ปี คลุ้มคลั่งเผาบ้าน ตัวเอง วอดทิ้งหลัง	News	Video	15,380	1,104	7.18
แจ้งข้อหาหัวหน้าพนักงานทำความสะอาด โรงแรมแห่งลูกน้องดับ	News	Video	39,038	2,800	7.17
สลด กระบะบรรทุกคนงานยางแตก ชนต้นไม้ดับ 7 ศพ สาหัส 3	News	Link	15,956	1,144	7.17
ชิงบีกไบค์ บิดเกือบทะเลลูไมล์ 264 กม.ต่อ ชม.ชนเสาไฟฟ้าดับคาที่	News	Video	15,532	1,100	7.08
พบเหยื่อเพิ่มกระบะหัวร้อนถูกบีบ แตรใส่ ฉุนขับตามชนถึงโนบ้าน	News	Video	209,215	14,809	7.08
ภรรยาเครียดไม่มีเงินส่งค่างวดรถ คว่ามิตแดงสามีดับ	News	Video	31,874	2,250	7.06
ผวา ชายเมายาบ้าคลุ้มคลั่งถือมิด เข้าไปใน รร.เด็กวังหินกระเจิง	News	Video	41,668	2,934	7.04

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
เที่ยวเมืองสกลฯ ยลพุทธศิลป์วัด ถ้ำผาแต่น เดินเล่นถนนผ้าคราม จ.สกลนคร	News	Video	121,284	8,526	7.03
จบด้วยดี หนุ่มเมาแล้วขี่หอบศพ ทารกใส่โลงไม้ เมียนาหลักฐานยัน ศพลูกชายจริง	News	Link	24,388	1,694	6.95
แจ้ง 2 ข้อหาชายอ้างตัวเป็นทนาย ไม่ยอมเป่าแอลกอฮอล์ ชูฟ้องกลับ ตำรวจ	News	Video	34,334	2,368	6.90
ตร.แจ้งข้อหาหนักอดีตสามีนุกยิง แม่ค้าก๋วยเตี๋ยว ลูกค้าถูกลูกหลงดับ 1 เจ็บ 2	News	Video	57,318	3,927	6.85
เจอตัวแล้ว “น้องกัปตัน” หายออก จากบ้าน ที่แท้หลงป่าไม่ได้ถูก ลักพาตัว	News	Video	53,360	3,655	6.85
นร.หญิง ม.6 ซึ่จยย.ไปมอบตัวเข้า มหาวิทยาลัย เฉี่ยวรถบรรทุกล้ม ถูกทับเสียชีวิต	News	Video	31,390	2,142	6.82
เร่งคลี่ปมสังหารหญิงเล็บแดงหัน ศพยัดถุง ทิ้งคลองชลประทาน จ.พระนครศรีอยุธยา	News	Video	25,585	1,744	6.82

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
หนุ่มกระต๊อบ รปภ.อดีตตลกอาการ สาหัส อ่างป้องกันตัว ฉุนถูกห้าม จอดรถในที่ห้ามจอด	News	Video	69,502	4,736	6.81
หญิงซีรต จยย.ย้อนศรถูกกระเบ ขนาดเจ็บ 2 คน	News	Video	38,309	2,603	6.79
จุดจบโจรลัก จยย.-มือถือเพราะ รับสายไม่เป็น ถูกพลเมืองตี- กระเป๋ารถเมล์จับส่งตำรวจ	News	Video	57,681	3,913	6.78
เด็กหญิงพิการไร้มือชนะรางวัล ประกวดคัดลายมือระดับประเทศ	News	Video	6,881	466	6.77
แม่ใจร้าย ทิ้งลูกแรกคลอดในเครื่อง ซักผ้าหยอดเหรียญ	News	Link	76,434	5,156	6.75
ฉุนไม่ยอมให้แข่ง ชักปืนยิงใส่ไม่สน ในรถมีเด็กเล็ก สาวโดนลูกหลงเจ็บ	News	Video	15,364	1,031	6.71
สามีเครียดหนักนอกระบบปาดคอ ภรรยา-ลูกดับ รวม 3 ศพ ก่อน พยายาม	News	Video	24,405	1,633	6.69
จับชายอายุ 29 ปี พยายามข่มขืน สาวอายุ 17 ปี หลังเข้าไปช่วย ซ่อมบ้าน	News	Link	55,749	3,722	6.68
ชายชราชาวจีน พลัดตกบ่อลึก 10 เมตร	News	Video	10,974	731	6.66

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
เปิดคลิป์วัยรุ่นเมืองเพชรเล็ตร้อน สาดกระสุนใส่การ์ดหน้าผับดับ 2 เจ็บ 4	News	Video	36,969	2,461	6.66
เผยภาพกล้องวงจรปิดขณะมือฆ่า อุ้ม “น้องเอ๋ย” ก่อนโยนทิ้งน้ำ	News	Video	16,498	1,094	6.63
ไล่ล่า หนุมเสพยาบ้าชิงกระเบแหก ด่าน ตร.หนีข้ามอำเภอ	News	Video	28,899	1,915	6.63
“บอล ใต้” ติดต่อขอมอบตัวหลังรั่ว ยิง “ดา สะพานใหม่” เขียนมวยดับ	News	Video	55,570	3,676	6.62
หนุมหึงโหดกระหน่ำแทงแฟนสาว ดับอ้างบันดาลโทสะ เห็นแซ่ตกับ ชายอื่น	News	Video	33,687	2,228	6.61
“สิบเอก” ชี้จยย.ชนท้ายกระเบ จอดเสี้ยริมถนน ดับคาที่	News	Link	35,630	2,342	6.57
หนุม อายุ 22 ปี เมาสุราชี้รถ จยย. พลิกคว่ำนอนกลางถนนนาน 7 นาที ไม่มีใครช่วย	News	Link	50,776	3,307	6.51
นาทิจีวิต เด็กหญิง 5 ขวบ ปีน ระเบียงโรงแรมตกจากชั้น 12 เจ็บ สาหัส	News	Video	40,135	2,591	6.46
จับสีกเจ้าอาวาสหลังพบหลักฐาน คลิปฉวมั่วสีกาในกุฏิ	News	Link	23,563	1,521	6.46

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
สลด จยย.เลี้ยวตัดหน้ากระบะถูก ชนอย่างแรง ดับ 1 สาหัส 1	News	Link	32,296	2,078	6.43
ฝนถล่มกทม.ลูกเห็บตก-ไฟดับ- ต้นไม้ล้ม น้ำท่วมขัง กระทบ สนามบินดอนเมือง	News	Video	14,255	913	6.40
ผกก.ยืนยันตำรวจตั้งด่านพุดจา ชมชู้ไม่ใช้ห้องที่ สภ.ชุมแพ	News	Video	55,435	3,547	6.40
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จ ออก ณ สีหบัญชร พระที่นั่ง สุทไธสวรรย์ปราสาท	News	Video	39,543	2,522	6.38
ลูกสาวคนโต รับศพพ่อ-แม่เหยื่อ นักธุรกิจมาแล้วขับ เหยื่อน้องสาว รู้สึกตัวถาม “พ่อ-แม่อยู่ไหน”	News	Link	19,720	1,246	6.32
จับแล้วสาวประเภทสองโพสต์ภาพ เปลือยออกเล่นน้ำสงกรานต์ อ่างคึก คะนอง	News	Video	35,668	2,250	6.31
ผิวหมาปาดคอเมียดับกลัวความผิด นอนให้รถไฟทับ แต่ไม่ตาย	News	Video	22,855	1,421	6.22
ระทึกไฟไหม้เตาปิ้งย่างร้านอาหาร ในห้างดังกลางกรุง ลูกค้านี้ กระเจิง	News	Video	21,860	1,356	6.20

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
สุดประทับใจนักท่องเที่ยวนั่งเล่น ริมชายหาด พบลูกเต่าฟักจากไข่ เดินขบวนลงทะเล	News	Video	26,823	1,660	6.19
แตกตื่น ฝนตกหนักทำบ่อแตก จระเข้หลุด 36 ตัว	News	Link	18,241	1,126	6.17
อุกอาจ คนร้ายขับรถแก๊งประกบรว ปิ่นเอ้ม 16 ถล่มอดีตสารวัตรกำนัน ดับคารม	News	Video	8,820	540	6.12
คนร้ายทุบหัว ด.ช. 13 ปี ดับอ้าง แค่ต้องการชู้-ตร.เร่งล่า 2 คนที่ ยังหลบหนี	News	Video	39,070	2,385	6.10
รู้ตัวแล้วกลุ่มวัยรุ่นยกพวกถล่ม- ชักปืนจ่อ ล่าคู่อริหน้าโต๊ะสนุกเกอร์ เร่งออกหมายจับ	News	Video	15,875	969	6.10
รวบแล้วหนุ่มช่างซ่อมรถเกาะพะงัน ข่มขืน นทท.สาวชาวเยอรมัน	News	Video	28,767	1,749	6.08
หนุ่มอ้างชื่อของฉลองวันเกิดก่อน ฉกขึ้นรถกระบะ ขับหลบหนี	News	Video	27,069	1,641	6.06
เตรียมออกหมายจับสามีโหดบุกยิง อดีตภรรยา-แม่ยายดับคา ร้านนวด	News	Video	13,189	799	6.06

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
ดร.ล่าตัวชายหัวร้อนอุณคารณเมล์ ขึ้น ตบหน้ากระเป๋ารณเมล์	News	Video	20,643	1,248	6.05
เผยคลิปโหล่งข้างป่า 34 ตัว ออก จากป่า มาเล่นน้ำคลายร้อนในลำ ห้วย	News	Video	17,745	1,072	6.04
ชาวบ้านช่วยยกรถเก๋งจอดขวาง ทางรถดับเพลิงที่จะเข้าไปดับไฟ จนสามารถผ่านไปได้	News	Video	23,775	1,433	6.03
ฮือฮา โลมามากกว่า 100 ตัว โผล่เล่น น้ำเกาะสิมิลัน จ.พังงา	News	Video	12,147	730	6.01
ดราม่า พิธีกรงานศพห้ามกะเทยรำ หน้าไฟ ครุฑคุมการแสดงโต้ ขอย่า เหยียดเพศ	News	Video	22,385	1,344	6.00
เด็ก 6 ขวบ เก็บเงินได้ 8 พันบาท บอกแม่ให้พาไปหาตำรวจ ส่งคืน เจ้าของ	News	Video	37,020	2,205	5.96
พายุกระหน่ำแผ่นดินคอนกรีต สำเร็จรูป โรงเรียนอนุบาลพังถล่ม ร่วงทับเด็ก 4 ขวบดับ	News	Video	12,465	738	5.92
ชายอายุ 47 ปี เฟ็งพันโทษจำ คุก 3 ปี 6 เดือน 10 ปี 6 เดือน เพราะไม่สำเร็จ ดักชกหน้า เผาบ้าน ชู่ซ่าแม่-ลูกพิการ	News	Video	17,742	1,037	5.84

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
พายุฝนถล่มรุนแรงหม้อแปลง ระเบิด จนท.การไฟฟ้ารอดตาย หวุดหวิด	News	Video	6,042	350	5.79
เตรียมออกหมายจับสาวประเภท สองบุกปาดคอชิงเงินเจ้าของ ร้านชำเหยื่อฮิตส์รอดหวุดหวิด	News	Video	19,299	1,114	5.77
สงกรานต์เลือดแค้นถูกไล่ตีคว่ำป็น ยิงถล่มคู่อริไม่ยั้ง บาดเจ็บ 4 คน	News	Link	18,009	1,039	5.77
เปิดคลิปปาที ลูกเห็บตกกระหน่ำ อุทยานดาราศาสตร์สิรินธร จ.เชียงใหม่	News	Video	11,428	659	5.77
รวบเทรนเนอร์ฟิตเนสหลอกตีสนิท สมาชิกสาว ก่อนบังคับข่มขืนใน ห้องพัก	News	Video	15,130	866	5.72
วัยรุ่นยิงปืนใส่กลุ่มคู่อริหญิงสาว อายุ 17 ปี ถูกลูกหลงดับ บาดเจ็บ อีก 3 คน	News	Video	21,738	1,240	5.70
หนุ่มกลับจากเล่นน้ำสงกรานต์จับ ราวสะพานลอย ถูกไฟฟ้าดูด บาดเจ็บ	News	Link	31,875	1,814	5.69

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
เผยคลิปผู้โดยสารหว่งสัมภาระ ขวางทางหนีขณะเครื่องบินไฟลุก ไหม้	News	Video	33,974	1,933	5.69
หนูน้อยพิการเดินฉลองหลังเปลี่ยน ขาเทียมอันใหม่	News	Video	22,397	1,274	5.69
กกต.ประกาศรับรองผลเลือกตั้ง ส.ส. 349 เขต	News	Link	40,450	2,295	5.67
น้องเมีย อุณพีเขยตีแม่เหล้าเมา-ค่า พี่สาว คว้ามิดแทงยับปางตาย	News	Link	18,368	1,041	5.67
ตร.สะกดรอยข้ามจังหวัดเอเยนต์ ยาเสพติดจนรถจนพิรุช รวบได้คา ห้างฯ ยึดยาบ้ากว่า 1 ล้านเม็ด	News	Link	40,974	2,319	5.66
พ่อเมาคลั่ง ตบตีลูกสาวชาวบ้าน ช่วยเหลือถูกมิดอีโต้ไล่ฟันเจ็บสาหัส	News	Link	30,460	1,718	5.64
รวบชายหัวร้อนอุณกระบะไม่ยอม ให้แซง ชักปืนยิงใส่ไม่สนมีเด็ก สาวโดนลูกหลงเจ็บ	News	Video	32,838	1,842	5.61
วัยรุ่นเมาฉลองสงกรานต์รุมทำร้าย กุ๊กกั๊ย ขณะนำคนเจ็บส่ง รพ.คิดว่า พาพวกมาหาเรื่อง	News	Link	13,711	769	5.61

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
ชายจีนวิ่งย้อนขึ้นบันไดเลื่อนช่วย ต้นกระเป๋าดินทางร่วงกลิ้งมาหา หญิงชราได้ในเสี้ยววินาที	News	Video	31,927	1,790	5.61
เผยนาทีที่บ้านถล่มพ่อใช้ร่างบังลูก สาวคนโต ชี้เกิดจากดินทรุดตัว เพราะน้ำท่วมขัง	News	Video	54,164	3,027	5.59
คุมตัวคนร้ายบุกปล้นเพชร-อัญมณี ทำแผนฯ อ้างถูกเพื่อนจ้างมา ก่อเหตุ	News	Video	34,453	1,920	5.57
รวบหนุ่มค้ายาบ้า-ไอซ์ซูกของ กลางในแฟลตห้องพักพยาบาลสาว	News	Video	23,071	1,273	5.52
คนร้ายข่มขืน นทท.สาวชาว นอร์เวย์อ้างคิดว่าฝ่ายหญิงมีใจ พบประวัติก่อเหตุโซกโซน	News	Video	39,870	2,192	5.50
อันตราย สายเคเบิลเกี่ยวคอสาวซี จยย.รถล้มบาดเจ็บ	News	Video	8,062	441	5.47
ไล่ล่า คู่ผู้ฆาตกรรม จยย.เสียบ กุญแจคารถ หน้าร้านสะดวกซื้อ	News	Video	29,768	1,625	5.46
ป่าเต็งรังโคราช “รถเปียก” ถูกเด็ก สาदनน้ำสงกรานต์...	News	Video	224,849	12,258	5.45
พระบรมราชาภิเษก	News	Picture	16,863	919	5.45

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
คนร้ายขับรถเก๋งฉกของในบ้านเช่า นักศึกษาตอนหลัง	News	Video	21,829	1,185	5.43
ชายอายุ 40 ปี ผิงเหล็กแหลมที่ หัวไหล่ เชื่อว่าเป็นเหล็กไหล สุดท้ายต้องผ่าออก	News	Video	14,128	762	5.39
สลดเด็กชาย 8 ขวบ ป่วยออทิสติก ถูกรั้วไฟฟ้าโรมันช็อคตาย	News	Video	15,424	827	5.36
พายุลมโคราชซ้ำหลังคา ศูนย์การค้าวัสดุก่อสร้างพังถล่ม ทับรถเสียหายกว่า 20 คัน	News	Video	23,632	1,261	5.34
ระทึกบ้านถล่มทับพ่อแม่ลูกขณะ กินข้าว ดิดได้ซอก 3 คน ช่วยได้ 2 คน พ่อเสียชีวิต	News	Video	26,893	1,435	5.34
ออกหมายจับคนร้ายดักใช้หินทุบ หัวเด็กชายอายุ 13 ปี ดับฉุนถูก มองหน้า	News	Video	29,783	1,587	5.33
ตร.เกษียณอายุราชการ ถูกโจรซึ จยย. กระจกสร้อยทองหนัก 3 บาท	News	Video	14,172	755	5.33
หนุ่มไทยโชว์กร่างที่ฮ่องกงไวคน ขับรถเมลี่ไม่พอใจรถรอนาน 1 ชม. ลั่น “กูคนไทย ไม่กลัวมึงหรอก”	News	Video	23,965	1,272	5.31

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
แผ่นดินไหวขนาด 6.3 ใกล้กรุง มะนิลาของฟิลิปปินส์เสียชีวิตแล้ว 8 คน	News	Video	7,423	393	5.29
รวบหนุ่มที่แอบใช้โทรศัพท์ถ่าย คลิปสาวอาบน้ำในโรงพยาบาล	News	Video	30,569	1,618	5.29
ป้าชี่จยย.พาหลานสาว 16 ปี ไป จ่ายค่าเทอม รถป่วนตัดหน้า ขยี้ทับ หลานเสียชีวิต	News	Link	45,596	2,412	5.29
วัยรุ่น ระบายแค้นซึ่งลวดกลางถนน บาดคอคู่อริ หวิดขาด	News	Video	15,848	834	5.26
พลเมืองดีเก็บลอตเตอรี่ได้ยกแผง แจ้งตำรวจนำส่งคืนเจ้าของสุดดีใจ	News	Video	33,854	1,770	5.23
เมาหิงโหด บีบคอ-เตะเมียเจอ แท่งสวนกลับ ดับอนาถ	News	Video	30,450	1,591	5.22
เข้านี้วิถีไทย-สัมผัสวิถีเมือง เหนือ อำเภอสองพี่น้อง ท่องเที่ยวชมชนไทยญวน	News	Video	52,571	2,740	5.21
รวบอดีตลูกพี่จ้างวานมือปืนยิง ลูกน้อง แค้นลาออกมาเปิดอู่รับงาน ตัดหน้า	News	Link	28,988	1,506	5.20
นาที่ชีวิต จยย.เลียวรถจุดบอด หวัดถูกรถบรรทุกขยี้ดับ	News	Video	17,796	924	5.19

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
รวบแล้ว 9 คน วัยรุ่นตีกันหน้า ห้องฉุกเฉิน รพ.บางสะพานน้อย	News	Link	12,154	631	5.19
รวบแล้ว คนร้ายร่วมยิงถล่ม “บังเส็น” กลางตลาดนัด เร่งล่า มือปืน-ผู้จ้างวาน	News	Video	26,225	1,361	5.19
ไล่ล่า โจรแสกตึบรถล้มกระชาก สร้อยบุรุษไปรษณีย์-ฉกเงินหมื่น หนี	News	Video	21,269	1,101	5.18
ร้อนจัดรถกระบะวิ่งบนถนน มิตรภาพ เกิดไฟไหม้วอดทั้งคัน	News	Link	19,887	1,029	5.17
รวบหนุ่มฉุนวัยรุ่นประแป้ง หลานสาววันสงกรานต์ใช้มีดไล่ฟัน บาดเจ็บ 2 คน	News	Video	25,505	1,319	5.17
จ่อหมายจับพ่อเลี้ยงโหดล่ามโซ่ ทุบตี ด.ช. 9 ขวบ เป็นแผลทั้งตัว	News	Link	45,923	2,367	5.15
สังเวย-ตั้ง กก.สอบ “พ.ต.ท.” คดีผู้เสียหายฆ่าตัวตาย เรียกรับเงิน -คดีไม่คืบหน้า	News	Video	47,461	2,437	5.13
พระภิกษุ-ชาวบ้านช่วยไล่ “เจ้างา เดียว” ช้างป่าเพศผู้ บุกวัด	News	Video	15,778	809	5.13
ททท.ชวนเที่ยวงาน “พระจันทร์ หลากสี ที่พะงัน 2019”	News	Video	4,514	231	5.12

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
หนุ่มหัวร้อนไม่พอใจช่างทาสีมอง หน้า เปิดเพลงดัง ขับรถไล่ชนยับ	News	Link	32,804	1,668	5.08
คนขับสี่ล้อแดงมอตัวแล้วอ้าง ตกใจ หลังชนรถเก๋ง-จยย. แล้วหลบหนี	News	Video	13,652	692	5.07
เร่งล่าผู้โดยสารลี้มกระเป๋ใส่กล้วยชา อัดแท่ง 14 กก.ในรถแท็กซี่	News	Video	20,935	1,054	5.03
เตรียมออกหมายจับกลุ่มชาย ฉกรรจ์รุมกระที่บ-ใช้มีดฟันพ่อค้า อาการสาหัส	News	Video	29,976	1,497	4.99
โจรกางร่มบังหน้าดันกล้องวงจรปิด เข้าลักทรัพย์ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ที่เคยทำงาน	News	Video	9,482	473	4.99
ระทึกไฟไหม้รถเก๋งถายน้ำมันเครื่อง ในปั้มน้ำมัน วอดทั้งคัน	News	Video	16,984	840	4.95
เร่งล่าคนร้ายจัดร้านขาย โทรศัพท์มือถือกลางห้างสูงกว่า 200 เครื่อง ฉวยดล่านบาท	News	Video	33,782	1,665	4.93
เหล่าอากงรวมตัวโชว์โหนบาร์กลาง สวนสาธารณะ	News	Video	8,667	426	4.92

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
จับทันควันเมาป่วนชุ่มยิ่งก้อนหิน- นี่ตไล่กระจกรถชาวบ้าน กว่า 20 คัน	News	Link	25,981	1,262	4.86
หนุ่มสุดทนนั่งแท็กซี่เจอคนหลับที่ วางเท้า-กลิ้งเหล่าคลั่ง โซเฟอร์ซึ่ง จนต้องขอลง	News	Video	24,677	1,197	4.85
คลิปนาที่พายุลูกเห็บถล่ม อ.ไพศาลี จนครสวรรค์	News	Video	42,132	2,039	4.84
คนร้ายลวง “แกร็บคาร์” ล็อกคอ จ้วงแทงสาหัส เขี่ยวรอดเพราะไหว พริบดี	News	Video	27,173	1,313	4.83
แท่นแชร์คลิปพายุงวงช้างก่อตัวกลาง ทะเลหน้าเกาะสีชัง	News	Video	21,262	1,025	4.82
สงกรานต์ฮาเฮประแป้งเต็มหน้า ตำรวจ ขณะประกาศขอความ ร่วมมืองดเล่นแป้ง	News	Video	39,049	1,880	4.81
เร่งล่าคนร้ายบุกปล้นร้านรับซื้อของ หลุดจำนำย่านเพชรเกษม	News	Video	34,451	1,649	4.79
หนีไม่รอดหนุ่มตระเวนกระชาก กระเป๋าหน้าห้างฯ จนมุมเพราะ พลเมืองดีไล่ตาม	News	Video	27,692	1,320	4.77

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
ทหารเรือ 3 พันนาย แปรอักษร “HS ๑๐ KING” บนดาตฟ้าเรือ หลวงจักรีนฤเบศร	News	Video	21,049	1,001	4.76
เตรียมเรียกสอบคนขับกระบะชน ยายอายุ 87 ปี ก่อนทับซ้ำ อาการ สาหัส	News	Video	43,072	2,032	4.72
อุกอาจ ยกพวก 7 คน บุกยิงถล่ม คู่อริ กลางวงเหล้า ดับ 3 ศพ	News	Video	11,600	544	4.69
คนขับกระบะชนยายอายุ 87 ปี ก่อนทับซ้ำ ถูกแจ้งข้อหา-ตร.เร่ง สอบปมเมาแล้วขับ	News	Video	38,283	1,771	4.63
แชร์คลิปเตือนภัยคนร้ายใช้ กลอุบาย ฉกเงินร้านขายของชำ	News	Video	6,342	293	4.62
สงกรานต์เลือดวัยรุ่นนับสิบล้อมทำ ร้าย-ชกมีดแทงคู่อริ เจอชาวบ้าน ฉีดยาได้	News	Video	21,432	988	4.61
คุมตัวหนุ่มโหดบุกยิงเพื่อนคาบ้าน ทำแผนฯ แค้นถูกเบี้ยวหนี้ 5 หมื่น บาท	News	Video	14,989	689	4.60
เร่งตรวจสอบสาเหตุแผ่นผนังปูน หนักกว่า 6 ตัน หล่นทับคนงาน ดับ 2 บาดเจ็บ 1	News	Video	32,016	1,466	4.58

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
สลด รถยนต์พลิกคว่ำไฟลุกไหม้ คลอกคนขับ-ผู้โดยสาร ดับ 3 ศพ	News	Video	13,820	632	4.57
กรม.ประกาศ 3 มิ.ย. วันเฉลิม พระชนมพรรษา พระราชินี เป็นวันหยุดราชการ	News	Video	13,091	595	4.55
แม่ใจเด็ด ลงโทษลูกชายกลางถนน เหตุจับกันเพื่อนผู้หญิง	News	Video	14,236	647	4.54
ทำดีต้องชื่นชม!อาจารย์หมอ โรคหัวใจ มช.ขายเสื้อยืดทำเองหา ทุนแก้ปัญหาฝุ่นควันพิษภาคเหนือ	News	Picture	18,689	842	4.51
เผยคลิปวิธีเล่นสงกรานต์โดยไม่ เปียกน้ำ	News	Video	80,940	3,644	4.50
ฝนตกไฟฟ้าช็อตไหม้บ้านรับซื้อ ของเก่า วอดทิ้งหลัง	News	Link	28,952	1,301	4.49
หนีไม่รอดคนร้ายปีนฝ้าโรยตัวขโมย ของร้านกาแฟถูก ตร.ตามรวบ พบก่อเหตุ 2 ครั้งติด	News	Video	25,535	1,146	4.49
หนีตายกลางดึกไฟไหม้บ้านวอด ทิ้งหลัง	News	Video	10,671	474	4.44
เด็กชายอายุ 7 ขวบ จมสระแต่พ่อ แม่คิดว่ากำลังเล่นสนุก	News	Video	14,993	663	4.42

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
คุมตัวอดีตสามีเข้าห้องขังหลังบุก ยิงแม่ค้าก๋วยเตี๋ยว ลูกค้าถูกลูกหลง ดับ 1 เจ็บ 2	News	Video	11,528	509	4.42
“บุญรอด” หม่าอ่าวไทยถึงบ้าน ขอนแก่นแล้ว ทำพวงมาลัย ผ้าขาวม้าต้อนรับ	News	Video	38,467	1,698	4.41
พระดีมเหสีค่าผ้าเหลืองมาได้ที แหงชาวบ้านร่วมวงดับอนาถ	News	Video	12,543	553	4.41
ไฟไหม้ไร่อ้อย-ไร่สับปะรดลามไหม้ ห้องพักรีสอร์ตชื่อดังในหัวหิน วอด 14 หลัง	News	Video	9,350	412	4.41
วัดท่าไม้แทบแตกคนนับหมื่นแห่ กิน ‘ทุเรียนฟรี’ ฉลองวันแรงงาน แห่งชาติ	News	Link	32,557	1,432	4.40
ไล่ล่าโจรชุดดำขโมยรถกระบะสี ประตู่ จอดหน้าหอพัก	News	Video	20,642	906	4.39
โจรควงปืนจีซิงทองกลางห้างสัตว์หีบ อ้างหาเงินรักษาแม่ป่วยมะเร็ง-ใช้ หนี้พนัน	News	Video	27,490	1,206	4.39
ญาติหมอนวดถูกฆ่าหั่นศพที่ โปรตุเกสวอนส่งกระดูก-ชิ้นส่วน ศพกลับบ้านเกิด	News	Link	16,100	706	4.39

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
ตร.ตามรวบนักโทษคดีข่มขืน- ลักทรัพย์สาวกัมพูชานี้ออกจาก รพ.อ้างคิดถึงลูก	News	Video	16,771	734	4.38
7 วันอันตราย อุบัติเหตุ 3,338 ครั้ง เสียชีวิต 386 คน ยี่ตรมมากกว่า 7 พันคัน	News	Link	19,286	841	4.36
ผู้ปกครองแจ้งความโจรย่องขโมย โทรศัพท์มือถือสามแอมร์ คินเดียว 30 เครื่อง	News	Video	21,437	923	4.31
ลูกเขยวางเพลิงเผาบ้านวอดหลัง ทะเลาะเมีย พ่อตารับเคราะห์ เสียชีวิต	News	Video	8,536	366	4.29
สงกรานต์เดือดขับแก๊งสาดกระสุน ยิงคู่อริเจ็บ 3 ที่ทวนวันไหล	News	Video	10,351	443	4.28
สุดยิ่งใหญ่ ช้างงางาม 11 เชือก ร่วมเดินขบวน “คชสารคู่แผ่นดิน เทิดไถ้องค์ราชัน”	News	Video	15,945	680	4.26
ก๊าซกระป๋องระเบิดกลางร้านหมู กระทะ บาดเจ็บ 1 คน	News	Video	42,150	1,792	4.25
พ่อค้าลาบเสิร์ฟลูกคนร้ายจับบ้าน กวาดทองคำกว่า 65,000 บาท หลบหนี	News	Video	24,185	1,027	4.25

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
“เมสซี” โดนแฟนบอล บาร์เซโล นำตะโกนด่า หวีดบานปลาย	News	Link	26,434	1,114	4.21
หนุ่มนอนเฝ้าไข้ภรรยาใน รพ.ถูก ย่องขโมยรถ จยย. จอดหลังอาคาร ผู้ป่วย	News	Video	18,466	776	4.20
จีนพบสัตว์ป่าคุ้มครอง ‘นกนาง นวลแกลบแม่น้ำ’	News	Video	12,923	541	4.19
ออกหมายจับสาวทอมยกพวก ไล่ฟัน-ยิงคู่อริบาดเจ็บหลังเคลียร์ ปัญหาไม่ลงตัว	News	Video	37,732	1,567	4.15
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระราชทานเงิน 2.4 พันล้าน แก่อุบัติเหตุ 27 แห่ง	News	Link	37,556	1,549	4.12
วัยรุ่นอารมณ์ร้อนรุมกระแทบคู่อริ ในงานวันไหลสนามชัยเขต	News	Video	18,041	744	4.12
คลื่นเรือสินค้าซัดบ้านไม้ริมแม่น้ำ เจ้าพระยาพังถล่มทิ้งหลัง	News	Video	21,625	887	4.10
เริ่มทยอยกลับเข้ากรุงรถเริ่ม หนาแน่น เร่งเปิดช่องทางพิเศษ	News	Video	6,354	260	4.09
งดงาม เรือพระที่นั่งสุพรรณหงส์ งานพระราชพิธีบรมราชาภิเษก	News	Video	15,385	629	4.09

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
จิ้นล้ำ ใช้โดรนบินตรวจจับการ ปล่อยน้ำเสียอย่างผิดกฎหมาย	News	Video	14,521	593	4.08
อุตุฯ คาดอุณหภูมิแตะ 44 องศา อีกรอบ กทม. ระอุ 39 องศา	News	Video	15,144	618	4.08
แห่แชร์ภาพประทับใจ “ช่างแสนรู้” ช่วยลากต้นไม้หักโค่น ขวางถนน	News	Link	46,393	1,879	4.05
ชาว จ.แพร่ นำตุ๊กตาคิดดี้ทำพิธีแห่ นางแมวขอฝน	News	Link	13,983	566	4.05
เข้านี้เพื่อสังคม-PEA ชวนร่วม โครงการ 1 ตำบล 1 ช่างไฟฟ้า	News	Video	13,327	539	4.04
ชวานาพิจิตร ถือฤกษ์ดีหวานเมล็ด ข้าว รั้ววันพีชมงคล	News	Video	13,427	541	4.03
พายุลูกเห็บ พัดถล่มเมืองสกลนคร หลังคาบ้านปลิว-วัวตาย 2 ตัว	News	Video	32,342	1,302	4.03
ปลูกต้นรวงผึ้งทั่วไทยในโครงการ “1 จังหวัด 1 ถนนเฉลิมพระ เกียรติ”	News	Video	7,540	294	3.90
ไล่ล่า โจรถือปืนบุกชิงทรัพย์ สร้อยทอง-เงินสด เจ้าของร้านชำ	News	Video	14,544	564	3.88
รวบอดีต รปภ.ตักงานใช้มีดจี้แม่ค้า หวังชิงทรัพย์ อ้างไม่มีเงินใช้	News	Video	13,100	505	3.85

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
ดินจากภูเขาในจินตลุ่มหวิดทับรถ ที่ขับผ่าน	News	Video	8,376	322	3.84
สลิงขาด เหล็กเส้นหนัก 22 ตัน หล่นจากรถบรรทุก เคราะห์ดีไม่ เกิดอุบัติเหตุซ้ำซ้อน	News	Link	54,062	2,043	3.78
สามีดื่มเหล้าข่มใจใช้น้ำมันราดจุด ไฟเผาบ้านพ่อตาออก เหตุน้อยใจ ถูกเมียไล่	News	Video	19,956	754	3.78
เย้ยตำรวจ โจรแสบลัก จยย.ใน โรงพยาบาล ช่างโรงพัก	News	Video	16,286	615	3.78
ระทึก! เด็กติดกระเปาะขึ้น 5 จนท. เร่งช่วย-เพื่อนบ้านชิงผ้ารองรับ ด้านล่าง	News	Video	17,290	652	3.77
ช่าง 11 เชื้อกพร้อมจัดขบวน เทิดพระเกียรติคชสารคู่แผ่นดิน เทิดไท้องค์ราชัน	News	Video	23,097	866	3.75
เจ้าของ จยย.เศร้าถูกคนร้ายขโมย ไป คืบเดียวก่อเหตุ 2 คันรวด	News	Video	18,363	685	3.73
สลด ชายอายุ 62 ปีจุดไฟเผา ต่อซังข้าวในที่นา ถูกไฟคลอกดับ อนาค	News	Video	18,215	678	3.72

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
แจ้งข้อหาวัยรุ่น 4 คน เปิดศึก ตะลุมบอนกลางถนนวันสงกรานต์ เร่ล่าอีก 5-6 คน	News	Video	10,511	386	3.67
แตกตื่นไฟลุกโชนไหม้กุฏิพระวอด กว่า 10 ห้อง	News	Video	21,566	783	3.63
ฉาวอีก นทท.อินเดียแจ้งจับสาวผม ยาว ปลดสร้อยคอ ขณะโอบกอด	News	Link	11,548	416	3.60
เร่ล่ากลุ่มวัยรุ่นรุมทำร้ายอริในผ้า จ.พระนครศรีอยุธยา บาดเจ็บ สาหัส	News	Video	13,367	471	3.52
เร่ล่าคนร้ายงัดตุ้มเงินโทรศัพท์ มือถือ 2 ร้าน คาดเป็นมืออาชีพ	News	Video	13,321	469	3.52
มอบตัวแล้ว มือมืดแทงกลางห้าง จ.เพชรบุรี อ่างป้องกันตัว ปัดเป็น ก๊กเมียผู้ตาย	News	Link	31,192	1,096	3.51
ไต้หวนแผ่นดินไหวขนาด 6.1 เขย่าถนนแยก-อาคารบ้านเรือน เสียหายเจ็บ 17 คน	News	Link	13,729	482	3.51
เร่ดับไฟป่าอดยจระเข้ จ.เชียงราย -จนท.ยืนยันไม่ลามเข้าเขตชุมชน	News	Video	5,963	208	3.49

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
ศาลรัฐธรรมนูญมีมติเอกฉันท์สูตร คำนวณบัญชีรายชื่อที่ กกต.ใช้อยู่ ไม่ขัด รธน.	News	Video	10,188	355	3.48
ศูนย์อนุรักษ์ช้างทองคำน้อมเกล้าฯ ถวายช้างเผือก ในหลวง ร.10	News	Video	18,594	647	3.48
สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีพระราช โองการ สถาปนา “พลเอกหญิง สุทิดา” เป็น “สมเด็จพระราชินี สุทิดา”	News	Link	23,422	814	3.48
ระทึกไฟไหม้กลางห้างสรรพสินค้า ที่สิงคโปร์ ผู้คนแตกตื่นหนีกระเจิง	News	Video	8,803	303	3.44
เข้านี้วิถีไทย-ศาสตร์พระราช ศรัทธาแห่งเกษตรกรรม ณ พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิม พระเกียรติฯ	News	Video	20,355	694	3.41
เดือนพายุฤดูร้อนพัดถล่มประเทศ ไทยตอนบน 15-16 เม.ย.นี้	News	Link	11,147	378	3.39
“หมวดแผน” รับมอบ ประกาศนียบัตรหลังขบวนเสด็จ ถูกประแบ่งช่วงสงกรานต์	News	Video	35,832	1,206	3.37
อุทาหรณ์ จะเหยียบเบรกผิด เหยียบคันเร่งซ้ำ ฟุ้งชนร้านข้างทาง	News	Link	29,353	987	3.36

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
สมเด็จพระจักรพรรดิอากิฮิโตะ สละราชสมบัติอย่างเป็นทางการ	News	Video	16,211	537	3.31
วัยรุ่นตีกันและกลางงานสงกรานต์ ทหารเข้าห้ามถูกขวิดปากฉลาม แทงดับ	News	Video	40,453	1,338	3.31
รวบยกแก๊งปล้นรถกระบะใน โรงพยาบาล อ่างเปี้ยวหนีเลยยึด รถไปแทน	News	Link	39,359	1,286	3.27
นทท.ร่วมสืบสานสงกรานต์วีว เทียมเกวียน จ.กาญจนบุรี	News	Video	13,687	439	3.21
พสกนิกรปลื้มปีติร่วมเฝ้าทูลละออง ธุลีพระบาทในหลวงรัชกาลที่ 10	News	Video	14,701	469	3.19
สงกรานต์เลือดวัยรุ่นสาตกระสุน แทนน้ำ บาดเจ็บ 4 คน	News	Link	8,409	267	3.18
รวบคนร้ายขโมยเงิน-บุหรี่ป้านค้า ค้นตัวเจอยาบ้า	News	Video	11,846	367	3.10
แห่เปิดแอร์ดับร้อน กฟผ.เผยยอด ใช้ไฟฟ้าพุ่งทำลายสถิติทะลุ 2.9 หมื่นเมกะวัตต์	News	Link	8,167	250	3.06
ไล่ล่า กระบะสุดโหดถอยชนแก๊ง บ๊อบเตรเรียก หลังชนแล้วหนี	News	Video	39,925	1,220	3.06

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
รวบแล้วกลุ่มวัยรุ่นบุกตามอริไปถึง รพ.ยกพวกตีกันหน้าห้องฉุกเฉิน	News	Video	22,606	687	3.04
สวยงามเหนือท้องฟ้าการแสดง โดรนแปรอักษรเฉลิมพระเกียรติ พระราชพิธีบรมราชาภิเษก	News	Video	13,410	405	3.02
ชายอายุ 33 ปี คลุ้มคลั่งถือมีดอ้อม ลูกอายุ 4 ขวบ นั่งข้างถนน	News	Link	30,658	919	3.00
ทูบสถิติโลกคลื่นมนุษย์ถนนข้าว เหนียว จ.ขอนแก่น ใช้เวลา 17.41 นาที	News	Video	23,588	705	2.99
One Day Trip เที่ยวตำนาน เมืองโอง เมืองอาร์ต จ.ราชบุรี	News	Video	11,628	346	2.98
ไต้หวันที่แผ่นดินไหวขนาด 6.1 เขย่าถนนแยก-อาคารบ้านเรือน เสียหายเจ็บ 17 คน	News	Link	8,303	247	2.97
ด.ช. อายุ 13 ปี ชี้จยย.หันไปมอง เพื่อน รถเกิดข้ามเลนชนแก่ง ได้รับ บาดเจ็บ	News	Link	37,692	1,120	2.97
โจรสลัดขโมยจักรยานคู่ใจของ ผู้เฒ่านักปั่น	News	Link	9,339	270	2.89
ไฟไหม้หญ้า ลามเข้าอุโมงค์ถนนเผา วอดรถ 4 คัน	News	Link	27,042	776	2.87

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
โจรย่องขโมยทรัพย์สินผู้ป่วยที่ นอนหลับในห้องพักฟื้น โรงพยาบาล จ.ยโสธร	News	Link	37,396	1,056	2.82
นักท่องเที่ยวตื่นเต้นเจอวาฬตัวใหญ่ โผล่ขึ้นข้างเรือ กลางทะเลอันดามัน	News	Link	10,810	304	2.81
เข้านี้วิถีไทย-สัมผัสศรัทธาร่วม ประเพณีแห่ต้นดอกไม้ใหญ่ที่สุด ในโลก จ.เลย	News	Video	15,275	428	2.80
ไฟป่าดอยหลวงลูกกลมหนัก อาสาสมัครสำคัญควั่นสลบ หวัดโดนอย่างสด	News	Link	10,311	286	2.77
พระบรมราชาภิเษก	News	Picture	30,244	819	2.71
ในหลวงทรงเฉลิมพระปรมาภิไธย พระนามาภิไธย และสถาปนา พระฐานันดรศักดิ์พระบรมวงศ์	News	Video	18,032	487	2.70
เจ้าหน้าที่รอยตัวช่วยเต่าติดอวน กลางทะเล	News	Link	32,073	865	2.70
กรมป่าไม้แจก “ต้นรวงผึ้ง” ให้ ประชาชนที่ร่วมพระราชพิธี บรมราชาภิเษก	News	Video	11,942	312	2.61
ททท. ดัน “มิชลิน ไกด์” ฉบับที่ 3 รุก จ.เชียงใหม่	News	Video	4,902	128	2.61

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
วันไหลบางแสนคึกคักนักท่องเที่ยว แห่เล่นน้ำแน่นขนัด	News	Video	13,509	352	2.61
ประชาชนหอบเสบียงกลับสถานี ขนส่งหมอชิตแน่น มีรถบริการ เพียงพอ	News	Link	7,195	185	2.57
นทท. ตื่นตา งาน “เทศกาลสีสัน บอลูนานาชาติ @หาดใหญ่”	News	Video	10,648	273	2.56
งดงามพร้อมเพรียงซ้อมขบวน พระบรมราชอิสริยยศในพื้นที่จริง ครั้งแรก	News	Link	5,582	143	2.56
3 วันแรก 7 วัน อันตรายเสียชีวิต แล้ว 174 คน บาดเจ็บ 1,728 คน	News	Link	10,806	274	2.54
ทั่วไทยคึกคัก นทท.แห่เล่นสาดน้ำ สงกรานต์คลายร้อน	News	Video	10,155	254	2.50
นทท.แห่ทำบุญเพื่อความเป็น สิริมงคลวันสงกรานต์	News	Video	6,773	169	2.50
ไฟป่าลามไหม้แพลตฟอร์ม สก.น้ำ เพียงดิน วอดทิ้งหลัง	News	Link	25,878	640	2.47
หนึ่งเดียวในโลกประเพณีแห่พญา ยมในเทศกาลสงกรานต์ของชาว บางพระ	News	Video	7,557	186	2.46

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม  
ของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับ  
ตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
จ.สุโขทัย แล้งจัดชาวบ้านแห่แมว การฟีลด์ออฟน	News	Link	26,062	641	2.46
นทท.แน่นชายหาดร่วมงานวันไหล บางแสน	News	Video	7,497	183	2.44
พ่อค้าขนมลอดช่องถูกขโมยปิ่นเข้า บ้านกลางดึกกวาดทรัพย์ไปเกือบ 2 แสนบาท	News	Link	30,019	726	2.42
เร่งล่าวัยรุ่นทะเลลุมบอนขว้างขวด ใส่ก้นกลางเมืองภูเก็ตส่งท้าย สงกรานต์	News	Video	20,354	482	2.37
ไฟไหม้วิหาร “นอตเทรอดาม” ใน กรุงปารีส เสียหายอย่างหนัก	News	Video	15,354	356	2.32
ชื่นชม ตร.ทางหลวงด่านข้างบริการ ห้องพักรฟรี นทท.แวะพักกลางทาง	News	Link	7,444	165	2.22
ไฟป่าดอยจระเข้ อ.แม่จัน จ.เชียงราย ปะทุหนัก ใกล้เคียงหมู่บ้าน เผ่าละว้า 24 ชม	News	Link	9,910	218	2.20
ชายอายุ 48 ปี เดินถึง อ.ปราณบุรี มุ่งหน้าเข้าร่วม พระราชพิธีบรม ราชาภิเษก	News	Link	16,272	354	2.18
จัดเมนูหวานเย็นและผลไม้แช่แข็ง คลายร้อนให้สัตว์นานาชาติ	News	Link	10,895	234	2.15

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
จัดมหรสพสมโภช 7 วัน พระราชพิธีบรมราชาภิเษก 22-28 พ.ค.นี้	News	Link	16,467	353	2.14
กกต.ประกาศรับรอง 149 สส.บัญชีรายชื่อ	News	Link	18,419	394	2.14
1 พฤษภาคม	News	Picture	9,307	188	2.02
ระดับไฟนับแสนดวงหน้าวังไกลกังวล เฉลิมพระเกียรติพระราชพิธีบรมราชาภิเษก	News	Link	25,759	464	1.80
ตำรวจมอบเกียรติบัตรพลเมืองดีจับพริษฐ์โจรลัก จยย.-ไอโฟน	News	Link	30,468	533	1.75
พระบรมราชโองการ	News	Picture	27,300	474	1.74

จากผลการคำนวณหาค่า Engagement Rate ที่สูงกว่า 5.77% พบว่า มีจำนวนเนื้อหาประเภทข่าวมากที่สุดถึง 162 โพสต์ จากการโพสต์เนื้อหาประเภทข่าวทั้งสิ้น 351 โพสต์ โดยส่วนใหญ่เป็นข่าวที่อยู่ในหมวดหมู่ “ข่าวอาชญากรรม” ขณะที่ข่าวในหมวดหมู่อื่น ๆ ดิตอันดับการมีส่วนร่วมไม่ถึง 20 ข่าว

หากวิเคราะห์เนื้อหาข่าว “ข่าวอาชญากรรม” ก็จะพบว่า เป็นข่าวที่อยู่ในกระแสสังคมเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทั้งยังได้รับการพูดถึงเป็นวงกว้าง ช่วยเตือนภัยสังคม และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตได้ สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ให้ผู้สัมภาษณ์จำนวน 2 ใน 5 คน จะให้ความสนใจกับเนื้อหาประเภทนี้มากกว่าข่าวอื่น ๆ โดยเฉพาะเมื่อกดไลค์แล้ว ก็มักจะแบ่งปันข้อมูลเป็นสาธารณะเพื่อให้เพื่อนในเฟซบุ๊กของตัวเองที่พลาดข่าวสารสามารถมารับชมย้อนหลังเหตุการณ์ได้ โดยเฉพาะเหตุการณ์ที่ผู้ต้องหาคณะกระทำเหตุรุนแรงส่งผลกระทบต่อจิตใจ ยังทำให้ผู้ติดตามเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมอยากแสดงความคิดเห็นด้วย

“ส่วนมากที่พีดู พีจะชอบดูพวกข่าวอาชญากรรม ส่วนมากพีจะแชร์บ่อยด้วยเห็นใหม่เราชอบแบบนี้ไง จะได้อะไร ชีวิตประจำวันเราจะได้รางวัลตัว พีดูข่าวแล้วพีจะเป็นคนรางวัลตัวมากนะเวลาไปไหน อย่างข่าวแบบจี้ซิงปล้น ชมชื่นอะไรพวกนี้ มันเหมือนเอามาใช้ในชีวิตประจำวันได้ บางทีนักข่าวเขาก็สอนท่านผู้ชมให้เรา รู้จักระมัดระวังตัว บางทีเห็นเด็กแว้นมีเรื่อง ถ้าเราไม่ได้ตามข่าวก็ไม่ว่างอย่างน้องสาวที่ ถ้าไม่ได้ดูข่าวก็ไม่ว่าง ที่แชร์ไปหน้าเฟซบุ๊กเพราะต้องการให้เพื่อนที่ไม่ได้ดูข่าว เขาจะได้ดูด้วย...” (คุณสมจิตร ยังขยอ (พีนก), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

“น่าจะข่าวอาชญากรรมชวนให้เข้าไปดูมากที่สุด เหมือนข่าวในเหตุการณ์ประจำวัน ที่ตามกระแส เพราะว่าบางทีเหมือนเรายังติดตามในรายการยังไม่ชัดเจน คือยังติดอยู่นะ ประมาณว่าเดี๋ยวต้องไปตามดูนะ เพราะอะไร ทำไมข่าวนี้ ถึงมีวิธีการแบบนี้ ถ้าอันไหนโดนจริง ๆ จะแชร์เลย ถ้าจะคอมเมนต์ส่วนใหญ่ก็ข่าวกระแสที่สังคมพูดถึงเลย พวกข่าวอาชญากรรม คดีที่แบบแรง ๆ ประมาณแบบประณามผู้ต้องหาเลย อยากจะเข้าไปด่าในคอมเมนต์...” (คุณพรนภา ศิริสุขภูวดล (พีแก้ม), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

ทั้งนี้ หากวิเคราะห์ผลการศึกษานี้จะพบว่า “ข่าวอาชญากรรม” ที่ได้รับการมีส่วนร่วมมากที่สุด เพราะเป็นเนื้อหาที่มีประโยชน์ มีคุณค่าในแง่การเตือนภัยสังคม ช่วยให้ผู้ติดตามเกิดการระมัดระวังตัวเองได้และยังเป็นเนื้อหาที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถเชื่อมโยงไปถึงความรู้สึกของผู้ติดตาม

2) เนื้อหาประเภทคำคม (Quote) มีจำนวน 23 โพสต์ จากจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ สรุปลังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาประเภทคำคมที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
คมธรรมประจำวัน ตอนบริโภคนิสัย	Quote	Video	4,655	329	7.07
คมธรรมประจำวัน ตอนอยู่กับลมหายใจ ไม่ใช่อยู่กับความฟุ้งซ่าน	Quote	Video	3,624	247	6.82

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาประเภทคำคมที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
คมธรรมประจำวัน ตอนคนที่คู่ควรกับธรรมชาติ	Quote	Video	4,127	267	6.47
คมธรรมประจำวัน ตอนเชื่อง่าย ๆ ไม่ใช่ชาวพุทธ	Quote	Video	4,991	298	5.97
คมธรรมประจำวัน ตอนใจแผ่นดิน	Quote	Video	4,443	245	5.51
คมธรรมประจำวัน ตอนปั่นจากป่า	Quote	Video	4,505	234	5.19
คมธรรมประจำวัน ตอนใช้ให้เป็นคุณ	Quote	Video	4,869	245	5.03
คมธรรมประจำวัน ตอนปัจจุบันสำคัญที่สุด	Quote	Video	8,092	390	4.82
คมธรรมประจำวัน ตอนความลับหลังผืนป่า	Quote	Video	3,618	164	4.53
คมธรรมประจำวัน ตอนปิดทองหลังพระ	Quote	Video	4,451	200	4.49
คมธรรมประจำวัน ตอนปีกส์ไซ	Quote	Video	8,372	366	4.37
คมธรรมประจำวัน ตอนหนุมานชาฎะสังสอน	Quote	Video	8,336	357	4.28
คมธรรมประจำวัน ตอนเคล็ดลับแห่งการประสบความสำเร็จ	Quote	Video	11,045	449	4.07
คมธรรมประจำวัน ตอนหนึ่งวันสำคัญที่สุด	Quote	Video	8,336	292	3.50

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.4 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม ของเนื้อหาประเภทคำคมที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
คมธรรมประจำวัน ตอนฤกษ์ดีอยู่ที่การกระทำ	Quote	Video	4,597	151	3.28
คมธรรมประจำวัน ตอนรักต้นไม้เท่ากับรักตัวเอง	Quote	Video	12,711	366	2.88
คมธรรมประจำวัน ตอนตาดิ...มีธรรมอยู่ทุกที่	Quote	Video	3,672	101	2.75
คมธรรมประจำวัน ตอนอย่าหลงตัวเอง	Quote	Video	11,195	304	2.72
คมธรรมประจำวัน ตอนเจริญสติระหว่างวัน	Quote	Video	8,761	230	2.63
คมธรรมประจำวัน ตอนวิธีอยู่ร่วมกับธรรมชาติ	Quote	Video	9,702	251	2.59
คมธรรมประจำวัน ตอนโลกคือพระโพธิ์สัตว์	Quote	Video	8,196	211	2.57
คมธรรมประจำวัน ตอนการเจิมแบบหลวงพ่อบัณฑิต	Quote	Video	4,227	99	2.34
คมธรรมประจำวัน ตอนหลวงพระบาง	Quote	Video	7,330	164	2.24

จากผลการคำนวณหาค่า Engagement Rate สูงกว่า 5.77% พบว่า มีจำนวนเนื้อหาประเภทกิจกรรมรองลงมาจากเนื้อหาประเภทข่าว และเท่ากับเนื้อหาประเภทกิจกรรม โดยมีจำนวนเนื้อหาที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่ 4 โพสต์ จากจำนวนเนื้อหาประเภทคำคมทั้งหมด 23 โพสต์

หากวิเคราะห์เนื้อหาประเภทคมธรรมประจำวันเป็นเนื้อหาที่นำเสนอคำคมทางพระพุทธศาสนาจากพระมหาวิชัย วชิรเมธี แฝงคติธรรมสอนใจผ่านเนื้อหาที่เข้าใจง่าย เป็นลักษณะ สกิปัสสัน ๆ ความยาวไม่เกิน 1 นาที โดยจากการสัมภาษณ์ทั้ง 5 คน จะพบว่า ทุกคนรู้จักเนื้อหาประเภทนี้เป็นอย่างดีและมีความชื่นชอบในเนื้อหาประเภทนี้ แต่มีผู้ให้สัมภาษณ์ 2 ท่าน ที่แสดงความ คิดเห็นว่า เพราะเหตุใดจึงไม่แชร์เนื้อหาประเภทนี้โดยอาจจะพอสรุปได้ว่า เนื่องจากภาพไม่น่าสนใจ และไม่ชอบ

“ส่วนตัวชอบฟังคมธรรมประจำวันมากเห็นแล้วส่วนใหญ่ก็เข้าไปดูบ้าง ถ้าชอบก็ กดไลค์แต่ไม่เคยแชร์ไม่เคยคอมเมนต์ ที่ไม่แชร์เพราะไม่ชอบภาพดูเขยมาก เหมือนดูรายการเก่า ๆ บางภาพไม่มีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่ท่าน ว. พูดอยู่ แม้บางครั้งจะมีการสร้างการ์ตูนขึ้นมา แต่ส่วนตัวรู้สึกว่ามันไม่ค่อยทันสมัย เดี่ยวนี้หลายเพจอย่างเช่น ฌอน บูรณะหิรัญ ก็ทำแบบนี้ ดูน่าสนใจกว่า” (คุณกฤษณะ อยู่เคลือ (น้องกฤษ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

“เรื่องธรรมะกับพีเข้ากันอยู่แล้ว เพราะอยู่กับวัดมาตั้งแต่เด็ก ภาษาระยะมันก็โอเค กับเราอยู่แล้ว พีไลค์นะ แต่ไม่แชร์ เพราะมันจะไปขึ้นหน้าฟีด ด้วยนิสัยก็ไม่ค่อยแชร์อยู่แล้วด้วยแหละ เราจะดูแล้วก็ไลค์ แต่ไม่แชร์ ไม่คอมเมนต์ ส่วนเนื้อหาชอบ ชอบท่าน ว. แต่ก็มีกลอนบางกลอน บางหลักธรรมมันจะเป็นเรื่องยาก เข้าใจยาก บางธรรมะที่ลึก ๆ หน่อย ต้องฟังหลายรอบนิดนึง” (คุณพรนภา ศิริสุขภูวดล (พีแก้ม), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

จากการให้สัมภาษณ์ แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของภาพมีส่วนสำคัญในช่วยดึงดูด ความสนใจได้มากขึ้น แต่เนื้อหาคมธรรมประจำวัน ไม่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้ยากแสดงความ คิดเห็น หรือกดแชร์ได้ เป็นเนื้อหาที่กดเข้าชมหรือกดไลค์เพียงอย่างเดียวหากชื่นชอบ หากพัฒนาการ นำเสนอภาพและเนื้อหาให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ก็อาจจะเพิ่มการมีส่วนร่วมได้

3) เนื้อหาประเภทที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content) มีจำนวน 15 โพสต์ จากจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ สรุปดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาประเภทที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
เตือนระวังอันตรายจากพายุฤดูร้อนอีก 1 วัน	Benefit	Link	17,518	868	4.95
น้ำป่าหลากอุทยานแห่งชาติรามคำแหงเดือนชาวบ้านเตรียมรับมือ	Benefit	Video	12,691	612	4.82
ผลสลากกินแบ่งรัฐบาล 16 เม.ย. 62	Benefit	Picture	18,293	860	4.70
ผลการเสียดายในพระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ประจำปี 2562	Benefit	Picture	35,705	1,673	4.69
ผลสลากกินแบ่งรัฐบาล 2 พ.ค. 62	Benefit	Picture	52,569	2,411	4.59
กรมอุตุนิยมวิทยาเตือนเตรียมรับมือฝนตกหนักทั่วทุกภาคก่อนเข้าสู่ฤดูฝน	Benefit	Link	26,830	1,062	3.96
เดือนสุดสัปดาห์นี้พายุฤดูร้อนพัดถล่มหลายจังหวัด	Benefit	Link	36,606	1,428	3.90
อธิบดีกรมอนามัยเตือนกินทุเรียน 4 กก. ใน 3 ชั่วโมง เสี่ยงช็อกหมดสติ	Benefit	Link	42,916	1,658	3.86
น้ำมันขึ้นราคา! พรุ่งนี้ (27 เม.ย.) ตี 5 จ้าาา	Benefit	Picture	14,645	537	3.67

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาประเภทที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
เติมด่วน! พรุ้งนี้ (24 เม.ย.) ตี 5 น้ำมันขึ้นราคาทุกชนิดจ้าา	Benefit	Picture	10,960	399	3.64
แจ้งปิดการจราจร 40 เส้นทางเพื่อซักซ้อมงานพระราชพิธีบรมราชาภิเษก	Benefit	Link	11,587	389	3.36
พรุ้งนี้ (19 เม.ย.) ตี 5 น้ำมันขึ้นราคาทุกชนิด	Benefit	Picture	9,938	309	3.11
พรุ้งนี้ (30 เม.ย.) น้ำมันลดราคาทุกชนิด	Benefit	Picture	9,926	240	2.42
ข่าวดี! พรุ้งนี้ (10 พ.ค.) ตี 5 น้ำมันลดราคาทุกชนิด	Benefit	Picture	25,543	526	2.06
อ.เจษฎาเตือนวางโทรศัพท์มือถือไว้ในรถจอดตากแดด อาจเกิดระเบิดได้	Benefit	Link	13,007	267	2.05

จากผลการคำนวณหาค่า Engagement Rate สูงกว่า 5.77% พบว่า ไม่มีเนื้อหาประเภทประเภทที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มีค่า Engagement Rate ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยเลย

หากวิเคราะห์เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่อยู่ในแฟนเพจแล้ว ถือว่าเป็นเนื้อหาที่มีน้อยมาก ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้ ต้องสามารถสร้างประโยชน์หรือคุณค่าต่อผู้ติดตามไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง จึงเป็นที่น่าสนใจว่า เนื้อหาประเภทนี้กลับไม่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามได้

“เคยเห็นอยู่เหมือนกัน ถ้าจำไม่ผิดจะมีแค่เรื่องน้ำมัน และวันสำคัญต่าง ๆ ที่จริงแล้วน่าจะเพิ่มเกร็ดความรู้เล็ก ๆ น้อย ๆ ในแต่ละวันได้อีก เช่น เวลาที่มีข่าวอุบัติเหตุรถตกน้ำ น่าจะมีวิธีการบอกแนวทางการเอาตัวรอดในยามฉุกเฉินเด็ก ๆ คุณก็ได้ประโยชน์ด้วย” (คุณสมจิตร ยังขยอ (พีนก), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

“พอหอยออกพี่ก็เห็นในเพจโพสต์วันนี้ น้ำมันขึ้นน้ำมันลด มันก็เป็นประโยชน์นะ แต่ไม่ได้แชร์นะ ไม่ได้ไลค์ ก็ดูอย่างเดียว วางวุดนี้ออกอะไร ถ้าถามว่าแล้วเรื่องไหนที่เป็นประโยชน์กับพี่ พี่ว่า เรื่องที่รู้สึกเหมือนมีแรงบันดาลใจ จะอยากแชร์ให้คนอื่นได้เห็นอย่างน้อยก็มีคนที่ลำบากกว่าเรา เป็นเรื่องที่สร้างสรรค์ ให้กำลังใจคน เป็นเรื่องดี ๆ ที่ดูแล้วรู้สึกดี” (จ.ส.อ.หญิง สริญญา บุบผารักษ์ (พี่ก๊ฟ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

“เราว่าข่าวสารทุกวันนี้ มีแต่เรื่องแย่ ๆ ในสังคมเต็มไปหมด คนก็จ้องแต่ไปว่ากันตามข่าวในเฟซบุ๊ก แต่กลับมีเรื่องดี ๆ มานำเสนอหน่อย เราว่าในวันหนึ่งเรื่องบวกน่าจะไม่น้อยไปกว่าเรื่องลบ แต่กลับถูกนำเสนอบนข่าวน้อยกว่ามาก ๆ ซึ่งเรื่องแบบนี้ น่าจะมีประโยชน์กับคนที่ดูมากขึ้น” (คุณพงษ์เทพ มาลาชาสิงห์ (พี่ตาล), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

“พี่คิดว่าเรื่องที่เป็นประโยชน์เวลามีเรื่องที่เราเข้าไปที่หมอลิตไปดูว่าหารายได้เสริมยังไง ปลุกผักในยางรถยนต์ เลี้ยงปูนาในบ่อปูนซีเมนต์ พี่ว่าดี แล้วก็พวกคลิกคนที่เขาใช้ชีวิตนะ เราจะมีความรู้สึกเหมือนมีกำลังใจ จะอยากแชร์ให้คนอื่นได้เห็นอย่างน้อยก็มีคนที่ลำบากกว่าเรา เป็นเรื่องที่สร้างสรรค์ ให้กำลังใจคน เป็นเรื่องดี ๆ ที่ดูแล้วรู้สึกดี” (คุณพรนภา ศิริสุขภูวดล (พี่แก้ม), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

จากการให้สัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่า การสร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับผู้ติดตามเฟซบุ๊ก มีเนื้อหาที่หลากหลาย เป็นเนื้อหาไม่สามารถสร้างประโยชน์ให้เกิดการกดไลค์ คอมเมนต์ หรือแชร์ได้เลย นั่นหมายถึงการพัฒนาเนื้อหาประเภทนี้ต้องคำนึงถึงคุณค่าที่แท้จริงของผู้ติดตามที่จะสามารถกระตุ้นการมีส่วนร่วมได้มากขึ้น โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการทำมาหากิน เนื้อหาที่สร้างกำลังใจ สามารถสร้างประโยชน์และทำให้เกิดการมีส่วนร่วมได้

4) เนื้อหาประเภทกิจกรรม (Activities) มีจำนวน 13 โพสต์ จากจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ สรุปดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาประเภทที่กิจกรรมที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
เข้มหัสวีร์ พาผู้โชคดีทั้ง 10 ท่าน ร่วมขบวนแห่บั้งไฟสวยงามที่จังหวัดยโสธร	Activities	Video	32,184	3,797	11.80
ธันน์-ยุ้ยพาเที่ยวชุมชนบ้านแหลม จ. สุพรรณบุรี	Activities	Video	17,237	1,547	8.97
เข้านี้เที่ยวเมืองรอง ธันน์-ยุ้ยพาเที่ยวชุมชนบ้านแหลม จ.สุพรรณบุรี	Activities	Video	14,011	1,064	7.59
เข้านี้เที่ยวเมืองรองภาคกลางกับคู่รักสายบุญ “ยุ้ย จิรนนท์-ธันน์ธนากร”	Activities	Video	22,232	1,470	6.61
อลังการงานบุญบั้งไฟกิจกรรมเข้านี้เที่ยวรอง กับ “เข้ม หัสวีร์”	Activities	Video	45,182	2,519	5.58
รายการเข้านี้ที่หมอลำ รุ่งเรือง ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดกิจกรรม “เข้านี้เที่ยวเมืองรอง”	Activities	Picture	96,216	4,994	5.19
“ยุ้ย-ธันน์” พาผู้โชคดี 10 ท่าน ร่วมกิจกรรม “เข้านี้เที่ยวเมืองรอง” ทริปปะลอนเที่ยว ไหว้พระเชืคอินสิงห์บุรี-สุพรรณบุรี	Activities	Video	14,477	679	4.69
ประกาศรายชื่อผู้โชคดีในกิจกรรม	Activities	Picture	15,141	625	4.13

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาประเภทที่กิจกรรมที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
พรุ้งนี้ (14 พ.ค.) อย่าพลาด! พระเอกเลือดอีสาน “เข้ม หัสวีร์”	Activities	Video	23,575	961	4.08
รายการเช้าที่หมอลำชิตร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	Activities	Picture	46,088	1,333	2.89
คำขวัญจังหวัดยโสธร	Activities	Picture	12,940	322	2.49
ริบมาร่วมสนุกกับกิจกรรมเช้านี้เที่ยวเมืองรองกับเข้ม หัสวีร์ นะครับ	Activities	Picture	12,750	239	1.87
ประเพณีบุญบั้งไฟ	Activities	Picture	16,444	278	1.69

จากผลการคำนวณค่า Engagement Rate สูงกว่า 5.77% พบว่า มีจำนวนเนื้อหาประเภทกิจกรรมรองลงมาจากเนื้อหาประเภทข่าว โดยมีจำนวนเนื้อหาที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่ 4 โพสต์ จากจำนวนเนื้อหาประเภทกิจกรรมทั้งหมด 13 โพสต์

หากวิเคราะห์เนื้อหาประเภทกิจกรรม ก็จะพบว่า มีการนำดารานักแสดงช่อง 7HD หรือการนำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นเครื่องมือในการดึงดูดให้ผู้ติดตามเข้าร่วมกิจกรรม โดยอาศัยช่วงที่กำลังมีเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยว และมีองค์กรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเข้ามาสนับสนุนซึ่งเนื้อหาโพสต์กิจกรรมเพื่อให้ผู้ติดตามเข้าร่วมสนุกนั้น ผู้วิจัยพบว่า สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้ไม่ถึงครึ่งของจำนวนการโพสต์เนื้อหาประเภทนี้ นั่นหมายความว่า เนื้อหาประเภทนี้ตอบโจทยกลุ่มคนประเภทหนึ่ง แต่ไม่ตอบโจทยกลุ่มคนประเภทหนึ่ง สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 ใน 5 คนที่ไม่เคยมีส่วนร่วมกับเนื้อหาประเภทกิจกรรม เพราะกิจกรรมไม่ตอบโจทยและยังไม่ได้ขึ้นขอบดาราที่พาไปเที่ยว และยังมีอุปสรรคด้านเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมอีกด้วย

“ส่วนตัวพีไม่ได้ชอบดารา พีไม่ค่อยดูละครด้วย เพราะพีต้องนอนเร็ว เลี้ยงลูก ต้องไปส่งลูกที่โรงเรียน ดาราบางคนพีก็เผลอรู้จัก ถ้าจะไปเที่ยว พีต้องไปวันหยุด พีชอบไปเที่ยวกับครอบครัวมากกว่า” (คุณสมจิตร ยังชยอ (พีเนก), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

“กิจกรรมที่รายการจัดดูน่าสนุกดีนะ แต่ยังไม่เคยเข้าร่วม จริง ๆ พีชอบดูอย่างเดียวมากกว่า แต่ถ้าที่ไหนดูน่าสนใจ ก็กดไลค์ กดแชร์กิจกรรมให้นะ แต่ถ้าไม่ร่วมสนุกเล่น ให้คอมเมนต์ตามกติกาคงไม่” (คุณพงษ์เทพ มาลาชาสิงห์ (พีตาล), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

“เหตุผลส่วนตัวเรา บางทีเราไม่ได้ชอบเที่ยวแบบที่โครงการหรือกิจกรรมที่เขาจัดให้ไปในแต่ละสถานที่ ไม่ใช่ว่าไม่น่าสนใจนะ แต่มันไม่ตรงกับสิ่งที่เราอยากจะทำ อยากจะไป ตรงนั้นมันไม่น่าสนใจ ไม่ได้ดึงดูดเราพอที่จะอยากให้ไป อย่างดารา ถ้าสมมติดาราบางคน เราก็ไม่ได้รู้จักเขาแล้วก็ได้ขึ้นชอบ ไม่ได้เป็นแฟนคลับเขาจริง ๆ จริง ๆ โดยส่วนตัวไม่ได้ชอบอยู่กับคนเยอะ ๆ เราชอบไปเที่ยวแบบส่วนตัวแบบของเราเอง เที่ยวแบบสบาย ๆ ไม่ต้องมากำหนดให้ไปนู่นไปนี่ตามที่โครงการเขาให้มาแต่ถ้าจะให้ไปจริง ๆ คงจะชวนแม่ไป” (คุณพรนภา ศิริสุขภูวดล (พีแก้ม), การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 พฤษภาคม 2562)

จากคำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์ มีคำพูดที่เหมือนกัน 2 คน ที่บอกว่าไม่ได้ขึ้นชอบหรือเป็นแฟนคลับดาราที่พาไปเที่ยว นั้นแสดงว่าการใช้กลยุทธ์บุคคลมีชื่อเสียงมาดึงดูดอาจจะไม่สามารถเข้าถึงคนได้ทุกกลุ่ม นอกจากนี้กิจกรรมที่ทางแฟนเพจจัดขึ้นยังไม่ตรงกับความสนใจของผู้ติดตาม หากจะไปเที่ยวมักจะไปกับคนใกล้ตัวมากกว่า และคนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมก็มักจะเป็นคนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมอยู่เสมอ

#### 4.3.2 ผลการวิจัยจากเทคนิคการนำเสนอข้อมูล

1) เทคนิคการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบวิดีโอ (Video) มีจำนวน 292 โพสต์ จากจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ โดยมี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่ถึงจำนวน 139 โพสต์ สรุปดังตารางที่ 4.7



ตารางที่ 4.7: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
คนไทยทะเลาะกันเองซักมีดปาด คอเสียชีวิตที่มาเลเซีย	News	Video	131,376	39,807	30.30
จับหนุ่ม อายุ 23 ปี ย่องกรีดเป่า กางเกงข่มขืน นทท.สาวอังกฤษ มาไม่ได้สติบนเกาะพีพี	News	Video	319,945	53,488	16.72
เที่ยวถ้ำเลสโตโกตอนย้อนรอยโลก ดึกดำบรรพ์ ลอดถ้ำเลยาวที่สุดใน เมืองไทย จ.สตูล	News	Video	201,585	31,762	15.76
ททท.ชวนเที่ยวสตูลอุทยานธรณี โลกแห่งแรกของไทย	News	Video	107,567	15,821	14.71
นาฬิกาเครื่องบินเมียนมาลื้อ ไม่กาง ลงจอดฉุกเฉิน	News	Video	137,889	19,946	14.47
ไล่ล่า หนุ่มชิงแก๊งแก๊งค์ ขนจยย. ดับ 1 สาหัส 2 ที่รถหลบหนี	News	Video	27,373	3,628	13.25
Live-สด! บรรยายกาศงาน “ขบวนเดินเทิดพระเกียรติ คชสาร คู่แผ่นดิน”	News	Video	84,295	10,944	12.98
เที่ยวครบรสแบบ One Day Trip ณ ชุมชนบ้านท่าข้ามควาย จ.สตูล	News	Video	55,659	6,715	12.06
เข้ม หัสวีร์ พาผู้โชคดีทั้ง 10 ท่าน ร่วมขบวนแห่บั้งไฟสวยงามที่ จังหวัดยโสธร	Activities	Video	32,184	3,797	11.80

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
รวบแล้ว 1 ในกลุ่มชายใช้มีดไล่ฟันคน ช่วงสงกรานต์ อ่างพาน ถูกลวนลาม	News	Video	107,923	12,629	11.70
หญิงอายุ 54 ปี ถูกตะขาบกัดไปหาหมอบ่นปวดมากรุ่งเช้ากลายเป็นศพ	News	Video	45,426	5,070	11.16
สุนัขวิ่งตามรถเจ้าของหลังถูกนำมาปล่อยกลางถนน	News	Video	31,742	3,261	10.27
แตกตื่นกลางกรุงชายขับรถทรูบ้ายแดงจอดหน้าห้างดัง เเทงกลางถนนใช้มีดสับ	News	Video	38,083	3,890	10.21
เปิดคลิปนาที่ผู้ใหญ่บ้านโดนกลุ่มวัยรุ่นรุมยำก่อนถูกชักปืนยิงสวนบาดเจ็บ 4 คน	News	Video	47,119	4,783	10.15
รถหัดเดินไหลออกกลางถนน ทารก 8 เดือน ถูกสับล้อทับดับคาที่	News	Video	90,533	8,965	9.90
จับไอ้หื่น หวังข่มขืนสาวท้องเคราะห์ดีวัยรุ่นช่วยทัน รุมกระทืบยับ	News	Video	27,455	2,706	9.86
เจ้าของสวนยาง สุดโหดข่มขืนเด็กชายหญิง 4 คน มารารอนแถมขู่ฆ่า	News	Video	19,351	1,898	9.81

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
คนจริง 2019 แก้ววุ้นรอบไฟแดง หลังลั่นวาจาไว้ หากลิเวอร์พูล เข้ารอบ	News	Video	67,751	6,631	9.79
หนุ่มหื่นเดินตามสำเร็จความใคร่ใส่ หลังสาวกลางร้านสะดวกซื้อ-2 เดือนคดีไม่คืบ	News	Video	23,783	2,282	9.60
แม่พาลูกสาว 5 ขวบ เร่ขายบริการ หนุ่มใหญ่ ชาวบ้านสุดทนแฉจับ ได้คาหนังคาเขา	News	Video	41,504	3,980	9.59
เผยคลิปนาทีเครื่องบินรัสเซียลงจอดกระแทกพื้นไฟลุกท่วม ยอดตายพุ่ง 41 ศพ	News	Video	55,384	5,222	9.43
แก๊งฟ้าไฟแดงแยกแคราย พุงชน จยย.คนขี่ขาหัก	News	Video	23,495	2,198	9.36
ชายขับกระบะขึ้นมอเตอร์เวย์ที่กำลังก่อสร้างรถตกร่องถนนค้ำสูงจากพื้น 6 เมตร	News	Video	60,251	5,612	9.31
กองทัพเขียดเคลื่อนถนนหลังฝนตกหนักที่กัญโจว	News	Video	13,258	1,233	9.30
แห่แชร์คลิปพลทหารเรียงแถวพูดความในใจคนละ 1 วินาที ส่งไปให้คน	News	Video	27,816	2,576	9.26

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
Live-สด! บรรยากาศงาน “ขบวนเดินเทิดพระเกียรติ คชสาร คู่แผ่นดินเทิดไท้องค์ราชัน หน้าพระบรมมหาราชวัง”	News	Video	40,911	3,737	9.13
ฉันนี่-ผู้พาเที่ยวชุมชนบ้านแหลม จ.สุพรรณบุรี	Activities	Video	17,237	1,547	8.97
อุทาหรณ์สาวถูกแก๊งตกดองหลอก ปลดสร้อยทองกว่า 30,000 บาท หลบหนี	News	Video	81,520	7,271	8.92
รวบหนุ่มบุกยิงคู่ขาอายุ 18 ปี ดับคาห้องพัก แค้นขอเลิกไปคบกับผู้หญิง	News	Video	67,177	5,980	8.90
ระทึก ไฟไหม้รถออดทั้งคันพร้อมเงินกว่า 2 แสนบาท คาดอากาศร้อนจัด	News	Video	26,054	2,285	8.77
อุทาหรณ์ ชายชี่จยย.สวนเลนชนกับรถพ่วง คนชี่อการสาหัส คาดเมาสุรา	News	Video	12,838	1,124	8.76
อสังการชาวจีน 10000 คน ร่วมฝึก	News	Video	4,173	365	8.75
นิกวารถกู้ภัย สิบล้อรีบไป “เปิดไฮเรน” เร่งเครื่องแข่งเลนสวน	News	Video	40,716	3,546	8.71

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
เด็ก 1 ขวบ ติดอยู่ในรถแกงพลเมืองดีช่วยจับประตู แม่ฉุนทำรถเป็นรอยถามหาความรับผิดชอบ	News	Video	62,810	5,440	8.66
โจเซี่ยลตะลึง ชายหนัก 140 กก. โข้วเต็นสุดพลั่ววันไหลบางแสน	News	Video	23,638	2,042	8.64
เข้านี้วิถีไทย-เที่ยวชุมชนต้นหยงโป ชมทะเลแหวกสันหลังมังกรตัวแรกของไทย จ.สตูล	News	Video	41,704	3,600	8.63
อันตรายอาบนำคล้ายร้อนอุณหภูมิทะเล 40 องศา เกิดช็อกดับอนาถ	News	Video	21,964	1,893	8.62
เมียใหม่เปิดปากฆ่าฝังดิน “อบต.เย่” ยิงเจาะกะโหลก 2 นิ้ว แค้นถูกฆ่า	News	Video	67,678	5,812	8.59
สุดโหด ผัวปาดคอฆ่าเมียดับอุ้มลูกสาว 7 ขวบ โดดให้รถชนหวังตายตาม	News	Video	15,042	1,273	8.46
ญาติสุดทนแจ้งจับพ่อเลี้ยงโหด ล่ามโซ่ทุบตี ด.ช. 9 ขวบ เป็นแผลทั้งตัว	News	Video	63,232	5,338	8.44
เผยนาทีรัวยิง “ดา สะพานใหม่” เขียนมวยชื่อดัง คาเวทีลุมพินี	News	Video	45,424	3,821	8.41

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
แจ้ง 2 ข้อหากระเบาะเบาะเนียงงานบวช ยอมรับรู้เท่าไม่ถึงการณ์	News	Video	56,220	4,729	8.41
นายกฯ สั่งตรวจสอบคนในคลิปเป็นข้าราชการศาลจริงหรือไม่-ให้ย้าย ส.ต.ต.กลับที่เดิม	News	Video	31,477	2,646	8.41
รวบหญิงแค้นสามีเก่าที่ถ่ายคลิปแบล็กเมลล์ บอกให้สามีใหม่-อาบูกยิงดับ	News	Video	49,467	4,111	8.31
ตั้ง 3 ปมฆาตกรรมวัยรุ่นอายุ 17 ปี ถูกทุบศีรษะ-ยิงทิ้งริมคลองจ.นครพนม	News	Video	43,024	3,568	8.29
ภาพสะท้อนใจ พบทารกเพศหญิงถูกทิ้ง ยุ้งรุ่มกัณฑ์ตัว	News	Video	36,511	3,015	8.26
รวบ “ต้ม ไล่แตก” มือฆ่า “น้องเอ๋อ” ก่อนนำศพทิ้งน้ำ หนีกบดานจ.ตราด	News	Video	41,096	3,391	8.25
แชร์ว่อนกลุ่มวัยรุ่นรุมทำร้ายผู้หญิง-คนแก่ เผยก่อเหตุมาแล้วหลายครั้ง	News	Video	29,981	2,467	8.23
“ผกก.ทุ่งใหญ่” แจงย้ายลูกน้องเข้าชี้ขอตรวจใบขับขี่ “อธิบดี”-ผู้การสั่งย้ายกลับที่เดิม	News	Video	70,500	5,767	8.18

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
พ่อแค้นลูกสาวถูกว่าที่เจ้าบ่าวพาหนี บุกยิงญาติที่มาสู่ขอ ดับคาที่	News	Video	23,379	1,903	8.14
คนขับรถกระบะเมาซึ่งพุ่งชนผู้คน เล่นสงกรานต์ เคราะห์ดีหลบทัน	News	Video	174,697	14,135	8.09
รู้แล้วซ็อกเป็นลมสามีภรรยา เสี่ยงโชคซื้อลอตเตอรี่แค่ 2 ใบ ถูกรางวัล 12 ล้านบาท	News	Video	179,408	14,503	8.08
หนุ่มโพสต์ถูกขโมยชิ้นส่วนอะไหล่รถบิ๊กไบค์มูลค่ากว่า 1 แสน ทั้งที่จอดในโรงพัก	News	Video	34,926	2,809	8.04
สำนักงานขนส่งคาดโทษคนขับรถทัวร์ทิ้งพวงมาลัยทะเลาะกับแฟน	News	Video	43,836	3,501	7.99
เตรียมแจ้ง 3 ข้อหา “เครือข่าย” ใช้มิดส์ับงูกลางถนน เผยเครือข่ายสูญเสียชีวิต	News	Video	28,477	2,260	7.94
หญิงท้อง-น้ำคร่ำแตกรอคิวนาน จนลูกตาย จี้หาผู้รับผิดชอบ	News	Video	36,345	2,882	7.93
หนุ่มเครียดเมียหนีคลุมคั้งจับลูกชายเป็นตัวประกัน ชูฆ่าปาดคอ	News	Video	69,877	5,536	7.92
ชื่นชมวัยรุ่นช่วยหาสร้อยข้อมือแม่ค้าเชียงใหม่ ถูกรถชนดับ ส่งคืนญาติ	News	Video	65,422	5,182	7.92

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
สั่งปิดโรงเรียน 60 วันเร่งตรวจ สอบสวนเหตุอาคารถล่มทับ ด.ญ. 4 ขวบ เสียชีวิต	News	Video	14,819	1,173	7.92
ระทึกพนักงานทำความสะอาดแอร์ พลาดทำห้อยอยู่บนตึกสูง	News	Video	9,592	758	7.90
พ่อโมโหหนัก ลูกสาวถูกลวนลาม กระทืบคนร้ายหน้าคะมา	News	Video	22,038	1,726	7.83
แม่ร้อง ลูกชายมีเรื่องกับ ดร.ขึ้น ศาลกลางวัน ไม่ทันข้ามคืนถูกยิง ตาย	News	Video	26,835	2,085	7.77
ชายวัยรุ่นชิง จยย.หนีตำรวจเสีย หลักล้มคว่ำหน้าคะมา พบมียาเสพติด ติดซ่อนในตัว	News	Video	10,996	853	7.76
สุดโหด ชายอายุ 26 ปี จับระเบิด ยึดปากคู่อริ เกิดบีมคามือ สหัส 2 คน	News	Video	31,001	2,383	7.69
อดีตภรรยาใจเด็ดซี จยย.ชนอดีต สามี สุดท้ายตัวเองเสียชีวิต	News	Video	55,560	4,266	7.68
ระทึกวัยรุ่นเปิดศึกทะเลาะบอน กลางถนน ส่งท้ายสงกรานต์	News	Video	33,486	2,571	7.68

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
พินจ่าอากาศเอกหึ่งโหดกระทืบภรรยาเนาอากาศตรีหญิงดับเหตุระวางมีชู้	News	Video	20,428	1,555	7.61
เข้านี้เที่ยวเมืองรอง ันน์-ยููปาทเที่ยวชุมชนบ้านแหลมจ.สุพรรณบุรีช	Activities	Video	14,011	1,064	7.59
ระทึก เด็กตกท่อระบายน้ำเคราะห์ดีชาวบ้านช่วยได้ทัน	News	Video	33,697	2,550	7.57
โจรควงปืนบุกเดี่ยวชิงทองมูลค่า 2 ล้านบาท กลางห้างสัดหีบ หนีลงท่อระบายน้ำ	News	Video	24,347	1,836	7.54
ชายขับรถเก๋งป้ายแดงทำร้ายพนักงานกวาดถนน-อาละวาดกลางกรุง (คลิป)	News	Video	40,213	3,031	7.54
ยกพวกไล่ฟันกันเลือดสาตริมหาดพิทยา เจ็บ 4 คน นทท.หนีกระเจิง	News	Video	11,250	845	7.51
หญิงอายุ 40 ปี พิซิดกติกากินทุเรียน 4 กก.ภายใน 3 ชั่วโมงรับเงิน 5,000 บาทแล้ว	News	Video	75,047	5,599	7.46
คนร้าย ังดห้องช่วงสงกรานต์จับสุนัขกดถั่งน้ำตายก่อนขโมยทรัพย์สิน	News	Video	62,008	4,611	7.44

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ไล่ล่าอันตรายพลกระทั่งเด็กหนุ่มกะโหลกร้าวปางตาย ทั้งที่ไม่รู้จัก	News	Video	48,670	3,614	7.43
คุมตัววัยรุ่นนโหดบุกยิงอริดับ 3 คน กลางวงเหล้า ทำแผนฯ อ่างแก๊ว แค้นแทนเพื่อน	News	Video	56,838	4,214	7.41
นั่งรถตุ๊กตุ๊กหวังบตะลอนชิม ยุทธจักรความอร่อย ตะลุยเที่ยว เกาะกระดาน จ.ตรัง	News	Video	23,409	1,726	7.37
เร่งเยียวยา เด็ก 4 คน ถูกเจ้าของสวนยางข่มขืน พบเหยื่ออายุ 14 ปี เครียดจัด	News	Video	29,413	2,164	7.36
อุกอาจปะระเบิดถล่มหน้าบ้านไม่สะใจ ปาซ้ำหน้าห้องฉุกเฉินเจ็บ 5	News	Video	41,014	3,005	7.33
ผงะ กระบะสุดแสบ ชิงหนี ตร.ซุกคนงานเมียนมาอัดเต็มรถ มากถึง 32 คน	News	Video	24,826	1,817	7.32
วินาทีพายุพัดโบสถ์สแตนเลสพัง ทั้งหลังเสียหายกว่า 12 ล้านบาท	News	Video	35,639	2,568	7.21
“บอล ใต้” มือยิง “ดาสะพานใหม่” เขียนมวยดับ อ่างป้องกันตัว	News	Video	75,034	5,405	7.20

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
สำนักผิด พนักงาน 4 คน แกะพัสดุ โพสต์ล้อเลียนลูกค้า-ผู้เสียหายให้อภัย	News	Video	50,201	3,611	7.19
เผยภาพสวนสนบ่อแก้ว จ.เชียงใหม่ ถูกลูกเห็บปกคลุมขาวโพลนราวหิมะ	News	Video	28,060	2,018	7.19
จับแล้วคนร้าย จุดเด็กหญิง 12 ปี กระทำอนาจาร พบก่อเหตุมาแล้วหลาย	News	Video	38,211	2,745	7.18
หนุ่มอายุ 20 ปี คลุ้มคลั่งเผาบ้านตัวเอง วอดทั้งหลัง	News	Video	15,380	1,104	7.18
แจ้งข้อหาหัวหน้าพนักงานทำความสะอาดโรงแรมแทงลูกน้องดับ	News	Video	39,038	2,800	7.17
ชิงบีกไบค์ บิดเกือบทะลุไมล์ 264 กม.ต่อ ชม.ชนเสาไฟฟ้าดับคาที่	News	Video	15,532	1,100	7.08
พบเหยื่อเพิ่มกระบะหัวร้อนถูกบีบแตรใส่ อุณัขตามชนถึงในบ้าน	News	Video	209,215	14,809	7.08
ชมธรรมประจำวัน ตอนบริโภคนิสัยสื่อสังคมออนไลน์อย่างสายกลาง	Quote	Video	4,655	329	7.07
ภรรยาเครียดไม่มีเงินส่งค่างวดรถคว่ำมิตแดงสามิตับ	News	Video	31,874	2,250	7.06

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ผวา ชายเมายาบ้าคลุ้มคลั่งถ่มมีดเข้าไปใน รร.เด็กวิงหนีกระเจิง	News	Video	41,668	2,934	7.04
เที่ยวเมืองสกลฯ ยลพุทธศิลป์วัดถ้ำผาแต่น เดินเล่นถนนผ้าคราม จ.สกลนคร	News	Video	121,284	8,526	7.03
แจ๊จ 2 ข้อหาชายอ้างตัวเป็นนายไม่ยอมเป่าแอลกอฮอล์ ชูฟ้องกลับตำรวจ	News	Video	34,334	2,368	6.90
ตร.แจ๊จข้อหาหนังก่อคดีสามียุกยั้งแม่ค้ากวยเตี๋ยว ลูกค้าถูกลูกหลงดับ 1 เจ็บ 2	News	Video	57,318	3,927	6.85
เจอตัวแล้ว “น้องกัปตัน” หายออกจากบ้าน ที่แท้หลงป่าไม่ได้ถูกลักพาตัว	News	Video	53,360	3,655	6.85
นร.หญิง ม.6 ชี้จยย.ไปมอตัวเข้ามหาวิทยาลัย เขี่ยวรถบรรทุกล้มถูกทับเสียชีวิต	News	Video	31,390	2,142	6.82
เร่งคลี่ปมสังหารหญิงเล็บแดงหันศพยัดถุง ทั้งคลองชลประทาน จ.พระนครศรีอยุธยา	News	Video	25,585	1,744	6.82
คมธรรมประจำวัน ตอนอยู่กับลมหายใจ ไม่ใช่อยู่กับความฟุ้งซ่าน	Quote	Video	3,624	247	6.82

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
หนุ่มกระต๊อบ รปภ.อดีตตลกอาการสาหัส อ่างป้องกันตัว ฉุนถูกห้ามจอดรถในที่ห้ามจอด	News	Video	69,502	4,736	6.81
หญิงซีร็ด จยย.ย้อนศรถูกกระเบขนาดเจ็บ 2 คน	News	Video	38,309	2,603	6.79
จุดจบโจรสลัด จยย.-มือถือเพราะรับสายไม่เป็น ถูกพลเมืองตี-กระเป๋ารถเมล์จับส่งตำรวจ	News	Video	57,681	3,913	6.78
เด็กหญิงพิการไร้มือชนะรางวัลประกวดคัดลายมือระดับประเทศ	News	Video	6,881	466	6.77
ฉุนไม่ยอมให้แซง ชักปิ่นยิงใส่ไม่สนในรถมีเด็กเล็ก สาวโดนลูกหลงเจ็บ	News	Video	15,364	1,031	6.71
สามีเครียดหนักนอกระบบปวดคอ ภรรยา-ลูกดับ รวม 3 ศพ ก่อนพยายาม	News	Video	24,405	1,633	6.69
ชายชราชาวจีน พลัดตกบ่อลึก 10 เมตร	News	Video	10,974	731	6.66
เปิดคลิป์วัยรุ่นเมืองเพชรเลือดร้อน สาดกระสุนใส่การ์ดหน้าผับดับ 2 เจ็บ 4	News	Video	36,969	2,461	6.66
เผยภาพกล้องวงจรปิดขณะมือฆ่าอู๋ม “น้องเอ๋อ” ก่อนโยนทิ้งน้ำ	News	Video	16,498	1,094	6.63

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ไล่ล่า หม่อมเสพยาบ้าชิงกระบะแหกด่าน ตร.หนีข้ามอำเภอ	News	Video	28,899	1,915	6.63
“บอล ใต้” ติดต่อขอมอบตัวหลังรัยยิง “ดา สะพานใหม่” เขียนมวยดับ	News	Video	55,570	3,676	6.62
หม่อมหิงโหดกระหน่ำแทงแฟนสาวดับอ้างบันดาลโทสะ เห็นแซ่ตกับชายอื่น	News	Video	33,687	2,228	6.61
เข้านี้เที่ยวเมืองรองภาคกลางกับคู่รักสายบุญ “ยู้ย จิรนนท์-ธันน์ธนากร”	Activities	Video	22,232	1,470	6.61
คมธรรมประจำวัน ตอนคนที่คู่ควรกับธรรมชาติ	Quote	Video	4,127	267	6.47
นาที่ชีวิต เด็กหญิง 5 ขวบป็นระเบียบโรงแรมตกจากชั้น 12 เจ็บสาหัส	News	Video	40,135	2,591	6.46
ฝนถล่ม กทม. ลูกเห็บตก-ไฟดับ-ต้นไม้ล้ม น้ำท่วมขัง กระทบสนามบินดอนเมือง	News	Video	14,255	913	6.40
ผกก.ยีนยันตำรวจตั้งด่านพุดจาชุ่มชูไม้เซ่ท้องที่ สภ.ชุมแพ	News	Video	55,435	3,547	6.40

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จออก ณ สีหบัญชร พระที่นั่งสุทไธสวรรย์ปราสาท	News	Video	39,543	2,522	6.38
จับแล้วสาวประเภทสองโพสต์ภาพเปลือยออกเล่นน้ำสงกรานต์ อ่างคึกคะนอง	News	Video	35,668	2,250	6.31
ผิวมาปาดคอเมียดับกลัวความผิดนอนให้รถไฟทับ แต่ไม่ตาย	News	Video	22,855	1,421	6.22
ระทึกไฟไหม้เตาปิ้งย่างร้านอาหารในห้างดังกลางกรุง ลูกค้ำหนีกระเจิง	News	Video	21,860	1,356	6.20
สุดประทับใจนักท่องเที่ยวนั่งเล่นริมชายหาด พบลูกเต่าฟักจากไข่เดินขบวนลงทะเล	News	Video	26,823	1,660	6.19
อุกอาจ คนร้ายขับรถเก๋งประกบรั้วปืนเอ็ม 16 ถล่มอดีตสารวัตรกำนัน ดับคารม	News	Video	8,820	540	6.12
คนร้ายทุบหัว ด.ช. 13 ปี ดับอ้างแค่ต้องการซื้อ-ตร.เร่งล่า 2 คนที่ยังหลบหนี	News	Video	39,070	2,385	6.10
รู้ตัวแล้วกลุ่มวัยรุ่นนรกพวกกลุ่ม-ชักปืนจ่อ ล่าคู่อริหน้าโต๊ะสนุกเกอร์ เร่งออกหมายจับ	News	Video	15,875	969	6.10

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
รวบแล้วหนุ่มช่างซ่อมรถเกะพะงัน ข่มขืน นทท.สาวชวานอร์เวย์	News	Video	28,767	1,749	6.08
หนุ่มอ้างชื่อของฉลองวันเกิดก่อน ฉกขึ้นรถกระบะ ขับหลบหนี	News	Video	27,069	1,641	6.06
เตรียมออกหมายจับสามีโหดบุก ยิงอดีตภรรยา-แม่ยายดับคา ร้านนวด	News	Video	13,189	799	6.06
ตร.ล่าตัวชายหัวร้อนฉุนคารถเมล์ ขึ้น ตบหน้ากระเป๋ารถเมล์	News	Video	20,643	1,248	6.05
เผยคลิปโหลงข้างป่า 34 ตัว ออกจากป่า มาเล่นน้ำคลายร้อน ในลำห้วย	News	Video	17,745	1,072	6.04
ชาวบ้านช่วยยกรถเก๋งจอดขวาง ทางรถดับเพลิงที่จะเข้าไปดับไฟ จนสามารถผ่านไปได้	News	Video	23,775	1,433	6.03
ฮือฮา โลมากกว่า 100 ตัว โผล่เล่น น้ำเกาะสิมิลัน จ.พังงา	News	Video	12,147	730	6.01
ดราม่า พิธีกรงานศพห้ามกะเทยรำ หน้าไฟ ครูคุมการแสดงโต้ ขอย่า เหยียดเพศ	News	Video	22,385	1,344	6.00
คมธรรมประจำวัน ตอนเชื่อง่าย ๆ ไม่ใช่ชาวพุทธ	Quote	Video	4,991	298	5.97

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
เด็ก 6 ขวบ เก็บเงินได้ 8 พันบาท บอกแม่ให้พาไปหาตำรวจ ส่งคืนเจ้าของ	News	Video	37,020	2,205	5.96
พายุกระหน่ำแผ่นดินคอนกรีต สำเร็จรูป โรงเรียนอนุบาลพังถล่ม ร่วงทับเด็ก 4 ขวบ ดับ	News	Video	12,465	738	5.92
ชายอายุ 47 ปี เพิ่งพ้นโทษจ้อ ภรรยาไม่สำเร็จ ดักชกหน้า เผาบ้าน ชูแม่-ลูกพิการ	News	Video	17,742	1,037	5.84
พายุฝนถล่มรุนแรงหม้อแปลง ระเบิด จนท.การไฟฟ้ารอดตาย หวดหวิด	News	Video	6,042	350	5.79
เตรียมออกหมายจับสาวประเภท สองบุกปาดคอชิงเงินเจ้าของ ร้านชำเหยื่อฮิตสู่อุดหวดหวิด	News	Video	19,299	1,114	5.77
เปิดคลิปนาที ลูกเห็บตกกระหน่ำ อุทยานดาราศาสตร์สิรินธร จ.เชียงใหม่	News	Video	11,428	659	5.77
รวบเทรนเนอร์ฟิตเนสหลอกดีสนิท สมาชิกสาว ก่อนบังคับข่มขืนในห้องพัก	News	Video	15,130	866	5.72

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
วัยรุ่นยิงปืนใส่กลุ่มคู่อริหญิงสาว อายุ 17 ปี ถูกลูกหลงดับ บาดเจ็บอีก 3 คน	News	Video	21,738	1,240	5.70
เผยคลิปผู้โดยสารท้วงสัมภาระขวางทางหนีขณะเครื่องบินไฟลุกไหม้	News	Video	33,974	1,933	5.69
หนูน้อยพิการเดินฉลองหลังเปลี่ยนขาเทียมอันใหม่	News	Video	22,397	1,274	5.69
รวบชายหัวร้อนฉุนกระบะไม่ยอมให้แข่ง ชักปืนยิงใส่ไม่สนมีเด็กสาวโดนลูกหลงเจ็บ	News	Video	32,838	1,842	5.61
ชายจีนวิ่งย้อนขึ้นบันไดเลื่อนช่วยดันกระเป๋าเดินทางร่วงกลิ้งมาหาหญิงชราได้ในเสี้ยววินาที	News	Video	31,927	1,790	5.61
เผยนาที่บ้านถล่มพ่อใช้ร่างบังลูกสาวคนโต ชี้เกิดจากดินทรุดตัวเพราะน้ำท่วมขัง	News	Video	54,164	3,027	5.59
อสังการงานบุญบั้งไฟกิจกรรมเข้านี้เที่ยวรองกับ “เข้ม หัสวีร์”	Activities	Video	45,182	2,519	5.58
คุมตัวคนร้ายบุกปล้นเพชร-อัญมณีทำแผนฯ อ้างถูกเพื่อนจ้างมาก่อนเหตุ	News	Video	34,453	1,920	5.57

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
รวบหนุ่มค้ายาบ้า-ไอซ์ซุกของกลางในแฟลตห้องพักรพพยาบาลสาว	News	Video	23,071	1,273	5.52
คมธรรมประจำวัน ตอนใจแผ่นดิน	Quote	Video	4,443	245	5.51
คนร้ายข่มขืน นทท.สาวชาวนอร์เวย์อ้างคิดว่าฝ่ายหญิงมีใจพบประวัติก่อเหตุโซกโซน	News	Video	39,870	2,192	5.50
อันตราย สายเคเบิลเกี่ยวคอสาวซีจยย.รถล้มบาดเจ็บ	News	Video	8,062	441	5.47
ไล่ล่า คู่ผัวเมียขโมย จยย.เสียบกุญแจคารถ หน้าร้านสะดวกซื้อ	News	Video	29,768	1,625	5.46
ป่าเตือดโกรธ “รถเปียก” ถูกเด็กสาदन้าสงกรานต์...	News	Video	224,849	12,258	5.45
คนร้ายขับรถเก๋งฉกของในบ้านเช่า นักศึกษาตอนหลัง	News	Video	21,829	1,185	5.43
ชายอายุ 40 ปี ผิงเหล็กแหลมที่หัวไหล่ เชื่อว่าเป็นเหล็กไหลสุดท้ายต้องผ่าออก	News	Video	14,128	762	5.39
สลดเด็กชาย 8 ขวบ ป่วยออทิสติกถูกรั้วไฟฟ้าโรมันช็อคตาย	News	Video	15,424	827	5.36
พายุถล่มโคราชซ้ำหลังคาศูนย์การค้าวิสดุก่อสร้างพังถล่มทับรถเสียหายกว่า 20 คัน	News	Video	23,632	1,261	5.34

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ระทึกบ้านถล่มทับพ่อแม่ลูกขณะกินข้าว ติดใต้ซอก 3 คน ช่วยได้ 2 คน พ่อเสียชีวิต	News	Video	26,893	1,435	5.34
ออกหมายจับคนร้ายดักใช้หินทุบหัวเด็กชายอายุ 13 ปี ดับฉุนถูกมองหน้า	News	Video	29,783	1,587	5.33
ตร.เกษียณอายุราชการ ถูกโจรขี้จยย.กระชากสร้อยทองหนัก 3 บาท	News	Video	14,172	755	5.33
หนุ่มไทยโชว์กร่างที่ฮ่องกงไวคนขับรถเมล์ไม่พอใจรอรถนาน 1 ชม. ลั่น “กูคนไทย ไม่กลัวมีงหรือก”	News	Video	23,965	1,272	5.31
แผ่นดินไหวขนาด 6.3 ใกล้กรุงมะนิลาของฟิลิปปินส์ เสียชีวิตแล้ว 8 คน	News	Video	7,423	393	5.29
รวบหนุ่มหื่นแอบใช้โทรศัพท์ถ่ายคลิปสาวอาบน้ำในโรงพยาบาล	News	Video	30,569	1,618	5.29
วัยรุ่น ระบายแค้นชิงลวดกลางถนนบาดคอคู่อริ หวัดขาด	News	Video	15,848	834	5.26
พลเมืองดีเก็บลอตเตอรี่ได้ยกแผง แจ้งตำรวจนำส่งคืน เจ้าของสุดดีใจ	News	Video	33,854	1,770	5.23

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
เมาท์สิงโหด บีบคอก-ตะเมียบเจอ แทงสวนกลับ ดับอนาถ	News	Video	30,450	1,591	5.22
เข้าнівิธิไทย-สัมผัสวิถีเมืองเหนือ อำเภอสองพี่น้อง ท่องชุมชนไทย ญวน	News	Video	52,571	2,740	5.21
คมธรรมประจำวัน ตอนปั่นจากป่า	Quote	Video	4,505	234	5.19
นาทชีวิท จยย.เดี่ยวรอดจุดบอดหวัด ถูกรถบรรทุกขยี้ดับ	News	Video	17,796	924	5.19
รวบแล้ว คนร้ายร่วมยิงถล่ม “บังเส็น” กลางตลาดนัด เร่งล่า มือปืน-ผู้จ้างวาน	News	Video	26,225	1,361	5.19
ไล่ล่า โจรแสกถึบรถล้มกระชาก สร้อยบุรุษไปรษณีย์-ฉกเงินหมื่น หนี	News	Video	21,269	1,101	5.18
รวบหนุ่มฉุนวัยรุ่นประแป้ง หลานสาววันสงกรานต์ตีเซมิดีไลฟีน บาดเจ็บ 2 คน	News	Video	25,505	1,319	5.17
สั่งย้าย-ตั้ง กก.สอบ “พ.ต.ท.” คดีผู้เสียหายฆ่าตัวตาย เรียกรับเงิน -คดีไม่คืบหน้า	News	Video	47,461	2,437	5.13
พระภิกษุ-ชาวบ้านช่วยไล่ “เจ้างา เดียว” ช้างป่าเพศผู้ บุกวัด	News	Video	15,778	809	5.13

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ททท.ชวนเที่ยวงาน “พระจันทร์หลากสี ที่พะงัน 2019”	News	Video	4,514	231	5.12
คนขับสี่ล้อแดงมอตัวแล้วอ้างตกใจ หลังชนรถเก๋ง-จยย. แล้วหลบหนี	News	Video	13,652	692	5.07
เร่งล่าผู้โดยสารลี้มกระเป่าใส่กัญชาอัดแท่ง 14 กก.ในรถแท็กซี่	News	Video	20,935	1,054	5.03
คมธรรมประจำวัน ตอนใช้ให้เป็นคุณ	Quote	Video	4,869	245	5.03
เตรียมออกหมายจับกลุ่มชายฉกรรจ์รุมกระที่บ-ใช้มีดฟันพ่อค้าอาการสาหัส	News	Video	29,976	1,497	4.99
โจรกรรมร่วมบังหน้าดันกล้องวงจรปิดเข้าลักทรัพย์ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่เคยทำงาน	News	Video	9,482	473	4.99
ระทึกไฟไหม้รถเก๋งถ่วงน้ำมันเครื่องในปั้มน้ำมัน วอดทั้งคัน	News	Video	16,984	840	4.95
เร่งล่าคนร้ายจัดร้านขายโทรศัพท์มือถือกลางห้างสูงกว่า 200 เครื่องเฉียดล้านบาท	News	Video	33,782	1,665	4.93
เหล่าอากงรวมตัวโชว์โหนบาร์กลางสวนสาธารณะ	News	Video	8,667	426	4.92

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
หนุ่มสุดทนนั่งแท็กซี่เจอคนหลับที่วางเท้า-กลืนเหล้าคูลิ่ง โซเฟอร์ซึ่งจันต้องขอลง	News	Video	24,677	1,197	4.85
คลิปนาฬิกาข้อมือเห็นบดลม อ.ไพศาลี จ.นครสวรรค์	News	Video	42,132	2,039	4.84
คนร้ายลวง “แกร็บคาร์” ล็อกคอจ้วงแทงสาหัส เขี้ยวรอดเพราะไหวพริบดี	News	Video	27,173	1,313	4.83
น้ำป่าหลากอุทยานแห่งชาติรามคำแหงเตือนชาวบ้านเตรียมรับมือ	Benefit	Video	12,691	612	4.82
แท่งแชร์คลิปพายุวงช้างก่อตัวกลางทะเลหน้าเกาะสีชัง	News	Video	21,262	1,025	4.82
คมธรรมประจำวัน ตอนปัจจุบันสำคัญที่สุด	Quote	Video	8,092	390	4.82
สงกรานต์ฮาเฮประแป้งเต็มหน้าตำรวจ ขณะประกาศขอความร่วมมืองดเล่นแป้ง	News	Video	39,049	1,880	4.81
เร่งล่าคนร้ายบุกปล้นร้านรับซื้อของหลุดจำนำย่านเพชรเกษม	News	Video	34,451	1,649	4.79
หนีไม่รอดหนุ่มตระเวนกระชากกระเป๋าหน้าห้างฯ จนมุมเพราะพลเมืองดีไล่ตาม	News	Video	27,692	1,320	4.77

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ทหารเรือ 3 พันนาย แปรอักษร “HS ๑๐ KING” บนดาตฟ้าเรือหลวงจักรีนฤเบศร	News	Video	21,049	1,001	4.76
เตรียมเรียกสอบคนขับกระบะชนยายอายุ 87 ปี ก่อนทับซ้ำ อาการสาหัส	News	Video	43,072	2,032	4.72
“ยู๋-ฉินน์” พาผู้โชคดี 10 ท่าน ร่วมกิจกรรม “เข้านี้เที่ยวเมืองรอง” ทริปปะลอนเที่ยว ไหว้พระเช็คอิน สิ่งบุรี-สุพรรณบุรี	Activities	Video	14,477	679	4.69
อุกอาจ ยกพวก 7 คนบุกยิงถล่มคู่อริ กลางวงเหล้า ดับ 3 ศพ	News	Video	11,600	544	4.69
คนขับกระบะชนยายอายุ 87 ปี ก่อนทับซ้ำ ถูกแจ้งข้อหา-ตร.เร่งสอบปมมาแล้วซ้ำ	News	Video	38,283	1,771	4.63
แชร์คลิปเตือนภัยคนร้ายใช้กลอุบาย ฉกเงินร้านขายของชำ	News	Video	6,342	293	4.62
สงกรานต์เลือดวัยรุ่นนับสิบล่มทำร้าย-ชกมัดแทงคู่อริ เจอชาวบ้านฉีดย้ำไล่	News	Video	21,432	988	4.61
คุมตัวหนุ่มโหดบุกยิงเพื่อนคาบ้านทำแผนฯ แค้นถูกเบียดหนี้ 5 หมื่นบาท	News	Video	14,989	689	4.60

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
เร่งตรวจสอบสาเหตุแผ่นผนังปูนหนักกว่า 6 ตัน หล่นทับคนงานดับ 2 บาดเจ็บ 1	News	Video	32,016	1,466	4.58
สลด รถยนต์พลิกคว่ำไฟลุกไหม้คลอกคนขับ-ผู้โดยสาร ดับ 3 ศพ	News	Video	13,820	632	4.57
กรม.ประกาศ 3 มิ.ย. วันเฉลิมพระชนมพรรษาพระราชินีเป็นวันหยุดราชการ	News	Video	13,091	595	4.55
แม่ใจเด็ด ลงโทษลูกชายกลางถนนเหตุจับก้นเพื่อนผู้หญิง	News	Video	14,236	647	4.54
คมธรรมประจำวัน ตอนความลับหลังผืนป่า	Quote	Video	3,618	164	4.53
เผยคลิปวิธีเล่นสงกรานต์โดยไม่เปียกน้ำ	News	Video	80,940	3,644	4.50
คมธรรมประจำวัน ตอนปิดทองหลังพระ	Quote	Video	4,451	200	4.49
หนีไม่รอดคนร้ายปืนฟ้าไรยตัวขโมยของร้านกาแฟถูก ตร.ตามรวบ พบก่อเหตุ 2 ครั้งติด	News	Video	25,535	1,146	4.49
หนีตายกลางดึกไฟไหม้บ้านวอดทิ้งหลัง	News	Video	10,671	474	4.44
เด็กชายอายุ 7 ขวบ จมสระแต่พ่อแม่คิดว่ากำลังเล่นสนุก	News	Video	14,993	663	4.42

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
คุมตัวอดีตสามีเข้าห้องขังหลังบุกยิงแม่ค้าก๋วยเตี๋ยว ลูกค้าถูกลูกหลงดับ 1 เจ็บ 2	News	Video	11,528	509	4.42
“บุญรอด” หม่าอ่าวไทยถึงบ้านขอนแก่นแล้ว ทำพวงมาลัยผ้าขาวม้าต้อนรับ	News	Video	38,467	1,698	4.41
พระดีมีเหล่าคาผ้าเหลืองมาได้ที่แหงชาวบ้านร่วมวงดับอนาถ	News	Video	12,543	553	4.41
ไฟไหม้ไร่อ้อย-ไร่สับปะรดลามไหม้ห้องพักรีสอร์ตชื่อดังในหัวหินวอด 14 หลัง	News	Video	9,350	412	4.41
ไล่ล่าโจรชุดดำขโมยรถกระบะสีประตู่ จอดหน้าหอพัก	News	Video	20,642	906	4.39
โจรควงปืนจี๊ซิ่งทองกลางห้างสี่ตึกบีบอ้างหาเงินรักษาแม่ป่วยมะเร็ง-ใช้หนี้พนัน	News	Video	27,490	1,206	4.39
ตร.ตามรวบนักโทษคดีข่มขืน-ลักทรัพย์สาวกัมพูชาหนีออกจากรพ. อ้างคิดถึงลูก	News	Video	16,771	734	4.38
คมธรรมประจำวัน ตอนปีกัสโซ	Quote	Video	8,372	366	4.37
ผู้ปกครองแจ้งความโจรย่องขโมยโทรศัพท์มือถือสามแถว คินเดียว 30 เครื่อง	News	Video	21,437	923	4.31

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ลูกเขยวางเพลิงเผาบ้านวอดหลังทะเลาะเมีย พ่อตารับเคราะห์ เสียชีวิต	News	Video	8,536	366	4.29
ชมธรรมประจำวัน ตอนหนุมนานชาญสั่งสอน	Quote	Video	8,336	357	4.28
สงกรานต์เดือดขับเก๋งสาตกระสุนยิงคู่อริเจ็บ 3 ทิ้งทวนวันไหล	News	Video	10,351	443	4.28
สุดยิ่งใหญ่ ช้างงางาม 11 เชือกร่วมเดินขบวน “คชสารคู่แผ่นดินเทิดไท้องค์ราชัน”	News	Video	15,945	680	4.26
ก๊าซกระป๋องระเบิดกลางร้านหมูกระทะ บาดเจ็บ 1 คน	News	Video	42,150	1,792	4.25
พ่อค้าลาบเสิร์ฟถูกคนร้ายงัดบ้านกวาดทองค่ากว่า 65,000 บาท หลบหนี	News	Video	24,185	1,027	4.25
หนุมนอนเฝ้าใช้ภรรยาในรพ.ถูกย่องขโมยรถ จยย. จอดหลังอาคารผู้ป่วย	News	Video	18,466	776	4.20
จีนพบสัตว์ป่าคุ้มครอง ‘นกนางนวลแกลบแม่น้ำ’	News	Video	12,923	541	4.19
ออกหมายจับสาวทอมยกพวกไล่ฟัน-ยิงคู่อริบาดเจ็บหลังเคลียร์ปัญหาไม่ลงตัว	News	Video	37,732	1,567	4.15

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
วัยรุ่นอารมณ์ร้อนรุมกระทืบคู่อริในงานวันไหลสนามชัยเขต	News	Video	18,041	744	4.12
คลื่นเรือสินค้าซัดบ้านไม้ริมแม่น้ำเจ้าพระยาพังถล่มทิ้งหลัง	News	Video	21,625	887	4.10
เริ่มทยอยกลับเข้ากรุงรถเริ่มหนาแน่น เร่งเปิดช่องทางพิเศษ	News	Video	6,354	260	4.09
งดงาม เรือพระที่นั่งสุพรรณหงส์งานพระราชพิธีบรมราชาภิเษก	News	Video	15,385	629	4.09
เงินลำ ไซ้โดนบินตรวจจับการปล่อยน้ำเสียอย่างผิดกฎหมาย	News	Video	14,521	593	4.08
อุตุฯ คาดอุณหภูมิแตะ 44 องศา อีกรอบ กทม. ระบุ 39 องศา	News	Video	15,144	618	4.08
พຽ່ງนี้ (14 พ.ค.) อย่าพลาด! พระเอกเลือดอีสาน “เข้ม หัสวีร์”	Activities	Video	23,575	961	4.08
คมธรรมประจำวัน ตอนเคล็ดลับแห่งการประสบความสำเร็จ	Quote	Video	11,045	449	4.07
เข้านี้เพื่อสังคม-PEA ชวนร่วมโครงการ 1 ตำบล 1 ช่างไฟฟ้า	News	Video	13,327	539	4.04
ชวานาพิจิตร ถือฤกษ์ดีหวานเมล็ดข้าว รั้ววันพีชมงคล	News	Video	13,427	541	4.03
พายุลูกเห็บ พัดถล่มเมืองสกลนคร หลังคาบ้านปลิว-วัวตาย 2 ตัว	News	Video	32,342	1,302	4.03

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ปลูกต้นรวงผึ้งทั่วไทยในโครงการ “1 จังหวัด 1 ถนนเฉลิมพระเกียรติ”	News	Video	7,540	294	3.90
ไล่ล่า โจรถือปืนบุกชิงทรัพย์ สร้อยทอง-เงินสด เจ้าของร้านชำ	News	Video	14,544	564	3.88
รวบอดีต รปภ.ตักงานใช้มีดจี้แม่ค้าหวังชิงทรัพย์ อ้างไม่มีเงินใช้	News	Video	13,100	505	3.85
ดินจากภูเขาในจินตลุ่มหวิดทับรถที่ขับผ่าน	News	Video	8,376	322	3.84
สามีดื่มเหล้าข่มใจใช้น้ำมันราดจุดไฟเผาบ้านพ่อตาอดเหตุน้อยใจถูกเมียไล่	News	Video	19,956	754	3.78
เย้ยตำรวจ โจรแสบลัก จยย.ในโรงพยาบาล ช่างโรงพัก	News	Video	16,286	615	3.78
ระทึก เด็กติดระเบียงชั้น 5 จนท.เร่งช่วย-เพื่อนบ้านชิงผ้ารอรับด้านล่าง	News	Video	17,290	652	3.77
ช่าง 11 เชือกพร้อมจัดขบวนเทิดพระเกียรติคชสารคู่แผ่นดินเทิดไถ้องค์ราชัน	News	Video	23,097	866	3.75
เจ้าของ จยย.เศร้านักคนร้ายขโมยไป คืบเดียวก่อเหตุ 2 คันรวด	News	Video	18,363	685	3.73

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
สลดชายอายุ 62 ปี จุดไฟเผาต่อซังข้าวในที่นา ถูกไฟคลอกดับอนาค	News	Video	18,215	678	3.72
แจ้งข้อหาวัยรุ่น 4 คน เปิดศึกตะลุมบอนกลางถนนวันสงกรานต์ เร่งล่าอีก 5-6 คน	News	Video	10,511	386	3.67
แตกตื่นไฟลุกโชนไหม้กุฏิพระวัดกว่า 10 ห้อง	News	Video	21,566	783	3.63
เร่งล่ากลุ่มวัยรุ่นรุมทำร้ายอริในผ้าจ.พระนครศรีอยุธยา บาดเจ็บสาหัส	News	Video	13,367	471	3.52
เร่งล่าคนร้ายงัดตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือ 2 ร้าน คาดเป็นมืออาชีพ	News	Video	13,321	469	3.52
คมธรรมประจำวัน ตอนหนึ่งวันสำคัญที่สุด	Quote	Video	8,336	292	3.50
เร่งดับไฟป่าดอยจระเข้ จ.เชียงราย -จนท.ยืนยันไม่ลามเข้าเขตชุมชน	News	Video	5,963	208	3.49
ศาลรัฐธรรมนูญมีมติเอกฉันท์สูตรคำนวณบัญชีรายชื่อที่ กกต.ใช้อยู่ไม่ขัด รธน.	News	Video	10,188	355	3.48
ศูนย์อนุรักษ์ช้างทองค่าน้อมเกล้าฯ ถวายช้างเผือก ในหลวง ร.10	News	Video	18,594	647	3.48
ระทึกไฟไหม้กลางห้างสรรพสินค้าที่สิงคโปร์ ผู้คนแตกตื่นหนีกระเจิง	News	Video	8,803	303	3.44

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
เข้าพิธีวิสาขบูชา-ศาสตร์พระราชา ศรัทธาแห่งเกษตรกรรม ณ พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติฯ	News	Video	20,355	694	3.41
“หมวดแผน” รับมอบ ประกาศนียบัตรหลังขบวนเนต ชื่นชมถูกประแบ่งช่วงสงกรานต์	News	Video	35,832	1,206	3.37
สมเด็จพระจักรพรรดิอากิฮิโตะ สละราชสมบัติอย่างเป็นทางการ	News	Video	16,211	537	3.31
วัยรุ่นตีกันและกลางงานสงกรานต์ ทหารเข้าห้ามถูกขวิดปากฉลาม แหงดบ	News	Video	40,453	1,338	3.31
คมธรรมประจำวัน ตอนฤกษ์ดีอยู่ที่การกระทำ	Quote	Video	4,597	151	3.28
นทท.ร่วมสืบสานสงกรานต์วีว เทียมเกวียน จ.กาญจนบุรี	News	Video	13,687	439	3.21
พสกนิกรปลื้มปีติร่วมเฝ้าทูลละออง รุธิพระบาทในหลวงรัชกาลที่ 10	News	Video	14,701	469	3.19
รวบคนร้ายขโมยเงิน-บุหรี่ปันค้า คั่นตัวเจอบ้า	News	Video	11,846	367	3.10
ไล่ล่า กระบะสุดโหดถอยชนแก๊ง บิบแตร์เรียก หลังชนแล้วหนี	News	Video	39,925	1,220	3.06

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
รวบแล้วกลุ่มวัยรุ่นบุกตามอริไปถึงรพ.ยกพวกตีกันหน้าห้องฉุกเฉิน	News	Video	22,606	687	3.04
สวยงามเหนือท้องฟ้าการแสดงโดรนแปรอักษรเฉลิมพระเกียรติพระราชพิธีบรมราชาภิเษก	News	Video	13,410	405	3.02
ทฤษฎีโลกคลื่นมนุษย์ถนนวนข้าวเหนียว จ.ขอนแก่น ใช้เวลา 17.41 นาที	News	Video	23,588	705	2.99
One Day Trip เที่ยวตำนานเมืองโอง เมืองอาร์ต จ.ราชบุรี	News	Video	11,628	346	2.98
ชมธรรมประจำวัน ตอนรักต้นไม้เท่ากับรักตัวเอง	Quote	Video	12,711	366	2.88
เข้านี้วิถีไทย-สัมผัสศรัทธาร่วมประเพณีแห่ต้นดอกไม้ใหญ่ที่สุดในโลก จ.เลย	News	Video	15,275	428	2.80
ชมธรรมประจำวัน ตอนตาดิ...มีธรรมอยู่ทุกที่	Quote	Video	3,672	101	2.75
ชมธรรมประจำวัน ตอนอย่าหลงตัวเอง	Quote	Video	11,195	304	2.72
ในหลวงทรงเฉลิมพระปรมาภิไธยพระนามาภิไธย และสถาปนาพระฐานันดรศักดิ์พระบรมวงศ์	News	Video	18,032	487	2.70

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
คมธรรมประจำวัน ตอนเจริญสติระหว่างวัน	Quote	Video	8,761	230	2.63
กรมป่าไม้แจก “ต้นรวงผึ้ง” ให้ประชาชนที่ร่วมพระราชพิธีบรมราชาภิเษก	News	Video	11,942	312	2.61
ททท.ดัน “มิชลิน ไกด์” ฉบับที่ 3 รุก จ.เชียงใหม่	News	Video	4,902	128	2.61
วันไหลบางแสนคึกคักนักท่องเที่ยวแห่เล่นน้ำแน่นขนัด	News	Video	13,509	352	2.61
คมธรรมประจำวัน ตอนวิธีอยู่ร่วมกับธรรมชาติ	Quote	Video	9,702	251	2.59
คมธรรมประจำวัน ตอนโลกคือพระโพธิ์สัตว์	Quote	Video	8,196	211	2.57
นทท.ตื่นตา งาน “เทศกาลสีสันบอลูนานาชาติ @หาดใหญ่”	News	Video	10,648	273	2.56
ทั่วไทยคึกคัก นทท.แห่เล่นสาดน้ำสงกรานต์คลายร้อน	News	Video	10,155	254	2.50
นทท.แห่ทำบุญเพื่อความเป็นสิริมงคลวันสงกรานต์	News	Video	6,773	169	2.50
หนึ่งเดียวในโลกประเพณีแห่พญายมในเทศกาลสงกรานต์ของชาวบางพระ	News	Video	7,557	186	2.46

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
นทท.แน่นชายหาดร่วมงานวันไหลบางแสน	News	Video	7,497	183	2.44
เรื่องเล่าวัยรุ่นตะลุมบอนข้างขวดใส่ก้นกลางเมืองภูเวียงส่งท้ายสงกรานต์	News	Video	20,354	482	2.37
คมธรรมประจำวัน ตอนการเฝ้ามอบแบบหลวงพ่อบัญญา	Quote	Video	4,227	99	2.34
ไฟไหม้วิหาร “นอตเทรอดาม” ในกรุงปารีส เสียหายอย่างหนัก	News	Video	15,354	356	2.32
คมธรรมประจำวัน ตอนหลวงพระบาง	Quote	Video	7,330	164	2.24

จากผลการคำนวณหาค่า Engagement Rate สูงกว่า 5.77% พบว่า มีจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอด้วยเทคนิควิดีโอ ที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่ถึง 139 โพสต์ จากวิดีโอทั้งหมด 292 โพสต์ โดยผู้วิจัยยังพบอีกว่า เทคนิคการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอเป็นเนื้อหาประเภทข่าวทั้งหมด โดย 3 อันดับแรก ได้แก่

- (1) คนไทยทะเลาะกันเอง ชักมีดปาดคอเสียชีวิตที่มาเลเซีย (30.30%)
- (2) จับหนุ่ม อายุ 23 ปี ย่องกรีดเป้ากางเกงข่มขืน นทท.สาวอังกฤษมาไม่ได้สติบนเกาะพีพี (16.72%)
- (3) เทียวถ้ำเลสเดโกดอน ย้อนรอยโลกดึกดำบรรพ์ ลอดถ้ำเลยาวที่สุดในเมืองไทย จ.สตูล (15.76%)

แสดงให้เห็นว่า ผลการวิจัยเทคนิคการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอสอดคล้องกับการเนื้อหาประเภทข่าวที่ได้รับค่า Engagement Rate สูงสุดเช่นกัน

2) เทคนิคการนำเสนอในรูปแบบลิงค์ (Links) มีจำนวน 89 โพสต์ จากจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ โดยมี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่จำนวน 29 โพสต์ สรุปดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
แม่ค้าก๋วยเตี๋ยวสุดงงซื้อหนังหมูมาเจียว ออกมาเหมือนยางมะตอย	News	Link	90,589	12,977	14.33
สามีสาว 17 ปี ที่ถูกพ่อข่มขืนเผยแพร่ยาตั้งท้องได้ 4 เดือน ไม่แน่ใจว่าเด็กเป็นลูกใคร	News	Link	32,065	4,324	13.49
ญาติชายขับกระบะขึ้นมอเตอร์เวย์ที่กำลังก่อสร้างเตรียมเรียกค่าเสียหายกับผู้รับเหมาทำถนน	News	Link	80,586	10,150	12.60
นาที จยย.ซ้อน 3 พ่อแม่ลูกขี่ตัดหน้ารถพ่วง ถูกชนเสียชีวิต 3 คน	News	Link	62,341	7,442	11.94
แพทย์พบเศษไม้ปริศนา	News	Link	33,003	3,090	9.36
วิจารณ์นักสว่นารถโดนตำรวจยึดมาชี้ ชูพียงหนุ่มเจ้าของรถ	News	Link	21,893	2,036	9.30
แฉ ตร.เรียกเก็บเงินรถทัวร์อ้าง”เป็นประเพณี” ถอยป้ายแดงเงินสด 2 เดือน 2 คัน	News	Link	25,083	2,192	8.74
หนุ่ม 17 ปี ขึ้นรถเมล์แล้ววูบก่อนโผล่กลางป่าที่หัวหิน	News	Link	25,363	2,201	8.68

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
รู้ตัวแล้วหนุ่มสำเร็จความใคร่ด้วยตัวเองกลางร้านสะดวกซื้อ ญาติจ้อพามอบตัว	News	Link	19,164	1,639	8.55
ยืนยัน ‘น้องเจียร์ช’ เสียชีวิตจากอุบัติเหตุ หลังหายตัวกลางดึกที่ญี่ปุ่น	News	Link	19,469	1,611	8.27
จับคดีอันตราย หนุ่มขนยาบ้า 6 ล้านเม็ด ไอซ์เกือบ 500 กก. สารภาพทำมาแล้ว 20 ครั้ง	News	Link	43,044	3,549	8.25
จับแล้วหนุ่มเล่นสงกรานต์ต้อนอาจารย์ “จูป-จับ กันสาว” สารภาพคึกคะนอง	News	Link	25,204	1,989	7.89
ลี้มกระเป๋าวัวบนรถเข็นสุวรรณภูมิ มีทรัพย์สินกว่า 5 แสนบาท จนท.ตามคืน	News	Link	70,767	5,540	7.83
กระทิงป่าไล่ขวิดชาวบ้านเก็บดอกกระเจียวไล่ทะลัก หวัดดับ	News	Link	95,180	7,242	7.61
อุทาหรณ์ ชายสวมแหวน นาน 5 ปีทำเนื้อเน่าถึงกระดูก	News	Link	31,876	2,413	7.57
จุดจบ เด็กแว้นซิ่ง จยย.ชนรถพ่วงดับ พ่อแม่ร่ำไห้แทบขาดใจ	News	Link	55,157	4,172	7.56

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
วิสามัญ “ต้นขอยต้น” นักค้ายาบ้า ดับคาแก๊ง หลังดวลปืนปะทะตำรวจ	News	Link	48,903	3,676	7.52
สังปัด “ชิปไลน์” อ.แม่ออน จ.เชียงใหม่ หลังนักท่องเที่ยวตกลงมาเสียชีวิต	News	Link	31,008	2,316	7.47
สลด กระบะบรรจุทุกคนงานยางแตกชนต้นไม้ดับ 7 ศพ สาหัส 3	News	Link	15,956	1,144	7.17
จับด้วยดี หม่อมเมาแล้วขี่หอบศพ ทหารกลไ้โลงไม้ เมียนำหลักฐานยื่น ศพลูกชายจริง	News	Link	24,388	1,694	6.95
แม่ใจร้าย ทิ้งลูกแรกคลอดในเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ	News	Link	76,434	5,156	6.75
จับชายอายุ 29 ปี พยายามข่มขืนสาวอายุ 17 ปี หลังเข้าไปช่วยซ่อมบ้าน	News	Link	55,749	3,722	6.68
“สิบเอก” ขี่จยย.ชนท้ายกระบะจอดเสียริมถนน ดับคาที่	News	Link	35,630	2,342	6.57
หนุ่ม อายุ 22 ปี เมาสุราขี่รถจยย. พลิกคว่ำนอนกลางถนนนาน 7 นาที ไม่มีใครช่วย	News	Link	50,776	3,307	6.51
จับสีกเจ้าอาวาสหลังพบหลักฐานคลิปฉาวมั่วสีกาในกุฏิ	News	Link	23,563	1,521	6.46

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
สลด จยย.เลี้ยวตัดหน้ากระบะถูกชนอย่างแรง ดับ 1 สาหัส 1	News	Link	32,296	2,078	6.43
ลูกสาวคนโต รับศพพ่อ-แม่เหยื่อนักธุรกิจมาแล้วขับ เผยน้องสาวรู้สึกตัวถาม “พ่อ-แม่อยู่ไหน”	News	Link	19,720	1,246	6.32
แตกตื่น ฝนตกหนักทำบ่อแตก กระจเข้หลุด 36 ตัว	News	Link	18,241	1,126	6.17
สงกรานต์เลือดแค้นถูกไล่ตีคว่าป็นยิงถล่มคู่อริไม่ยั้ง บาดเจ็บ 4 คน	News	Link	18,009	1,039	5.77
หนุ่มกลับจากเล่นน้ำสงกรานต์ จับราวสะพานลอย ถูกไฟฟ้าดูด บาดเจ็บ	News	Link	31,875	1,814	5.69
กกต.ประกาศรับรองผลเลือกตั้ง ส.ส. 349 เขต	News	Link	40,450	2,295	5.67
น้องเมีย ฉุนพี่เขยตีแม่เหล้าเมา-ด่าพี่สาว คว้ามิดแทงยับปางตาย	News	Link	18,368	1,041	5.67
ตร.สะกดรอยข้ามจังหวัดเอเยนต์ ยาเสพติดจนจรจรพิรุณ รวบได้ค่าง้าๆ ยึดยาบ้ากว่า 1 ล้านเม็ด	News	Link	40,974	2,319	5.66
พ่อเมาคลั่ง ตบตีลูกสาวชาวบ้าน ช่วยเหลือลูกมิดอีโต้ไล่ฟันเจ็บสาหัส	News	Link	30,460	1,718	5.64

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
วัยรุ่นเมาฉลองสงกรานต์รุมทำร้ายกัญญา ขณะนำคนเจ็บส่ง รพ.คิดว่าพาพวกมาหาเรื่อง	News	Link	13,711	769	5.61
ป้าชี้จยย.พาหลานสาว 16 ปีไปจ่ายค่าเทอม รถป่วนตัดหน้าขยี้ทับหลานเสียชีวิต	News	Link	45,596	2,412	5.29
รวบอดีตลูกพี่จ้างวานมือปืนยิงลูกน้อง แค้นลาออกมาเปิดอุ้งรับงานตัดหน้า	News	Link	28,988	1,506	5.20
รวบแล้ว 9 คน วัยรุ่นตีกันหน้าห้องฉุกเฉิน รพ.บางสะพานน้อย	News	Link	12,154	631	5.19
ร้อนจัดรถกระบะวิ่งบนถนนมิตรภาพ เกิดไฟไหม้วอดทั้งคัน	News	Link	19,887	1,029	5.17
จ่อหมายจับพ่อเลี้ยงโหดล่ามโซ่ทุบตี ด.ช. 9 ขวบ เป็นแผลทั้งตัว	News	Link	45,923	2,367	5.15
หนุ่มหัวร้อนไม่พอใจช่างทาสีมองหน้า เปิดเพลงดัง ขับรถไล่ชนยับ	News	Link	32,804	1,668	5.08
เดือนระวังอันตรายจากพายุฤดูร้อนอีก 1 วัน	Benefit	Link	17,518	868	4.95
จับทันควันเมาป่วนชุมชนยั้งก้อนหิน-น้ำตไล่กระจกรถชาวบ้านกว่า 20 คัน	News	Link	25,981	1,262	4.86

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ฝนตกไฟฟ้าช็อตใหม่บ้านรับซื้อของเก่า วอดทิ้งหลัง	News	Link	28,952	1,301	4.49
วัดท่าไม้แทบแตกคนนับหมื่นแห่กิน ‘ทุเรียนฟรี’ ฉลองวันแรงงานแห่งชาติ	News	Link	32,557	1,432	4.40
ญาติหมอนวดถูกฆ่าหั่นศพที่โปรตุเกสวอนส่งกระดูก-ชิ้นส่วนศพกลับบ้านเกิด	News	Link	16,100	706	4.39
7 วันอันตราย อุบัติเหตุ 3,338 ครั้ง เสียชีวิต 386 คน ยี่ตรมมากกว่า 7 พันคัน	News	Link	19,286	841	4.36
“เมสซี” โดนแฟนบอล บาร์เซโลน่าตะโกนด่า หวิดบานปลาย	News	Link	26,434	1,114	4.21
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานเงิน 2.4 พันล้าน แก่โรงพยาบาล 27 แห่ง	News	Link	37,556	1,549	4.12
แห่แชร์ภาพประทับใจ “ช่างแสนรู้” ช่วยลากต้นไม้หักโค่น ขวางถนน	News	Link	46,393	1,879	4.05
ชาว จ.แพร่ นำตุ๊กตาคิดดีทำพิธีแห่นางแมวขอฝน	News	Link	13,983	566	4.05
กรมอุตุนิยมวิทยาเตือนเตรียมรับมือฝนตกหนักทั่วทุกภาค ก่อนเข้าสู่ฤดูฝน	Benefit	Link	26,830	1,062	3.96

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
เดือนสุดสัปดาห์นี้พายุฤดูร้อนพัดถล่มหลายจังหวัด	Benefit	Link	36,606	1,428	3.90
อธิบดีกรมอนามัยเตือนกินทุเรียน 4 กก. ใน 3 ชั่วโมง เสี่ยงช็อกหมดสติ	Benefit	Link	42,916	1,658	3.86
สลิงขาด เหล็กเส้นหนัก 22 ตัน หล่นจากรถบรรทุก เคราะห์ดีไม่เกิดอุบัติเหตุซ้ำซ้อน	News	Link	54,062	2,043	3.78
ฉาวอีก นทท.อินเดียแจ้งจับสาวผมยาว ปลดสร้อยคอ ขณะโอบกอด	News	Link	11,548	416	3.60
มอบตัวแล้ว มือมืดแทงกลางห้าง จ.เพชรบุรี อ้างป้องกันตัว ปัดเป็นกิ๊กเมียผู้ตาย	News	Link	31,192	1,096	3.51
ไต้หวันที่แผ่นดินไหวขนาด 6.1 เขย่าถนนแยก-อาคารบ้านเรือน เสียหายเจ็บ 17 คน	News	Link	13,729	482	3.51
สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีพระราชโองการ สถาปนา “พลเอกหญิงสุทิดา” เป็น “สมเด็จพระราชินีสุทิดา”	News	Link	23,422	814	3.48
เดือนพายุฤดูร้อนพัดถล่มประเทศไทยตอนบน 15-16 เม.ย.นี้	News	Link	11,147	378	3.39

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
อุทาหรณ์ จะเหยียบเบรกผลอเหยียบคันเร่งซ้ำพุ่งชนร้านข้างทาง	News	Link	29,353	987	3.36
แจ้งปิดการจราจร 40 เส้นทางเพื่อซักซ้อมงานพระราชพิธีบรมราชาภิเษก	Benefit	Link	11,587	389	3.36
รวบยกแก๊งปล้นรถกระบะในโรงพยาบาล อ่างเปี้ยวหนีเลยยึดรถไปแทน	News	Link	39,359	1,286	3.27
สงกรานต์เลือดด้วยรุ่นสาดกระสุนแทนน้ำ บาดเจ็บ 4 คน	News	Link	8,409	267	3.18
แห่เปิดแอร์ดับร้อน กฟผ.เผยยอดใช้ไฟฟ้าพุ่งทำลายสถิติทะลุ 2.9 หมื่นเมกะวัตต์	News	Link	8,167	250	3.06
ชายอายุ 33 ปี คลุ้มคลั่งถือมีดอุ้มลูกอายุ 4 ขวบ นั่งข้างถนน	News	Link	30,658	919	3.00
ไต้หวันที่แผ่นดินไหวขนาด 6.1 เขย่าถนนแยก-อาคารบ้านเรือนเสียหายเจ็บ 17 คน	News	Link	8,303	247	2.97
ด.ช. อายุ 13 ปี ซึ่จยย.หันไปมองเพื่อน รถเกิดข้ามเลนชนแก๊ง ได้รับบาดเจ็บ	News	Link	37,692	1,120	2.97

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
โจรสลัดขโมยจักรยานคู่ใจของผู้เฒ่านักรบ	News	Link	9,339	270	2.89
ไฟไหม้หญ้า ลามเข้าอูร์มถนนเผาจอดรถ 4 คัน	News	Link	27,042	776	2.87
โจรย่องขโมยทรัพย์สินผู้ป่วยที่นอนหลับในห้องพักฟื้นโรงพยาบาล จ.ยโสธร	News	Link	37,396	1,056	2.82
นักท่องเที่ยวตื่นเต้นเจอวาฬตัวใหญ่โผล่ขึ้นข้างเรือ กลางทะเลอันดามัน	News	Link	10,810	304	2.81
ไฟป่าดอยหลวงลูกกลมหนัก อาสาสมัครสกัดควันสลบหวัดโดนอย่างสด	News	Link	10,311	286	2.77
เจ้าหน้าที่รอยตัวช่วยเต่าติดอวนกลางทะเล	News	Link	32,073	865	2.70
ประชาชนหอบเสบียงกลับสถานีขนส่งหมอชิตแน่น มีรถบริการเพียงพอ	News	Link	7,195	185	2.57
งดงามพร้อมเพรียงซ้อมขบวนพระบรมราชาอิสริยยศในพื้นที่จริงครั้งแรก	News	Link	5,582	143	2.56

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
3 วันแรก 7 วัน อันตรายเสียชีวิตแล้ว 174 คน บาดเจ็บ 1,728 คน	News	Link	10,806	274	2.54
ไฟป่าลามไหม้แพลตฟอร์มตรวจ สก.น้ำเพียงดิน วอดทิ้งหลัง	News	Link	25,878	640	2.47
จ.สุโขทัย แล้งจัดชาวบ้านแห่แมวกการฟีลด์ขอฝน	News	Link	26,062	641	2.46
พ่อค้าขนมลอดช่องถูกขโมยปิ่นเข้าบ้านกลางดึกกวาดทรัพย์ไปเกือบ 2 แสนบาท	News	Link	30,019	726	2.42
ชื่นชม ตร.ทางหลวงด่านช่างบริการห้องพักฟรี นทท.แวะพักกลางทาง	News	Link	7,444	165	2.22
ไฟป่าดอยจระเข้ อ.แม่จัน จ.เชียงราย ปะทุหนัก ไกลหมู่บ้านเผ่าละวั้ง 24 ชม	News	Link	9,910	218	2.20
ชายอายุ 48 ปี เดินถึง อ.ปรางบุรี มุ่งหน้าเข้าร่วม พระราชพิธีบรมราชาภิเษก	News	Link	16,272	354	2.18
จัดเมนูหวานเย็นและผลไม้แช่แข็งคลายร้อนให้สัตว์นานาชาติ	News	Link	10,895	234	2.15
จัดมหรสพสมโภช 7 วัน พระราชพิธีบรมราชาภิเษก 22-28 พ.ค.นี้	News	Link	16,467	353	2.14

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
กกด. ประกาศรับรอง 149 สส. บัญชีรายชื่อ	News	Link	18,419	394	2.14
อ.เจษฎา เตือนวางโทรศัพท์มือถือในรถจอดตากแดด อาจเกิดระเบิดได้	Benefit	Link	13,007	267	2.05
ระดับไฟนับแสนดวงหน้าวังไกลกังวล เอลิมพระเกียรติ พระราชพิธีบรมราชาภิเษก	News	Link	25,759	464	1.80
ตำรวจมอบเกียรติบัตรพลเมืองดี จับพริษฐ์โจรลัก จยย.-ไอโฟน	News	Link	30,468	533	1.75

จากผลการคำนวณหาค่า Engagement Rate สูงกว่า 5.77% พบว่า มีจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอด้วยเทคนิคลิงค์ ที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ย 29 โพสต์ จากลิงค์ทั้งหมด 89 โพสต์ โดยผู้วิจัยยังพบอีกว่า เทคนิคการนำเสนอในรูปแบบลิงค์เป็นเนื้อหาประเภทข่าวทั้งหมด โดย 3 อันดับแรก ได้แก่

- (1) แม่ค้าก๋วยเตี๋ยวสุดงซึ่งหนึ่งหมูมาเจียว ออกมาเหมือนยางมะตอย (14.33%)
- (2) สามีสาว 17 ปี ที่ถูกพ่อข่มขืนเผยแพร่รายดั่งท้องได้ 4 เดือน ไม่แน่ใจว่าเด็กเป็นลูกใคร (13.49%)
- (3) ญาติชายขับกระบะขึ้นมอเตอร์เวย์ที่กำลังก่อสร้างเตรียมเรียกค่าเสียหายกับผู้รับเหมาทำถนน (12.60%)

แสดงให้เห็นว่า ผลการวิจัยเทคนิคการนำเสนอในรูปแบบลิงค์สอดคล้องกับการ  
เนื้อหาประเภทข่าวที่ได้รับค่า Engagement Rate สูงสุดเช่นกัน

3) เทคนิคการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบรูปภาพ (Photo) มีจำนวน 21 โพสต์  
จากจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ โดยมี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่เพียง 2 โพสต์ สรุปดัง  
ตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9: แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของ  
เนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปภาพที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ย  
เรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวน การเข้าถึง	การมี ส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ของการมี ส่วนร่วม
วันคล้ายวันประสูติพระเจ้าหลาน เธอ	News	Picture	32,270	3,383	10.48
วันพีชมงคล	News	Picture	51,011	3,724	7.30
พระบรมราชาภิเษก	News	Picture	16,863	919	5.45
รายการเข้านี้ที่หมอชิต ร่วมกับการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัด กิจกรรม “เข้านี้เที่ยวเมืองรอง”	Activities	Picture	96,216	4,994	5.19
ผลสลากกินแบ่งรัฐบาล 16 เม.ย. 62	Benefit	Picture	18,293	860	4.70
ผลการเสด็จในพระราชพิธีจรด พระนังคัลแรกนาขวัญ ประจำปี 2562	Benefit	Picture	35,705	1,673	4.69
ผลสลากกินแบ่งรัฐบาล 2 พ.ค. 62	Benefit	Picture	52,569	2,411	4.59
ทำดีต้องชื่นชม! อาจารย์หมอโรค หัวใจ มช.ชายเสียียดทำเอง หาทุน แก้ปัญหาฝุ่นควันพิษภาคเหนือ	News	Picture	18,689	842	4.51

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): แสดงผลยอด จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วมและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบรูปภาพที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงกว่าค่าเฉลี่ยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม จากสูงไปหาต่ำ

เนื้อหา	ประเภท	เทคนิค	จำนวนการเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม
ประกาศรายชื่อผู้โชคดีในกิจกรรม	Activities	Picture	15,141	625	4.13
น้ำมันขึ้นราคา! พรุ้งนี้ (27 เม.ย.) ตี 5 จ้าา	Benefit	Picture	14,645	537	3.67
เต็มถ้วน! พรุ้งนี้ (24 เม.ย.) ตี 5 น้ำมันขึ้นราคาทุกชนิดจ้า	Benefit	Picture	10,960	399	3.64
พรุ้งนี้ (19 เม.ย.) ตี 5 น้ำมันขึ้น ราคาทุกชนิด	Benefit	Picture	9,938	309	3.11
รายการเข้าพื้นที่หมอชิต ร่วมกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	Activities	Picture	46,088	1,333	2.89
พระบรมราชาภิเษก	News	Picture	30,244	819	2.71
คำขวัญจังหวัดยโสธร	Activities	Picture	12,940	322	2.49
พรุ้งนี้ (30 เม.ย.) น้ำมันลดราคา ทุกชนิด	Benefit	Picture	9,926	240	2.42
ข่าวดี! พรุ้งนี้ (10 พ.ค.) ตี 5 น้ำมัน ลดราคาทุกชนิด	Benefit	Picture	25,543	526	2.06
1 พฤษภาคม	News	Picture	9,307	188	2.02
ริบมาร่วมสนุกกับกิจกรรมเข้านี้ เที่ยวเมืองรองกับเข้ม หัสวีร์ นะครั้บ	Activities	Picture	12,750	239	1.87
พระบรมราชโองการ	News	Picture	27,300	474	1.74
ประเพณีบุญบั้งไฟ	Activities	Picture	16,444	278	1.69

จากผลการคำนวณหาค่า Engagement Rate สูงกว่า 5.77% พบว่า มีจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอด้วยเทคนิครูปภาพ ที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2 โพสต์ จากรูปภาพทั้งหมด 21 โพสต์ โดยผู้วิจัยยังพบอีกว่า เทคนิคการนำเสนอในรูปแบบรูปภาพเป็นเนื้อหาประเภทข่าวทั้งหมด ได้แก่

- (1) วันคล้ายวันประสูติพระเจ้าหลานเธอ (10.48%)
- (2) วันพีชมงคล (7.30)





## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต” เป็นการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยนำข้อมูลของเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต มาวิเคราะห์ลักษณะของเนื้อหาที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม ซึ่งประกอบด้วย Like, Comment, Share โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือนระหว่างวันที่ 15 เมษายน–15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 มีจำนวนทั้งสิ้น 402 โพสต์ ลงในตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) จากนั้นจึงคำนวณเพื่อวิเคราะห์ลักษณะของเนื้อหาและทำการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เพื่อยืนยันผลของการมีส่วนร่วมในเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอบทสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต พบว่า สามารถแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ด้าน คือ

1) ประเภทของเนื้อหา แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ เนื้อหาประเภทข่าว (News) จำนวน 351 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 87.31 เนื้อหาประเภทคำคม (Quote) จำนวน 23 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 5.72 เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content) จำนวน 15 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 3.73 และเนื้อหาประเภทกิจกรรม (Activities) มีจำนวน 13 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 3.23

2) เทคนิคการนำเสนอข้อมูล แบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ เทคนิควิดีโอ (Video) จำนวน 292 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 72.64 เทคนิคลิงค์ (Links) มีจำนวน 89 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 22.14 และเทคนิครูปภาพ (Photo) มีจำนวน 21 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 5.22

3) การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต จากจำนวนโพสต์ 402 โพสต์ ผู้วิจัยพบว่า มีโพสต์รวมทั้งสิ้น 170 โพสต์ ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมมากกว่าค่าเฉลี่ย Engagement Rate ซึ่งก็คือ 5.77 หรือเป็นร้อยละ 42.28 โดยแยกเป็นประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูล ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1: แสดงผลสรุปการวิจัยด้านประเภทเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูล ต่อการมีส่วนร่วม โดยเรียงลำดับจากสูงไปต่ำ

ประเภทของเนื้อหา	จำนวนโพสต์	จำนวนโพสต์ที่มีเปอร์เซ็นต์มากกว่าค่าเฉลี่ย 5.77	คิดเป็นร้อยละ
ข่าว (News)	351	162	46.15
คำคม (Quote)	23	4	17.39
ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content)	15	0	0
กิจกรรม (Activities)	13	4	30.76
เทคนิคการนำเสนอ	จำนวนโพสต์	จำนวนโพสต์ที่มีเปอร์เซ็นต์มากกว่าค่าเฉลี่ย 5.77	คิดเป็นร้อยละ
วิดีโอ (Video)	292	139	47.60
ลิงค์ (Links)	89	29	32.58
รูปภาพ (Photo)	21	2	9.52

จากตารางที่ 5.1 สามารถสรุปผลการวิจัยต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊ก แพลตฟอร์มที่หมอซิด โดยแยกเป็นประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูล ได้ดังนี้

#### 5.1.1 สรุปผลการวิจัยประเภทของเนื้อหา

จากการศึกษาประเภทของเนื้อหาต่อการมีส่วนร่วมในเฟซบุ๊กแพลตฟอร์มที่หมอซิด พบว่า

5.1.1.1 เนื้อหาประเภทข่าว (News) ที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่จำนวน 162 โพสต์ จาก 351 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 46.15 ซึ่งเป็นประเภทที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงสุด โดยเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่

- 1) คนไทยทะเลาะกันเอง ชักมีตปาดคอเสียชีวิตที่มาเลเซีย (30.30%)
- 2) จับหนุ่ม อายุ 23 ปี ย่องกรีดเป้ากางเกงข่มขืน นทท.สาวอังกฤษเผาไม่ได้สติบนเกาะพีพี (16.72%)

3) เทียบถ้าเลสเทโกดอน ย้อนรอยโลกดึกดำบรรพ์ ลอดถ้าเลยาวที่สุดใน  
เมืองไทย จ.สตูล (15.76%)

5.1.1.2 เนื้อหาประเภทกิจกรรม (Activities) ที่มี Engagement Rate สูงกว่า  
ค่าเฉลี่ยอยู่จำนวน 4 โปสต์ จาก 13 โปสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 30.76 ซึ่งเป็นประเภทที่มีเปอร์เซ็นต์  
การมีส่วนร่วมรองลงมาเป็นอันดับที่สอง โดยเนื้อหาประเภทข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมมากที่สุด  
3 อันดับแรก ได้แก่

1) เข้มหัวสรีร์พาผู้โชคดีทั้ง 10 ท่าน ร่วมขบวนแห่บั้งไฟสวยงามที่จังหวัด  
ยโสธร (11.8%)

2) ฉันทน์-ยุ้ยพาเที่ยวชุมชนบ้านแหลม จ.สุพรรณบุรี (8.97%)

3) เข้านี้เที่ยวเมืองรองฉันทน์-ยุ้ยพาเที่ยวชุมชนบ้านแหลม จ.สุพรรณบุรี  
(7.59%)

5.1.1.3 เนื้อหาประเภทคำคม (Quote) ที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่  
จำนวน 4 โปสต์ จาก 23 โปสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 17.39 ซึ่งเป็นประเภทที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วม  
รองลงมาเป็นอันดับที่สาม โดยเนื้อหาประเภทคำคมที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมมากที่สุด 3 อันดับ  
แรก ได้แก่

1) คมธรรมประจำวัน ตอนบริโภคสื่อสังคมออนไลน์อย่างสายกลาง (7.07%)

2) คมธรรมประจำวัน ตอนอยู่กับลมหายใจไม่ใช่อยู่กับความฟุ้งซ่าน (6.82%)

3) คมธรรมประจำวัน ตอนคนที่คู่ควรกับธรรมชาติ (6.47%)

5.1.1.4 เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content)  
เป็นเนื้อหาประเภทเดียวที่ไม่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ย จากจำนวนทั้งหมด 15 โปสต์  
จึงทำให้เปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมของเนื้อหาประเภทนี้เท่ากับ 0

5.1.2 สรุปผลการวิจัยเทคนิคการนำเสนอข้อมูล

จากการศึกษาเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมในเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอบิต  
พบว่า

5.1.2.1 เทคนิควิดีโอ (Video) ที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่จำนวน  
139 โปสต์ จาก 292 โปสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 47.60 ซึ่งเป็นเทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่มีเปอร์เซ็นต์  
การมีส่วนร่วมสูงที่สุด โดยเทคนิคการนำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมมากที่สุด  
3 อันดับแรก ได้แก่

1) คนไทยทะเลาะกันเอง ชักมีดปาดคอเสียชีวิตที่มาเลเซีย (30.30%)

2) จับหนุ่ม อายุ 23 ปี ย่องกรีดเป้ากางเกงข่มขืน นทท.สาวอังกฤษเมา  
ไม่ได้สติบนเกาะพีพี (16.72%)

3) เทียวถ้าเลสเทโกตอน ย้อนรอยโลกดึกดำบรรพ์ ลอดถ้าเลยาวที่สุดในเมืองไทย จ.สตูล (15.76%)

5.1.2.2 เทคนิคลิงค์ (Links) ที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่จำนวน 29 โพสต์ จาก 89 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 32.58 ซึ่งเป็นเทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมรองลงมาเป็นอันดับที่สอง โดยเทคนิคการนำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่

1) แม่ค้ำก้วยเตี่ยวสุดงซ้อหนังสือมาเจียว ออกมาเหมือนอย่างมะตอย (14.33%)

2) สามีสาว 17 ปี ที่ถูกพ่อข่มขืนเผยแพร่รายดั่งท้องได้ 4 เดือน ไม่แน่ใจว่าเด็กเป็นลูกใคร (13.49%)

3) ญาติชายขับกระบะขึ้นมอเตอร์เวย์ที่กำลังก่อสร้างเตรียมเรียกค่าเสียหายกับผู้รับเหมาทำถนน (12.60%)

5.1.2.3 เทคนิครูปภาพ (Photo) ที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยอยู่จำนวน 2 โพสต์ จาก 21 โพสต์ หรือคิดเป็นร้อยละ 9.52 ซึ่งเป็นเทคนิคการนำเสนอที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมรองลงมาเป็นอันดับที่สาม โดยเทคนิคการนำเสนอผ่านรูปแบบรูปภาพที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมมากที่สุดมีเพียง 2 อันดับ ได้แก่

1) วันคล้ายวันประสูติพระเจ้าหลานเธอ (10.48%)

2) วันพีชมงคล (7.30)

### 5.1.3 สรุปผลการวิจัยการมีส่วนร่วม

เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากประเภทของเนื้อหา และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมพบว่า “เนื้อหาประเภทข่าว (News)” มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงสุด โดย 3 อันดับแรก ได้แก่

1) คนไทยทะเลาะกันเอง ชักมีดปาดคอเสียชีวิตที่มาเลเซีย (30.30%)

2) จับหนุ่ม อายุ 23 ปี ย่องกรีดเป้ากางเกงข่มขืน นทท.สาวอังกฤษมาได้สติบนเกาะพีพี (16.72%)

3) เทียวถ้าเลสเทโกตอน ย้อนรอยโลกดึกดำบรรพ์ ลอดถ้าเลยาวที่สุดในเมืองไทย จ.สตูล (15.76%)

ซึ่งหากพิจารณาในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงสุดอันดับที่ 1 เป็นเหตุการณ์ที่คนไทยไปก่อเหตุทะเลาะวิวาทกันเอง ที่ประเทศมาเลเซีย โดยสาเหตุเพราะไม่พอใจที่ถูกห้ามไม่ให้สูบบุหรี่ในร้านอาหาร โดยมีวัยรุ่นชายอายุ 19 ปี ชักมีดปาดคอรุ่นพี่อายุ 24 ปีเสียชีวิต นอกจากนี้ ในคลิปดังกล่าว ผู้ประกาศข่าวยังได้บอกข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า ผู้เสียชีวิตเพิ่งเรียนจบระดับปริญญาตรีเมื่อไม่กี่เดือนที่ผ่านมา และเตรียมจะรับปริญญาปลายปีนี้ แต่ก็มีมาจบชีวิตเสียก่อน ซึ่งจัดว่า

ข่าวประเภทนี้อยู่ในหมวดหมู่ “ข่าวอาชญากรรม” เช่นเดียวกับเนื้อหาข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2 เป็นเหตุการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ เข้าแจ้งความว่าถูกข่มขืนในร้านอาหารริมชายหาดบนเกาะพีพีโดยผู้ต้องหาได้ใช้มีดกรีดที่เป่ากางเกงยีนจนขาด ในขณะที่นักท่องเที่ยวคนดังกล่าวกำลังเมาไม่ได้สติ แต่ผู้ต้องหาปฏิเสธ อ้างว่ายังไม่ได้ข่มขืน โดยสาเหตุที่ทำให้ไปเพราะที่ผ่านมามีเคยได้เสียกับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเมาเช่นนี้มาหลายครั้งแล้ว ซึ่งนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ ก็เต็มใจไม่คิดว่านักท่องเที่ยวสาวรายนี้จะเอาเรื่อง ก็จัดอยู่ในหมวดหมู่ “ข่าวอาชญากรรม”

โดยเมื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของผู้ติดตามที่ให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ที่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับเนื้อหาประเภทข่าวมากที่สุด โดยเฉพาะข่าวอาชญากรรม ทั่วโลก กดแชร์ เพราะข่าวในลักษณะนี้ทำให้เกิดความระมัดระวังตัวเอง เป็นอุทาหรณ์ที่สามารถนำมาเป็นแบบอย่างสอนลูกหลานได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด Content Marketing หรือการตลาดเชิงเนื้อหาที่ให้ความสำคัญกับคอนเทนต์ที่สร้างคุณค่ากับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ติดตามแฟนเพจ นั่นหมายถึงเนื้อหาที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จริง นอกจากนี้ยังสามารถสร้างการกระตุ้นให้เกิด Interaction ได้ เนื่องจากทั้งสองโพสต์มีคนเข้าไปแสดงความคิดเห็นประณามผู้ต้องหาเป็นจำนวนมาก

ขณะที่เนื้อหาข่าวที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงที่สุดอันดับที่ 3 เป็นข่าวในหมวดหมู่ “สีสันการท่องเที่ยว” แม้ว่าหากพิจารณาจำนวนข่าวที่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ย จะพบว่าข่าวในลักษณะนี้อยู่เพียงไม่ถึง 20 ข่าว เมื่อเทียบกับข่าวอาชญากรรมแล้วมีจำนวนมากว่าถึงร้อยละ 80 โดยเมื่อพิจารณาตามหลักแนวคิด Content Marketing หรือการตลาดเชิงเนื้อหาแล้ว ถือเป็นเนื้อหาเป็นเอกลักษณ์ เพราะมีความเป็นต้นฉบับในรูปแบบของตนเอง เนื่องจากเป็นคลิปวิดีโอที่ผลิตเองไม่ได้นำมาจากแหล่งข่าวอื่น ก็ถือว่าเนื้อหาข่าวในหมวดหมู่ “สีสันการท่องเที่ยว” ก็สามารถสร้างการมีส่วนร่วมต่อผู้ติดตามได้เช่นกัน

ส่วน “เนื้อหาประเภทกิจกรรม (Activities)” มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมรองลงมาเป็นอันดับที่สอง โดย 3 อันดับแรก ได้แก่

- 1) เข้มหัวสรวีร์พาผู้โชคดีทั้ง 10 ท่าน ร่วมขบวนแห่บั้งไฟสวยงามที่จังหวัดยโสธร (11.8%)
- 2) ธันน์-ยุ้ยพาเที่ยวชุมชนบ้านแหลม จ.สุพรรณบุรี (8.97%)
- 3) เซ้านี้เที่ยวเมืองรองธันน์-ยุ้ยพาเที่ยวชุมชนบ้านแหลม จ.สุพรรณบุรี (7.59%)

หากพิจารณาในรายละเอียดของกิจกรรมแล้ว ทั้ง 3 กิจกรรม เป็นเนื้อหาที่มีการนำดารานักแสดงช่อง 7HD มาช่วยดึงดูดให้ผู้ติดตามเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรม ซึ่งเป็นการตลาดแบบอาศัยคนดัง หรือที่เรียกว่า Celebrity Marketing โดยเนื้อหาดังกล่าวยังมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรรัฐที่มาสับสนุน ดังนั้นกิจกรรมที่จัดขึ้นจึงถูกกำหนดมาอย่างชัดเจนในการไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลในการประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดเมืองรองเป็นที่พูดถึงมากขึ้น เมื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับคำสัมภาษณ์

ทางโทรศัพท์กับผู้ติดตาม จึงพบว่า แบ่งเป็นคนที่สนใจเข้าร่วม และคนที่ไม่สนใจเข้าร่วม โดยคนที่สนใจและเคยมีส่วนร่วม มาจากปัจจัยความเกี่ยวข้อง (Relevance) ตามข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ติดตามท่านหนึ่งที่เป็นแฟนคลับกับดารารุ่นที่ชวนเข้าร่วมกิจกรรมมาก่อน แล้วเห็นรายละเอียดของโครงการมาจากแฟนเพจส่วนตัวของดาราคงดังกล่าว จากนั้นจึงกดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอบิตในภายหลัง แสดงให้เห็นว่าการตลาดแบบอาศัยคนดัง สามารถสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่หรือเป็นการเปิดตลาดใหม่ให้กับเฟซบุ๊กแฟนเพจได้

ในขณะที่มีผู้ให้สัมภาษณ์ถึง 3 ใน 5 คน ที่ไม่เคยมีส่วนร่วมกับเนื้อหาประเภทนี้ โดยทุกคนบอกว่ากิจกรรมมีความน่าสนใจ แต่ยังไม่กระตุ้นให้อยากให้เข้าร่วมได้ และยังมี 2 คน ที่บอกว่าสาเหตุที่ไม่เข้าร่วมกิจกรรม เพราะไม่ได้ชื่นชอบหรือเป็นแฟนคลับดารารุ่นที่พาไปเที่ยว หากจะไปท่องเที่ยวชอบที่จะไปกับคนในครอบครัวหรือคนใกล้ชิดตัวมากกว่า รวมทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นได้ถูกกำหนดไว้แล้ว ซึ่งบางกิจกรรมไม่ตรงกับความต้องการของตัวเอง ดังนั้นแนวทางการพัฒนาเนื้อหาประเภทกิจกรรมในอนาคต ต้องคำนึงถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ติดตาม โดยการสร้างชุมชนสังคมออนไลน์แห่งการมีส่วนร่วม ด้วยการตั้งคำถามในโพสต์ ๆ หนึ่ง เพื่อให้ผู้ติดตามได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือกำหนดกิจกรรมร่วมกันกับทางแฟนเพจ และหากพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายของผู้ที่ติดตามแฟนเพจแล้ว ทุกคนให้สัมภาษณ์ว่าชื่นชอบและเป็นแฟนข่าวของรายการมาก่อน แทนที่จะใช้ดารานักแสดงแต่ลองเปลี่ยนมาเป็นการท่องเที่ยวไปกับผู้ประกาศข่าวที่มีชื่อเสียง ก็อาจจะเพิ่มการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามเพจที่นิยมรับชมข่าวได้มากขึ้น

สำหรับ เนื้อหาประเภทคำคม (Quote) มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมรองลงมาเป็นอันดับที่สาม โดย 3 อันดับแรก ได้แก่

- 1) คมธรรมประจำวัน ตอนบริโภครสอร่อยอย่างสบายใจ (7.07%)
- 2) คมธรรมประจำวัน ตอนอยู่กับลมหายใจไม่ให้อยู่กับความฟุ้งซ่าน (6.82%)
- 3) คมธรรมประจำวัน ตอนคนที่คู่ควรกับธรรมชาติ (6.47%)

เนื้อหาประเภทคำคม เป็นเนื้อหาที่อยู่ในช่วงคมธรรมประจำวันโดยพระมหาวิฑูริย์ วชิรเมธี โดยเนื้อหาในลักษณะนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหา หรือที่เรียกว่า Text Quote Content เป็นการนำเสนอคอนเทนต์ในรูปแบบของคำคม เพื่อสร้างคุณค่าและให้ข้อคิดแก่เนื้อหาสาร ซึ่งมักเป็นคอนเทนต์ที่เข้าใจง่ายและสร้างกำลังใจที่ดีในการดำเนินชีวิตโดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของเนื้อหาในตอนบริโภครสอร่อยอย่างสบายใจ ซึ่งมีค่า Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุด พบว่า เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์โดยตรง ในคลิปวิดีโอดังกล่าวมีการนำกลอนมาประกอบซึ่งให้ความหมายที่เข้าใจง่าย โดยมีข้อความว่า “สายซอด้วงนั้นก็มักขาด แต่หย่อนยานก็อาจไม่เป็นเสียง ถ้าไม่หย่อนไม่ถึงก็ฟังเพียง เป็นสำเนียงตามทำนองที่ต้องการ” สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่บอกว่าคำคมของท่าน ว.วชิรเมธี เข้าใจง่าย ชอบกดเข้าไปชมและคลิกไลค์

แต่ไม่แสดงความคิดเห็นหรือแชร์ เช่นเดียวกับเนื้อหาอีก 2 ตอน ที่มีกลอนมาประกอบด้วย โดยหนึ่งในผู้ติดตาม ที่ให้สัมภาษณ์ได้แสดงความเห็นว่า สาเหตุที่กดไลค์แต่ไม่แชร์ เพราะภาพประกอบเนื้อหาดูไม่น่าสนใจ ไม่ค่อยทันสมัยด้วยเหตุนี้เอง หากจะเพิ่มจำนวนการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาประเภทคำคมให้ยิ่งขึ้น นอกจากการพัฒนาการนำเสนอภาพให้น่าสนใจ มีความทันสมัยยิ่งขึ้นแล้ว การพัฒนาเนื้อหาโดยการต่อยอดจากเนื้อหาประเภทข่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ติดตามแฟนเพจให้ความสนใจมีส่วนร่วมมากที่สุด แล้วเพิ่มคุณค่าด้วยการให้แง่คิดกับผู้ชมเพิ่มขึ้นด้วยคำคมของท่าน ว.วชิรเมธี ประกอบกับข่าวที่กำลังเป็นที่พูดถึง เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมทั้งในแง่การแสดงความคิดเห็น และการแชร์จากสิ่งที่สังคมกำลังให้ความสนใจนั่นเอง

สุดท้ายคือ “เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content)” ที่ผลวิจัยพบว่า เปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมของเนื้อหาประเภทนี้เท่ากับ 0 ไม่มีเนื้อหาประเภทนี้ที่มีค่า Engagement Rate ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยเลยแม้แต่โพสต์เดียว ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่า การนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในแฟนเพจไม่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามได้เลย โดยหากพิจารณาในรายละเอียดของเนื้อหาประเภทนี้ เช่น เดือนระวังอันตรายจากพายุฤดูร้อนอีก 1 วัน, น้ำป่าหลากอุทยานแห่งชาติรามคำแหงเดือนชาวบ้านเตรียมรับมือ, น้ำป่าหลากอุทยานแห่งชาติรามคำแหงเดือนชาวบ้านเตรียมรับมือ, อธิบดีกรมอนามัยเตือนกินทุเรียน 4 กก. ใน 3 ชั่วโมง เสี่ยงช็อกหมดสติ, เดิมด่วน! พรุ้งนี้ (24 เม.ย.) ตี 5 น้ำมันขึ้นราคาทุกชนิดจ๊าา เป็นต้น โดยผู้วิจัยพบว่า ในตารางบันทึกข้อมูลลงรหัส เนื้อหาประเภทนี้มีค่า Reach ที่สูงกว่าเนื้อหาประเภทคำคมซึ่งมีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมเป็นอันดับที่สาม แต่ปรากฏว่ามีการกดไลค์ คอมเมนต์ และแชร์เนื้อหาต่ำมากหากเปรียบเทียบกับเนื้อหาประเภทอื่น โดยเมื่อนำความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ของผู้ติดตามทั้ง 5 คน ก็บอกเหมือนเคยเห็นและกดเข้าไปดู แต่ไม่เคยคอมเมนต์หรือแชร์เลยสักครั้ง โดยหนึ่งในผู้ให้สัมภาษณ์บอกว่า เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ในแฟนเพจมีจำนวนน้อยมาก ควรเพิ่มเนื้อหาประเภทนี้ให้มากขึ้น เป็นข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง โดยหากพิจารณาไปถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเหล่านี้ที่หมอบิต ก็จะพบว่าผู้ติดตามทุกคนซึ่งเป็นผู้ให้สัมภาษณ์มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดทุกคน บ่งบอกถึงลักษณะประชากรที่คล้ายคลึงกับผู้ที่ เป็นกลุ่มเป้าหมายของช่อง 7 เดิม แต่มาติดตามในแพลตฟอร์มใหม่จากสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก การพัฒนาเนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตามแนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหา ซึ่งเป็น Content Strategy ซึ่งประกอบด้วย สิ่งที่แฟนเพจอยากจะพูด และต้องคำนึงถึงสิ่งที่ผู้ติดตามอยากจะฟัง หรือเรียกว่า Audience Interests โดยผู้ติดตามที่ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้ความเห็นว่า ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่อยากให้มี คือ เนื้อหาที่สร้างกำลังใจ สร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต เป็นสิ่งที่สร้างประโยชน์ในด้านความรู้สึกให้มีพลังสู้ต่อได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเดิมของแฟนข่าวและช่อง 7 ก็เป็นกลุ่มชาวบ้าน กลุ่มคนทำมาหากิน ที่ต้องดิ้นรนทำงานหาเลี้ยงชีพ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

นั่นหมายความว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการต่อสู้ชีวิต แนวทางทำกินเพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นก็น่าจะเป็นประโยชน์กับผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต จนทำให้เกิดการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาประเภทนี้ได้มากขึ้น

สำหรับเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมพบว่า “เทคนิควิดีโอ (Video)” มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงที่สุด โดย 3 อันดับแรก ก็เป็นเนื้อหาประเภทข่าวเช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่า เทคนิคการนำเสนอข้อมูลทั้งลิงค์ และรูปภาพที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงที่สุดก็ล้วนเป็นเนื้อหาประเภทข่าวโดยเทคนิคการนำเสนอข้อมูลแบบวิดีโอ เมื่อพิจารณาตามหลักแนวคิด Content Marketing หรือการตลาดเชิงเนื้อหาแล้ว พบว่า Video Content มีทั้งภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียงไปพร้อมกัน ทำให้สามารถเข้าถึงอารมณ์ได้เร็วกว่ารูปภาพ และไม่ต้องใช้ความพยายามในการทำ ความเข้าใจหรือเวลาในการอ่านเหมือนกับเนื้อหาที่มีตัวหนังสือจำนวนมาก ดังเช่นเนื้อหาประเภทข่าวทั้ง 3 อันดับ ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมสูงที่สุด สามารถทำให้ผู้ติดตามเข้าใจเรื่องราวได้ว่าใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ และอย่างไร ในระยะเวลาการรับชมคลิปวิดีโอเพียงไม่กี่นาที แต่ทั้งนี้วิดีโอ นั้น ๆ ต้องส่งผลต่อความรู้สึก เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีประโยชน์ต่อผู้ติดตามด้วย จึงจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมด้วยการกดไลค์ คอมเมนต์ หรือแชร์เป็นสาธารณะ มากกว่าเทคนิคอื่น

ส่วน “เทคนิคลิงค์ (Links)” เป็นเทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมรองลงมาเป็นอันดับที่สอง โดยเทคนิคการนำเสนอผ่านรูปแบบลิงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมมากที่สุด 3 อันดับแรก โดย 3 อันดับแรก ก็เป็นเนื้อหาประเภทข่าวเช่นกัน ตรงกับเทคนิควิดีโอและยังเป็นการยืนยันว่า เนื้อหาประเภทข่าวเป็นเนื้อหาที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตได้มากที่สุด

สุดท้ายคือ “เทคนิครูปภาพ (Photo)” เป็นเทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่มีเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมเป็นอันดับสุดท้าย และยังพบว่าเทคนิคนี้เพียง 2 โปสต์ เท่านั้นที่มีค่า Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ย โดยทั้ง 2 โปสต์ เป็นเนื้อหาประเภทข่าวซึ่งผลมีความสอดคล้องกับการศึกษาประเภทของเนื้อหาต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต” จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์งานวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาเนื้อหาต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิต 2) เพื่อศึกษาเทคนิคการนำเสนอสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้



จากผลการวิจัยการมีส่วนร่วมในครั้งนี้นี้จึงสรุปได้ว่า ผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตมี ส่วนร่วมต่อ “เนื้อหาประเภทข่าว” สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.15 ของจำนวนโพสต์การมีส่วนร่วมที่สูงกว่า Engagement Rate ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ทั้ง 5 คน ที่กตโลค์ คอมเมนต์ และแชร์ เนื้อหาข่าวมากที่สุด เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่มีประโยชน์สำหรับการรับชม ช่วยเตือนภัยให้กับตนเอง สามารถสร้างคุณค่ากับกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ติดตามแฟนเพจได้ อันดับที่สอง คือ “เนื้อหาประเภท กิจกรรม (Activities)” คิดเป็นร้อยละ 30.76 ของจำนวนโพสต์ การมีส่วนร่วมที่สูงกว่า Engagement Rate, อันดับสาม คือ “เนื้อหาประเภทคำคม (Quote)” คิดเป็นร้อยละ 17.39 ของจำนวนโพสต์การมีส่วนร่วมที่สูงกว่า Engagement Rate และ “เนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content)” เป็นเนื้อหาประเภทเดียวที่ไม่มี Engagement Rate สูงกว่าค่าเฉลี่ยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hermida และคณะ (2012) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การกดถูกใจเนื้อหา (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการแบ่งปันข้อมูลเป็นสาธารณะ (Share) โดยพบว่า เฟซบุ๊กได้กลายเป็นแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จำนวนมาก ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์กว่าร้อยละ 71 กล่าวว่า การที่ได้รับข่าวสารและการรับชมข่าว ถือเป็นหนึ่งในเหตุผลหลักที่พวกเขาเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก และยังสอดคล้องกับ ญัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2557) ได้กล่าวถึงแนวทางการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า (Valuable Content) กับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ติดตามแฟนเพจ เนื้อหาต้องมีประโยชน์ คือ ธรรมชาติของมนุษย์มักคิดว่าสิ่งใดมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นได้สร้างประโยชน์แก่ตนได้

ส่วนเทคนิคที่นำเสนอด้วย “เทคนิควิดีโอ” เป็นเทคนิคการนำเสนอข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตสูงที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 47.60 ของจำนวนโพสต์ การมีส่วนร่วมที่สูงกว่า Engagement Rate, อันดับสอง คือ “เทคนิคลิงค์ (Links)” คิดเป็นร้อยละ 32.58 ของจำนวนโพสต์ การมีส่วนร่วมที่สูงกว่า Engagement Rate และอันดับที่ 3 คือ “เทคนิครูปภาพ (Photo)” คิดเป็นร้อยละ 9.52 ของจำนวนโพสต์ การมีส่วนร่วมที่สูงกว่า Engagement Rate จากผลการวิจัยถึงประเภทเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ เนื้อหาประเภทข่าว (News) ส่วนผลการวิจัยถึงเทคนิคการนำเสนอข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้านี้ที่หมอชิตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ รูปแบบวิดีโอ (Video) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ “7 ประเภทของการทำการตลาดเชิงเนื้อหา” (2560) ที่ได้กล่าวไว้ใน 7 ประเภทของการทำการตลาดเชิงเนื้อหาที่สามารถช่วยสร้าง Engagement บนเฟซบุ๊ก คือ Video Content เนื่องจากสามารถเล่าเรื่องได้หลายอย่าง หลากรูปแบบ เพราะเห็นทั้งภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียงไปพร้อมกัน ทำให้สามารถเข้าถึงอารมณ์ได้เร็วกว่ารูปแบบธรรมดา แต่การทำวิดีโอคอนเทนต์ให้ประสบความสำเร็จนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และสร้างคุณค่าทางความรู้สึกที่ทำให้คนอยากแชร์ต่อได้

### 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

จากการค้นพบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประเภทของเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเหล่านี้ที่หมอบิตควรเลือกเนื้อหาประเภทข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคม ผ่านการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอซึ่งเป็นเทคนิคที่สร้าง Engagement ได้สูงสุดจากผลการเก็บรวบรวมข้อมูลหนึ่งในกลยุทธ์ที่น่าสนใจคือควรมีหลักในการสร้าง Valuable Content เชื่อมโยงเนื้อหาเข้ากับกลุ่มเป้าหมาย โดยการต่อยอดจากเนื้อหาข่าวที่ได้รับความสนใจจากสังคมในขณะนั้นเพื่อสร้างคุณค่าและความหมายในมิติด้านความรู้สึกร่วมกันมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การถอดบทเรียนจากข่าวอาชญากรรมของวัยรุ่น, ร้อยเรียงเหตุการณ์แห่งความประทับใจในพระราชพิธีบรมราชาภิเษกที่ตราตรึงใจคนไทย, ความพยายามของชาวบ้านในการสร้างชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น ทั้งนี้ต้องให้ความสำคัญในการสร้างสรรค์ Content ที่มีประโยชน์โดยไม่จำกัดอยู่ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง สามารถสร้างการจดจำที่ยาวนาน รวมไปถึงการพัฒนาเนื้อหาประเภทข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตามแนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหา เป็น Content Strategy ซึ่งประกอบด้วย สิ่งที่แฟนเพจอยากจะพูด และต้องคำนึงถึงสิ่งที่ผู้ติดตามอยากจะได้ ฟัง หรือเรียกว่า Audience Interests ในลักษณะเนื้อหาที่สร้างกำลังใจในการทำมาหากินหากินหรือการต่อสู้ชีวิต เป็นหนึ่งแนวทางในการสร้างการมีส่วนร่วมต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจเพิ่มขึ้นได้

### 5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะเฟซบุ๊กแฟนเพจของเหล่านี้ที่หมอบิตเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Facebook Fanpage ของคู่แข่ง เพื่อวิเคราะห์ข้อดีข้อด้อย และค้นหาความแตกต่างเพิ่มเติม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างความผูกพันกับผู้ติดตามให้มากขึ้น

5.4.2 เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโพสต์ที่นำเสนอในเฟซบุ๊กแฟนเพจตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน-15 พฤษภาคม 2562 เป็นระยะเวลา 1 เดือน ซึ่งเป็นการศึกษาในระยะเวลาเพียงหนึ่งเดือนเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยในอนาคตจึงควรเพิ่มระยะเวลาในการศึกษา เพื่อให้ครอบคลุมและมีผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- จรรยา ขจรกิตตินที. (2560). *กระบวนการการผลิตสื่up่าวของทีมข่าวเฉพาะกิจ สำนักข่าวไทยรัฐออนไลน์*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เข้านี้ที่หมอชิต. (2562). *Facebook fanpage*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/MorningNewsTV7/>.
- ณรงค์ยศ มหิทธิวานิชชา. (2561). *ค่าเฉลี่ย Facebook post engagement rate กลางปี 2018*. สืบค้นจาก <https://www.twfdigital.com/blog/2018/09/average-fb-engagement-rate-thai-pages-mid2018/>.
- ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2557). *หลัก 5 ข้อง่าย ๆ ของ Valuable content*. สืบค้นจาก <http://www.nuttaputch.com/5-criteria-of-valuable-content/>.
- ดรุณี หิรัญรักษ์. (2542). *การสื่อสารมวลชนโลก*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรารักษ์ โปธิสุวรรณ. (2542). *เทคนิคการสื่อข่าวและการเขียนข่าววิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นฤมล ปิ่นโต. (2557). *การผลิตรายการข่าวโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปนัดดา เข็นเขาวนิช. (2556). *การสื่อสารของผู้มีอิทธิพลด้านความงามทางสื่อออนไลน์ และการเปิดรับข้อมูล ทักษะคิด และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปั้นแบรินต์ด้วย *Content Marketing*. (2557). สืบค้นจาก <http://positioningmag.com/57768>.
- ปานมุก บุญญพิเชษฐ. (2554). *การออกแบบสารในการประชาสัมพันธ์การตลาดผ่านเฟซบุ๊ก แพนเพจของกลุ่มเครื่องสำอางตราสินค้าหรรุ*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยฉัตร พรหมมา. (2556). *การเปิดรับข่าวสาร ความผูกพัน และการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนม วรรณศิริ. (2544). *การสื่อข่าวและการเขียนข่าว*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- พิศิษฐ์ ขวลาธวัช. (2543). *การรายงานข่าวชั้นสูง (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: ดับเบิ้ลนายน์.
- พลอยไพลิน ทองอ่อน. (2558). *การวิเคราะห์เนื้อหาสารประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจของร้านเคนท์กัฟรายด์ซิกเคน ประเทศไทย (KFC)*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ภาณุ ลิ้มมานนท์. (2550). *กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ Customer relationship management*. กรุงเทพฯ: ภาริณาส.
- ภาวูธ พงษ์วิทย์ภานู. (2551). *บันทึกความสำเร็จธุรกิจดอทคอม e-Commerce success case study: มุมมองการตลาดและกรณีศึกษาอีคอมเมิร์ซไทย*. กรุงเทพฯ: ตลาดดอทคอม. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์. (2548). *การก้าวขึ้นสูงและการบรรณาธิกร* [เอกสารการสอนชุดวิชา]. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์. (2558). *การสร้างสรรครายการโทรทัศน์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์. (2554). *I Marketing 10.0 10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- วิเลิศ ภูริวัชร. (2553, 14 กุมภาพันธ์). Customer engagement ในวาเลนไทน์. *กรุงเทพธุรกิจ*, หน้า 6.
- ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2553). CRM-CEM รากฐานสำคัญสู่ Customer engagement. *BrandAge Essential*, 4, 72-81.
- ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี. (2561). *เจาะ Insight ชาวเน็ต ทำคอนเทนต์ยังไงให้ได้ Like-Share-Comment*. สืบค้นจาก <https://www.smethailandclub.com/marketing-3528-id.html>.
- สรธัญ สุมานิตย์, ธนพล นวลนางแย้ม และธัญญาลักษณ์ บุญมาตุ่น. (2560). *Facebook analytic สำหรับ Digital marketing*. สืบค้นจาก <https://businessanalyticsnida.wordpress.com/2017/04/16/facebook-analytics-สำหรับ-digital-marketing/>.
- สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ. (2561). *หลักและเทคนิคงานข่าว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อรรถชัย วรจรัสรังสี และพนม คลีฉายา. (2556). *ประเภทเนื้อหาการตลาดบนเฟสบุคแฟนเพจและความตั้งใจของผู้บริโภค*. สืบค้นจาก <http://www.jprad.commarts.chula.ac.th/index.php/jprad/article/view/79>.
- 7 *ประเภทของการทำการตลาดเชิงเนื้อหาที่สามารถช่วยสร้าง Engagement บน Facebook*. (2560). สืบค้นจาก <http://stepstraining.co/social/content-marketing-boost-Facebook-engagement>.
- 10 *ข้อชี้แนะทีวีดิจิทัล vs ทีวีออนไลน์*. (2561). สืบค้นจาก <https://www.tvdigitalwatch.com/tvdgt-vs-tvonline-nov-2561>.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

- BrandAge. (2561). *เปิดกลวิธีสร้าง Engagement อย่างไรให้โดน*. สืบค้นจาก <http://www.brandage.com/article/5509/how-to-Engagement>.
- Brand Buffet. (2560 ก). *กลเม็ดเคล็ดลับวิธีเพิ่ม Engagement ขึ้นพื้นฐาน ในช่องทางออนไลน์ที่หลายคนอาจมองข้าม*. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/04/6-ways-improve-customer-engagement/>.
- Brand Buffet. (2560 ข). *10 เรื่องต้องรู้ Contentology ศาสตร์ปั้น ‘คอนเทนต์’ ให้โดนใจในยุคดิจิทัล*. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/07/ipg-contentology-creative-media/>.
- Brand Buffet. (2561). *สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ไทย” เสพติดเน็ตมากสุดในโลก “กรุงเทพ” เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด*. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>.
- Calero, A. (2013). *Likes vs. comments vs. shares*. Retrieved from <http://www.antonioalero.com/2013/05/06/facebook-likes-comments-shares>.
- Cho, M., Schweickart, T., & Haase, A. (2014). Public engagement with nonprofit organizations on Facebook. *Public Relations Review*, 40(3), 565–567.
- Copeland, M. T. (1923). Relation of consumer’s buying habits to marketing methods. *Harvard Business Review*, 1(4), 282-289.
- Evan, D. (2008). *Social media marketing: An hour a day*. NJ: John Wiley & Sons.
- ETDA. (2562). *กลยุทธ์สร้างยอดขายรายทะเลร้าน ด้วยการตลาดออนไลน์ (ตอนที่ 2)*. สืบค้นจาก [https://www.etda.or.th/content/content-marketing.html?fbclid=IwAR3BM4nUQ11Ddwmoak7QtclKVyieJ3\\_p9z\\_JQPT2U8za9uBh0CMsBZVlIjw](https://www.etda.or.th/content/content-marketing.html?fbclid=IwAR3BM4nUQ11Ddwmoak7QtclKVyieJ3_p9z_JQPT2U8za9uBh0CMsBZVlIjw).
- Farhi, P. (2009). The Twitter explosion. *American Journalism Review*, 31(3), 26–31.
- Fisher, B. C., & Chicher, C. V. (2008). *Connective branding: Building brand equity in a demanding world*. West Sussex, UK: John Wiley & Sons.
- Fiske, J. (1989). Moments of television: Neither the text nor the audience. In E. Seiter, H. Borchers, G. Kreutzner & E.-M. Warth (Eds.), *Remote control: Television audiences and cultural power* (pp. 56-78). London: Routledge.
- Gamble, P. R., Stone, M., & Woodcock, N. (1999). *Up close & personal*. London: Kogan Page.
- Guest, L. P. (1964). Brand loyalty revisited: A twenty year report. *Journal of Applied Psychology*, 48, 93-99.

- Ha, L., & James, E. L. (1998). Interactivity Re-examined: A baseline analysis of early business websites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42(4), 457-74.
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D., & Logan, D. (2012). Share, like, recommend: Decoding the social media news consumer. *Journalism Studies*, 13, 815-824.
- Hinton, S., & Hjorth, L. (2013). *Understanding social media*. Los Angeles: Sage.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). User of world, unite! the challenges and opportunities on social media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Katz, J. M., Doty, C. A., & Murphy, E. (2009). *Case study: The UK's channel 4 decodes customer engagement: How to measure engagement to drive business results*. Cambridge, UK: Forrester Research.
- Kim, C., & Yang, S. (2017). Like, comment, and share on Facebook: How each behavior differs from the other. *Public Relations Review*, 43(2), 441-449.
- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C., & Holton, A. E. (2012). Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13(1), 19-36.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New media: A critical introduction*. London: Routledge.
- Livingstone, S. (2005). *Critical debates in internet studies: Reflections on an emerging field*. London: LSE Research.
- Marketing Oops. (2560). 5 ทางในการสร้าง Content ที่ทรงประสิทธิภาพ. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/5-way-of-effective-content-creation/>.
- Marketingsusu. (2561). วิธีทำการตลาดด้วยเนื้อหา. สืบค้นจาก <https://marketingsusu.com/content-marketing>.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114-133.
- McEwen, W. J. (2005). *Married to the brand: Why consumers bond with some brand for life*. NY: Gallup Press.

- Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13–46.
- O'Brien, H. L. (2010). The influence of hedonic and utilitarian motivations on user engagement: The case of online shopping experiences. *Interacting with Computers*, 22(5), 344-352.
- Olmstead, K., Mitchell, A., & Rosenstiel, T. (2011). Navigating news online: Here people go, how they get there and what lures them away. *Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism*. Retrieved from [http://www.journalism.org/analysis\\_report/navigating\\_news\\_online](http://www.journalism.org/analysis_report/navigating_news_online).
- PeopleMetrics, Inc. (2008). *Enhancing the customer experience and engagement in retail*. Retrieved from <http://info.peoplemetrics.com/hs-fs/hub/221727/file-2339617306-pdf/PDFs/CE-Study-Retail.pdf>.
- Pew Research Center. (2010). *Global publics embrace social networking*. Retrieved from <http://pewglobal.org/files/2010/12/Pew-Global-Attitudes-Technology-Report-FINAL-December-15-2010.pdf>.
- Piolat, A., Olive, T., & Kellogg, R. T. (2005). Cognitive effort during note taking. *Applied Cognitive Psychology*, 19(3), 291–312.
- Piskorski, M. (2014). *Does your business need a new strategy*. Retrieved from <http://www.slideshare.net/mpiskorski/imd-biennial-2014-piskorski>.
- Purcell, K., Rainee, L., Mitchell, A., Rosenstiel, T., & Olmstead, K. (2010). *Understanding the participatory news consumer*. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Online-News.aspx>.
- Sashi, C. M. (2012). Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media. *Management Decision*, 50(2), 253-272.
- Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., & Quandt, T., et al. (2011). *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers*. New York: Wiley-Blackwell.
- Social Enable. (2561). 4 ขั้นตอน การทำ Content Marketing และตัวอย่างเข้าใจง่าย. สืบค้นจาก <https://socialenable.com/2018/4-steps-in-creating-content-marketing-for-beginner/>.

- Sundram, D. S., & Webster, C. (1999). The role of brand familiarity on the impact of word-of-mouth communication on brand evaluations. *Advance in Consumer Research*, 26, 664-670.
- Tuten, L. T., & Solomon, M. R. (2013). *Social media marketing*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Van Dijck, J. (2013). You have one identity: Performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media Culture & Society*, 35(2), 199–215.
- Wartime, K., & Fenwich, I. (2008). *Digital marketing: The essential guide to new media & digital marketing*. Singapore: John Wiley & Sons.





**ประวัติผู้เขียน**

<b>ชื่อ-นามสกุล</b>	วาเนสสา สัมคสรุติ
<b>อีเมล</b>	iamnoinae@gmail.com
<b>ประวัติการศึกษา</b>	ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสตรีวิทยา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
<b>ประสบการณ์ทำงาน</b>	ปี 2559-ปัจจุบัน ผู้สื่อข่าวรายการเช้านี้ที่หมอลอซิต ช่อง 7HD ปี 2558-2559 พิธีกรรายการโทรทัศน์ ช่องโปรททีวี ปี 2554-2559 พิธีกรรายการโทรทัศน์ ช่อง Media Channel และ วีเจ ช่อง POP TV

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 14 เดือน กันยายน พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) วราณิสสา สัมผัสศรี อยู่บ้านเลขที่ 36/330  
ขอ โอนเอกสารฉบับลิขสิทธิ์ 2 เล่มรวมมิตร ตำบล/แขวง ท่ามะลิ  
อำเภอ/เขต ท่ามะลิ จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 10310

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 4610301579

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ศึกษาเนื้อหา และ เทคนิค การให้เสนอ ข้อมูลต่อการมีส่วนร่วมของ  
ผู้ติดตาม เพื่อบูกร่วมพิจารณา การเพิ่มกิจกรรม

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ วราภรณ์ งาม 50 ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(นางสาววราภรณ์ งาม )

ลงชื่อ อภิญญา ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ สุชาดา พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ ปฐมา สตะเวทิน พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ปฐมา สตะเวทิน)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร