

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูวิดีโอเนื้อหาแนวพจนานุกรมและการเอาชีวิตรอด
ช่อง Jocho Sippawat บนแพลตฟอร์ม Youtube



ปาล์ม ส้ม ฝิวอ่อน

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูวิดีโอเนื้อหาแนวผจญภัยและการเอาชีวิตรอด

ช่อง JoCho Sippawat บนแพลตฟอร์ม Youtube

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2566



นายปณัสม์ ผิวอ่อน

ผู้วิจัย

Winai W

รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัดน์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Voluia Pramuan

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ธีรพงษ์ ปิณจีเสกกุล

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน และเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ทุกท่านที่กรุณาวิพากษ์งานวิจัย ให้ความรู้และข้อเสนอแนะ ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณโม ที่คอยให้คำปรึกษา หรืออยู่ช่วยในเวลาที่มีปัญหาต่อการดำเนินการในกระบวนการต่างๆ

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยเป็นกำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา จนทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ปานัสม์ ผิวอ่อน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูวิดีโอเนื้อหาแนวผจญภัยและการเอาชีวิตรอดช่อง JoCho Sippawat บน
แพลตฟอร์ม Youtube

ปานัสม์ ผิวอ่อน 6450161

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจิเสกิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูวิดีโอเนื้อหาแนว
ผจญภัยและการเอาชีวิตรอดช่อง JoCho Sippawat บนแพลตฟอร์ม Youtube รวมไปถึงสัดส่วน
ประเภทของเนื้อหาที่มีการรับชมมากที่สุด

ผลวิจัยพบว่า ผู้ชมที่เข้ามารับชมส่วนหนึ่งเกิดจากมิตรภาพระหว่างผู้รับชมกับผู้ดำเนิน
รายการที่มีความรู้สึกถึงมิตรภาพระหว่างกัน ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ชอบอะไร
เหมือนกัน เหมือนเป็นคนที่ยู้งกันคนหนึ่งในชีวิต จึงส่งผมให้เกิดการรับชมของช่อง นอกจากนี้
เนื้อหาของวิดีโอทำให้ผู้รับชมนั้นรู้สึกถึงสิ่งที่ตนเองนั้นอย่างทำ แต่ไม่มีโอกาสได้ทำหรือยังไม่มี
โอกาสที่จะได้ทำ และเนื้อหายังทำให้ผู้รับชมมีความสุขกับการได้นึกย้อนไปถึงตัวเองในอดีต นึกถึง
วิถีชีวิตที่ตนเองเคยได้ใช้มา นึงถึงตัวเองตอนที่ยังมีความสุข ช่วงเวลาดีๆ สิ่งเหล่านี้ที่ผู้ชมไม่มี
โอกาสที่จะได้ทำในปัจจุบัน หรือหาโอกาสทำได้ยากขึ้น จึงทำให้การรับชมเป็นอีกช่องทางหนึ่ง
ที่สามารถทำให้พวกเขามีความสุขได้

คำสำคัญ : การเอาชีวิตรอด/มิตรภาพ/ผจญภัย

51 หน้า

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและปัญหาการวิจัย	1
1.2 คำถามในการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 นิยามศัพท์พิเศษ	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย	10
2.3 แนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchy Of Need)	11
2.4 แนวคิดทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรัก (Triangle Of love)	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	16
3.1 วิธีการดำเนินวิจัย	16
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	17
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	17
3.3.1 แหล่งข้อมูลที่รวบรวมเพื่อการศึกษา	17
3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	20
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	22

สารบัญต่อ (ต่อ)

	หน้า
3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา	22
3.5.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล	24
3.6 ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูลและแผนสำรอง	24
บทที่ 4 ผลการวิจัย และการอภิปรายผล	26
4.1 กระบวนการเก็บข้อมูลและความท้าทาย	26
4.2 แผนภาพข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล	28
4.3 แนวคิดหลักที่ได้จากการวิจัย	35
บทที่ 5 สรุปผลวิจัย และข้อเสนอแนะ	43
5.1 สรุปแนวคิดที่ได้จากการวิจัย	44
5.1.1 ช่อง JoCho Sippawat ขับเคลื่อนด้วยมิตรภาพ ระหว่างผู้ดำเนิน รายการ และผู้ชม	44
5.1.2 เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ผู้คนกำลังเฝ้าหา	46
5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	47
5.3 ข้อจำกัดการทำวิจัย	48
5.4 ข้อเสนอแนะ	48
บรรณานุกรม	49
ประวัติผู้เขียน	51

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	ตารางเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของเนื้อหาจากกิจกรรม	20
3.2	ตารางเก็บข้อมูลข้อความแสดงความคิดเห็น	21
4.1	ตารางแสดงวิดีโอและสัปดาห์ของเนื้อหาจากวิดีโอที่มีจำนวนยอดผู้รับชมมากที่สุด 10 อันดับแรก	31



สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
1.1 ภาพตัวอย่างวิดีโอช่อง JoCho Sippawat	3
2.1 แสดงข้อมูลสัดส่วนการเติบโตของผู้ใช้งานในประเทศไทยปี 2022	7
2.2 แสดงข้อมูลสัดส่วนเหตุการณ์ใช้อินเทอร์เน็ตของชาวไทย	8
2.3 แสดงสัดส่วนข้อมูลของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เข้าเว็บไซต์ผ่านช่องทางต่างๆ	8
2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงผจญภัย	10
2.5 ภาพที่ระมัดทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ	12
2.6 ภาพทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรัก	15
3.1 ภาพตัวอย่างวิดีโอขอดนิยมนโดยการจัดเรียงตามขอดผู้รับของของช่อง	18
3.2 ภาพแสดงจำนวนวิดีโอ ผู้รับชม ขอดเฉลี่ยการดูต่อ 1 วิดีโอ	18
3.3 แสดงตัวอย่าง Top Comment ที่มีจำนวนคนกดไลค์มากที่สุด	19
4.1 แผนภาพแสดงสัดส่วนเพศจากข้อความแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	28
4.2 แผนภาพแสดงสัดส่วนของเนื้อหาจากวิดีโอตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	29
4.3 ภาพตัวอย่างโล่รางวัล Top Trending Video 2021	32
4.4 ตัวอย่างรูปภาพโจโจเป็นแขกรับเชิญในรายการ	33
4.5 ภาพตัวอย่างภาพข้อความที่มีการแสดงความคิดเห็นจากผู้ปกครอง	34
4.6 ภาพแนวคิดหลักที่ได้จากผลการวิจัย	35
4.7 ภาพตัวอย่างข้อความแสดงความคิดเห็นประกอบแนวคิดที่ 1	36
4.8 ภาพตัวอย่างคลิปการถามตอบของ JoCho Sippwat	37
4.9 ตัวอย่างภาพการตอบข้อความผู้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นของ JoCho Sippwat	37
4.10 ภาพทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรัก	38
4.11 ภาพตัวอย่างการตอบข้อความแสดงความคิดเห็นประกอบแนวคิดที่ 2	40
4.12 ภาพตัวอย่างข้อความแสดงความคิดเห็นประกอบแนวคิดที่ 2	40

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและปัญหาการวิจัย

ในปัจจุบันที่พฤติกรรมการรับชมรายการทีวีของผู้คนทั่วโลกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ติดตามข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง หนังสือ ละครผ่านโทรทัศน์ หรือตามช่องทางฟรีทีวีต่างๆ หันมาดูช่องทางสตีมมิ่งมากขึ้นอย่าง สิ่งนี้ ไม่เคิล จิตติวาณิชย์ ผู้จัดการด้านธุรกิจ ของ Google Thailand กล่าวว่า Google ได้ร่วมมือกับ TNS ทำการสำรวจลักษณะพฤติกรรมการใช้งานบนแพลตฟอร์ม (Platform) Youtube ของคนไทย ซึ่งพบว่าคนไทย 62% ของคนที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย นั้น ใช้เวลาในการอยู่ในโลกออนไลน์กับแพลตฟอร์ม Youtube (กรณีการ์ สมาจาร ,2546) โดยแบ่งได้ดังนี้

- คนไทย 83% ลงความเห็นว่ายoutube เป็นเว็บไซต์ที่ตนชื่นชอบ
- คนไทย 81% มองว่าถ้าเค้าจะเลือกดูวิดีโอจะนึกถึง Youtube เป็นที่แรก
- กว่า 61% ของผู้คนในไทยเลือกดู Youtube มากกว่าการดูโทรทัศน์

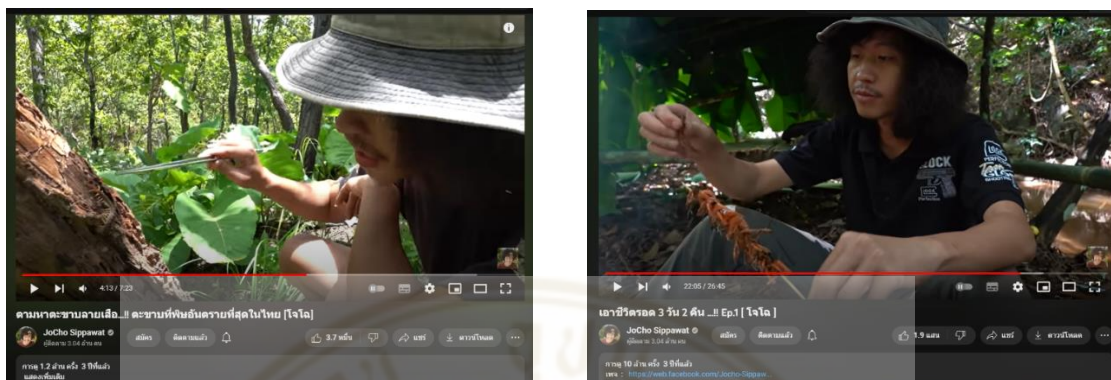
จากข้อมูลข้างต้นคงปฏิเสธไม่ได้ที่จะบอกว่าแพลตฟอร์ม Youtube นั้น มีแนวโน้มที่จะเป็นจุดหมายหลักในการรับชมเนื้อหาที่ต้องการของผู้บริโภค และเป็นตัวเลือกแรกๆที่ทุกคนจะนึกถึงในปัจจุบัน ซึ่งในแพลตฟอร์ม Youtube นั้น เต็มไปด้วยวิดีโอที่ถูกสร้างขึ้นจากเดิมที่ผู้คนนิยมฟังเพลง หรือดูมิวสิกวิดีโอ (Music VDO) เป็นหลัก แต่ในทุกวันนี้ ไม่ว่าจะเป็ช่องทางรายการโทรทัศน์ ที่หันมาผลิตเนื้อหาลงใน Youtube หรือดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง ต่างก็หันมาเพิ่มช่องทางในการสร้างวิดีโอเป็นของตนเอง และนอกจากนี้ Youtube ก็ยังเป็นช่องทางที่ทำให้ทุกคนสามารถทำเนื้อหาวิดีโอของตัวเองลงสู่แพลตฟอร์มได้ ซึ่งทำให้เกิดยูทูปเบอร์ (Youtuber) ขึ้นอย่างมากมายในปัจจุบัน ซึ่งในปัจจุบันนั้นทาง Youtube นั้น ได้เปิดเผยว่าในประเทศไทยนั้นมีจำนวนช่องที่ได้รับเป็น Youtube Gold Button มากกว่า 750 ช่องแล้ว ซึ่งช่องที่จะได้รับ Youtube Gold Button นั้นจะต้องเป็นช่องที่มีจำนวนผู้กดติดตามมากกว่า 1 ล้านผู้ติดตามขึ้นไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องที่จะบ่งบอกได้ว่า Youtube นั้นเป็นช่องทางที่มาแรงที่สุดช่องทางหนึ่งในปัจจุบัน และนับว่าเป็นช่องทางหลักสำหรับการรับชมเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งทำให้วิดีโอที่อยู่ใน แพลตฟอร์ม Youtube นั้นมีเนื้อที่หลากหลาย และมีความครอบคลุม ทั้งสาระความรู้ ความบันเทิง ภาพยนตร์ ซีรีส์ มิวสิกวิดีโอ

การรีวิวสินค้า หรือแม้กระทั่งการเปิดตัวสินค้า ซึ่งวิดีโอเหล่านี้ถูกถ่ายทอด และผลิตโดยผู้คนที่มิได้ตั้งระดับมืออาชีพไปจนถึงมือสมัครเล่น ซึ่งทุกคนก็ต่างช่วงชิงยอดผู้รับชมยอดผู้ติดตามช่อง เพราะยอดเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสำเร็จและทำให้มีรายได้ตามมานั่นเอง

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า Youtube เป็นช่องทางที่ทำให้คนธรรมดาคนหนึ่งได้มีโอกาสในการโชว์ฝีมือออกสู่วงกว้างให้ทุกคนได้เห็น แต่การที่เหล่า Creator จะเกิดขึ้นมาได้และมีชื่อเสียงนั้น ไม่ได้ง่ายอย่างที่ใครหลายคนคิด ทั้งเนื้อหา และเทคนิค การถ่ายทอด ภาพ เสียง การเล่าเรื่อง และปัจจัยอีกมากมายที่จะทำให้มีผู้รับชมและติดตามเพิ่มขึ้นมา และยิ่งไปกว่านั้น ถ้าเป็นคนที่ไม่ได้เป็นที่รู้จักมาก่อน หรือไม่ได้เป็นช่องที่มีชื่อเสียงแต่ทุนเดิมอยู่แล้ว การที่จะสร้างช่องขึ้นมาให้มีผู้ติดตามและผู้รับชมนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย

ซึ่งช่อง JoCho Sippawat เป็นอีกหนึ่งช่องที่เกิดขึ้นจากบุคคลธรรมดาที่มีความชื่นชอบกับการอยู่กับธรรมชาติ ชอบใช้ชีวิตอยู่ในป่า ชื่นชอบในสัตว์และแมลง ซึ่งมองดูเผินๆ แล้วก็ดูเหมือนจะไม่มีอะไรน่าสนใจ และธรรมดา ซึ่งคุณ โจโจ หรือ นาย ทรงธรรม ธิปวัฒน์ เป็นผู้ทำขึ้นมาเองทั้งหมดนั้น เป็นคนชาติพันธุ์ชาวม้ง อาศัยอยู่บนดอยมูเซอ จังหวัดตาก จบการศึกษาวิศกรรมไฟฟ้า จากมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ และได้เริ่มทำงานเป็นผู้รับจ้างเดินป่า นำท่องเที่ยวในป่า นำเดินป่า และนักสำรวจป่า หลังจากนั้นก็เริ่มอัปวิดีโอสั้นๆ ลง Facebook และ Youtube ให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ป่า สัตว์มีพิษ ซึ่งหลังจากนั้นก็เริ่มทำจริงจึงเพิ่มมากขึ้นมาเป็นช่อง JoCho Sippawat และทำวิดีโอออกมาเรื่อยๆ ด้วยความตั้งใจที่ว่า คุณ โจโจ ต้องการที่จะสื่อสารบอกผู้ที่รับชมให้เข้าใจถึงธรรมชาติ สัตว์ป่าชนิดต่างๆ และแมลงมีพิษ ให้คนเข้าใจและมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้มากขึ้น เพราะคนทั่วไปส่วนใหญ่แล้วเวลาพบเจอสัตว์ หรือแมลงมีพิษนั้น ก็มักจะตีหรือทำร้ายสัตว์เหล่านั้น ซึ่งในหลายต่อหลายครั้งผู้คนที่ไม่มีควมจำเป็นต้องใช้ความรุนแรงในการทุกตีหรือทำร้ายด้วยวิธีต่างๆ หรือบางชนิดก็ไม่ได้มีความอันตรายอย่างที่คนทั่วไปคิด เพียงแค่ต้องเข้าใจในธรรมชาติและพฤติกรรมของสัตว์เหล่านั้น ซึ่งหลังจากที่เริ่มทำช่องได้ประมาณ 4 เดือน ปรากฏว่ามียอดผู้กดติดตามเพียง 2 พันคน หลังจากนั้นคุณ โจโจ ได้ไปติดตามและช่วยงานกับกองถ่ายสารคดีช่องหนึ่ง จึงทำให้ได้ประสบการณ์ในการทำวิดีโอ การดำเนินรายการ การให้ความรู้ ประกอบกับในเวลานั้นก็ได้มีวิดีโอตัวหนึ่งของช่องที่เปลี่ยนหน้าประวัติศาสตร์ของช่องโจโจจนมาถึงปัจจุบันนั่นก็คือ วิดีโอชื่อ “ตามหาตะขาบลายเสือ... !! ตะขาบที่มีพิษอันตรายที่สุดในไทย” ซึ่งเป็นวิดีโอที่ทำให้ยอดการกดติดตามของช่องจาก 2 พันคน ใช้เวลาเพียง 3 วัน เพิ่มขึ้นเป็น 1 แสนคนและหลังจากนั้นก็ทำให้คุณ โจโจ เริ่มทำวิดีโอเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนมาถึงวิดีโอที่มาสสร้างแรงกระเพื่อมให้กับช่อง JoCho Sippawat ครั้งใหญ่อีกครั้งก็คือ วิดีโอ เอาชีวิตรอด 3 วัน 2 คืน Ep.1 ซึ่งหลังจากที่โพสต์ลงไปแล้ว วิดีโอนี้

ก็กลายเป็นวิดีโอที่ทำให้มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นถึง 2 แสนผู้กดติดตาม ในเวลาเพียง 1 สัปดาห์ และในปัจจุบันวิดีโอเอาชีวิตรอด 3 วัน 2 คืน Ep.1 มียอดจำนวนผู้ชมสูงถึง 10 ล้านยอดผู้รับชม



ภาพที่ 1.1 ภาพตัวอย่างวิดีโอช่อง JoCho Sippawat

ซึ่งตั้งแต่ก่อตั้งช่องจนถึงปัจจุบันนี้ช่อง JoCho Sippawat มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากถึง 3 ล้านยอดผู้กดติดตาม และยอดการรับชมเฉลี่ยทุกวิดีโออยู่ที่ 1 ล้านยอดผู้รับชม โดยวิดีโอที่มีจำนวนยอดผู้รับชมตั้งแต่ 1 ล้านยอดผู้รับชมขึ้นไปมีจำนวน 117 วิดีโอ จากวิดีโอที่ถูกโพสต์ลงบนแพลตฟอร์ม Youtube ของช่อง JoCho Sippawat ทั้งหมดจำนวน 343 วิดีโอ (ข้อมูล ณ วันที่ 31 พฤศจิกายน 2565) โดยเนื้อหาของช่องส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการใช้ชีวิตในป่า ให้ความรู้ในการดำเนินชีวิตในป่า หรือการให้ความรู้เล่นกับสัตว์มีพิษ เช่น ทำอาหารในป่า การหาอาหารด้วยตนเองในป่า การเล่นและให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์มีพิษ ด้วยเนื้อหาที่ดูเหมือนจะไม่มี ความซับซ้อนและการถ่ายทำที่ดูเหมือนจะธรรมดาทั่วไปที่เริ่มจากมีเพียงแค่ผู้ชายหนึ่งคนเป็นผู้ดำเนินรายการและช่างกล้องอีกหนึ่งคนเดินเข้าไปในป่าก็สามารถสร้างยอดผู้ติดตามได้มากมายและมีคนรู้จักเป็นวงกว้างในปัจจุบัน จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงสาเหตุที่จะเป็นเหตุผลของที่ผู้คนชื่นชอบและเข้ามาชมวิดีโอเป็นจำนวนมากว่า สิ่งที่ดูธรรมดาและเรียบง่ายเหล่านี้ทำไมถึงได้รับความชื่นชอบและติดตามจนทำให้เปลี่ยนชีวิตของคนๆหนึ่งไปในช่วงเวลาเพียงไม่กี่ปี

1.2 คำถามในการวิจัย

1.2.1 เนื้อหารูปแบบใดในช่องของ JoCho Sippawat ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

1.2.2 เบื้องหลังที่เป็นสาเหตุของการรับชมหรือเหตุผลใดที่ผู้รับชมและติดตาม ชื่นชอบในการรับชมช่อง JoCho Sippawat ที่มีเนื้อหาแนวผจญภัย เอาชีวิตรอด จนทำให้ผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และมียอดรับชมต่อวิดีโอเฉลี่ยอยู่ที่ 1 ล้านผู้รับชม

1.2.3 ความสัมพันธ์ของผู้ดำเนินรายการ ภาพลักษณ์ เรื่องราวส่วนตัว เนื้อหาของวิดีโอที่ถูกถ่ายทอดออกมา กับการติดตามและรับชมวิดีโอของผู้รับชมที่มีผลต่อการเลือกรับชม หรือชื่นชอบในช่อง JoCho Sippawat หรือไม่ และอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัย ดังนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาความชื่นชอบของผู้รับชม โดยแบ่งจากประเภทของเนื้อหาในแต่วิดีโอของช่อง JoCho Sippawat บนแพลตฟอร์ม Youtube

1.3.2 เพื่อศึกษาประเด็นหรือเหตุผลที่เป็นสาเหตุของการรับชมวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat บนแพลตฟอร์ม Youtube

1.4 ขอบเขตการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จากการสังเกตเนื้อหาของวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat ผ่านแพลตฟอร์มสตีมมิ่งวิดีโอ Youtube โดยแยกประเภทของข้อมูลได้ดังนี้

- การสังเกตเนื้อหาของวิดีโอโดยเลือกจากวิดีโอที่มียอดผู้รับชมตั้งแต่ 1 ล้านยอดผู้รับชม ขึ้นไป จำนวน 117 วิดีโอ มีความยาวของเนื้อหารวมทั้งหมด 2,814 นาที
- ข้อความของผู้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นในวิดีโอที่มียอดผู้รับชมตั้งแต่ 1 ล้านยอดผู้รับชมขึ้นไป จำนวน 117 วิดีโอ โดยเลือกจากข้อความที่มีจำนวนคนกดถูกใจมากที่สุดจำนวน 5 ข้อความ จะทำให้ได้ข้อความทั้งหมดจำนวน 585 ข้อความ เพื่อที่จะนำมา วิเคราะห์หาข้อสรุปต่อไป
- ข้อมูลจากรายการโทรทัศน์รายการ Super 100 อัจฉริยะเกินร้อย EP. 136 และตอนโจโจ เพื่อนรักสัตว์มีพิษ ซึ่กับตะขาบ แมลงป่อง แมงมุม หรือสื่อ Online อื่นๆ ที่ Jocho Sippawat ได้ไปออกหรือไปสัมภาษณ์ให้ข้อมูล

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 กลุ่มผู้สร้างสื่อ หรือผู้ประกอบการในวงการบันเทิง หรือ Content Creator ที่สามารถผลิตเนื้อหาที่จะตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น

1.5.2 นักการตลาดหรือ กลุ่มผู้ประกอบการ ที่สามารถเข้าใจกลุ่มผู้คน และนำข้อมูล insight ไปต่อยอดในการดำเนินธุรกิจของตนเองได้

1.5.3 กลุ่ม สมาคม หรือรัฐบาล สามารถนำข้อมูลมาปรับใช้เพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยว หรือการโปรโมท (Promote) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย หรือการเดินป่าในประเทศไทย ที่จะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจภายในประเทศได้มากขึ้น



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูล “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูวิดีโอเนื้อหาแนวผจญภัยและการเอาชีวิตรอดช่อง Jocho Sippawat บนแพลตฟอร์ม Youtube” ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์สำคัญเพื่อที่จะที่ใช้ในงานวิจัย รวมถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยโดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยมีลำดับการนำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

2.1 นิยามศัพท์พิเศษ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

2.3 แนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's hierarchy of need)

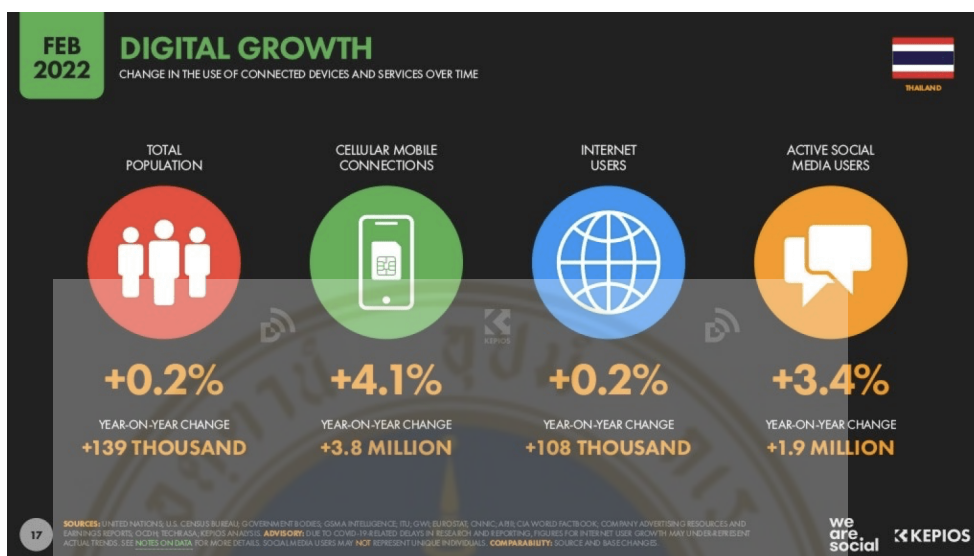
2.1. นิยามศัพท์พิเศษ

ยูทูป (Youtube)

ความหมายของ Youtube คือ (Alexa, 2006) เว็บไซต์สำหรับการแชร์วิดีโอ โดยได้ถูกสร้างขึ้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 2005 จากผู้ก่อตั้งสามท่านคือ สตีฟ เซน , ชัค เฮอร์เล และ ชาวิดคา ริม และหลังจากปี ค.ศ.2006 Google ได้เข้ามาซื้อและหลังจากนั้นเป็นต้นมา Youtube ก็อยู่ภายใต้การบริหารของ Google สำหรับบุคคลที่ต้องการใช้งาน Youtube นั้นสามารถสมัครสมาชิก และอัปโหลดคอนเทนต์ของตัวเองเข้าไปใน Youtube ได้ ไม่ว่าจะเป็น วิดีโอ หรือเพลงสู่แพลตฟอร์มของยูทูปได้ อิศราวุฒิ กิจเจริญ (2018) กล่าวว่า ยูทูป (Youtube) คือ เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่มาในรูปแบบวิดีโอ ซึ่งจะมีเนื้อหาที่หลากหลายเช่น โฆษณา มิวสิควิดีโอ รายการโทรทัศน์ ย้อนหลัง และคลิปวิดีโอจากบุคคลทั่วไปที่ต้องการนำเสนอลงสู่ ยูทูป (Youtube) และส่วนมากจะเป็นการถ่ายทำวิดีโอจากบุคคลทั่วไป อัปโหลดโดยการแบ่งประเภท

อุไรพร ชลศิริรุ่งสกุล (2555) กล่าวในหนังสือ Digital Commerce : Turn Buyers to Buyers : Turn Browsers to Buyers ว่า ยูทูป ถือเป็นแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก และยูทูปได้เปิดโอกาสในทุกคนสามารถทำช่องส่วนตัวได้ อีกทั้งยังสามารถทำให้บุคคลทั่วไปสามารถหารายได้จากการสร้างเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอที่ผลิต ทำให้เกิดเนื้อหาในรูปแบบใหม่ๆ ที่จะทำให้คนรุ่นใหม่เข้าถึงเพราะกลุ่มคนรุ่นใหม่มีมักจะใช้เวลาอยู่กับโซเชียลมีเดียเป็นประจำ และดูสื่อวิดีโอช่องทางออก

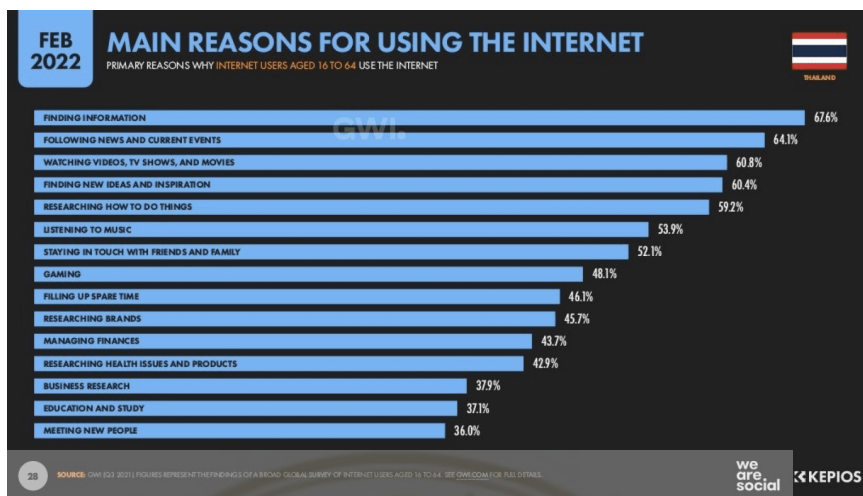
ไลน์มากกว่าสื่อรูปแบบเก่าทางทีวี จึงทำให้แพลตฟอร์มยูทูปกลายเป็น “The Third Wave of Media” ต่อจากทีวี เน็ตเวิร์ค และเคเบิลเน็ตเวิร์คในปัจจุบัน



รูปภาพที่ 2.1 แสดงข้อมูลสัดส่วนการเติบโตของผู้ใช้งานในประเทศไทยปี 2022

ที่มา <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight-thailand-digital-stat-2022>

เว็บไซต์ยูทูป(Youtube) นั้นได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับชมของผู้คนมากมาย จะเห็นได้ว่าการใช้ชีวิตในปัจจุบันที่ทุกอย่างเข้าสู่ยุคดิจิทัลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงสิ่งที่อยากรู้ สิ่งที่ต้องการเห็นได้ทันทีเพียงแค่ใช้โทรศัพท์มือถือก็สามารถค้นหาข้อมูลทุกอย่างได้ตามที่ต้องการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่นั้น เข้ามาทำให้วิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนจากในอดีตไปโดยสิ้นเชิง โดยจากสถิตินั้น จะเห็นได้ว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มที่ยังสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้จะไม่มากนักจากในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งปี 2022 มีการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งานเมื่อเทียบกับปีก่อนอยู่ที่ 0.2% แต่ที่น่าสนใจนั้นคืออัตราการเติบโตของผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียในไทยที่เพิ่มสูงถึง 3.4% หรือคิดเป็นจำนวนเกือบสองล้านคน



รูปภาพที่ 2.2 แสดงข้อมูลสัดส่วนเหตุผลการใช้อินเทอร์เน็ตของชาวไทยที่มา

<https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight-thailand-digital-stat-2022>

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าผู้คนจำนวนมากนั้นใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันที่แตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นการหาข้อมูลที่ต้องการ ติดตามข่าวสาร ฟังเพลง เล่นเกม รวมไปถึงการจัดการธุรกรรมส่วนตัว และก็มีจำนวนไม่น้อยที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมวิดีโอ คู่มือวีไอซ์ และหนังสือ ที่เป็นเหตุผลที่คนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น โดยอยู่ที่อันดับที่สามซึ่งคิดเป็นร้อยละสูงถึง 60.8%

FEB 2022 **TOP WEBSITE TRAFFIC DETAIL (SEMRUSH)**
SHARE OF WEBSITE TRAFFIC BY DEVICE, AND SHARE OF WEBSITE TRAFFIC REFERRED BY A SELECTION OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS IN NOVEMBER 2021

#	WEBSITE	SHARE OF TRAFFIC FROM MOBILES	SHARE OF TRAFFIC FROM COMPUTERS	TRAFFIC FROM FACEBOOK REFERRALS	TRAFFIC FROM YOUTUBE REFERRALS	TRAFFIC FROM INSTAGRAM REFERRALS	TRAFFIC FROM TWITTER REFERRALS	TRAFFIC FROM LINKEDIN REFERRALS	TRAFFIC FROM PINTEREST REFERRALS	TRAFFIC FROM REDDIT REFERRALS	TRAFFIC FROM VK REFERRALS
01	GOOGLE.COM	49.0%	51.0%	2.37%	1.32%	0.22%	0.32%	0.03%	0.05%	0.26%	0.03%
02	YOUTUBE.COM	7.9%	92.1%	2.52%	0.06%	0.04%	0.26%	<0.01%	<0.01%	0.02%	<0.01%
03	FACEBOOK.COM	46.8%	53.2%	<0.01%	0.18%	0.04%	0.07%	<0.01%	<0.01%	<0.01%	<0.01%
04	PANTIP.COM	64.3%	35.7%	0.51%	0.02%	0.01%	0.03%	-	<0.01%	<0.01%	-
05	GOOGLE.CO.TH	18.5%	81.5%	0.17%	0.13%	0.02%	<0.01%	<0.01%	<0.01%	<0.01%	<0.01%
06	SHOPEE.CO.TH	21.5%	78.5%	0.69%	0.09%	<0.01%	0.04%	-	<0.01%	<0.01%	-
07	SANOOK.COM	63.6%	36.5%	0.50%	0.02%	0.01%	0.04%	-	<0.01%	-	-
08	LAZADA.CO.TH	35.2%	64.8%	0.32%	0.08%	<0.01%	0.02%	-	<0.01%	<0.01%	-
09	THAIRATH.CO.TH	72.4%	27.6%	0.46%	0.02%	<0.01%	0.15%	<0.01%	<0.01%	<0.01%	<0.01%
10	WIKIPEDIA.ORG	39.9%	60.2%	0.03%	0.02%	<0.01%	<0.01%	<0.01%	<0.01%	<0.01%	-

we are social KEPIOS

รูปที่ 2.3 แสดงสัดส่วนข้อมูลของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เข้าเว็บไซต์ผ่านช่องทางต่างๆ

ที่มา <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight-thailand-digital-stat-2022>

การใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยนั้นยังเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ และจากข้อมูลผู้ใช้งานนั้นพบว่าการใช้งานการเข้าเว็บไซต์โดยใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ของคนไทยนั้นกว่า 92.1% เข้าเว็บ Youtube มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 และนั่นเป็นเหตุผลว่าทำไมยูทูปจึงมีความน่าสนใจของผู้คนมากมายในการเข้ามาสร้างสรรค์ผลงานส่วนตัว โดยการใช้ความรู้ความสามารถ ทักษะที่เชี่ยวชาญที่ตัวเองมีในการสร้างรายได้ให้กับตนเอง จนเกิด Youtuber ขึ้นมามากมายในปัจจุบัน

โดยนอกจากนั้นการดูหนัง ฟังเพลง หรือรับชมการรีวิวดังๆ ผ่านแพลตฟอร์มยูทูป (Youtube) แล้วนั้น ในยูทูปยังมีสิ่งที่สามารถเลือกรับชมได้มากมายเพราะยูทูปนั้นเป็นหนึ่งในช่องทางที่เปิดกว้างมากที่สุดช่องทางหนึ่ง ที่เปิดให้บุคคลธรรมดาทั่วไปได้แสดงศักยภาพ ทักษะความสามารถ โลกไฟสไตล์ ให้เลือกรับชม เราอาจเห็นได้จาก youtuber ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกวัน และคอนเทนต์ที่แปลกใหม่ ที่ได้รับความนิยมอย่างไม่น่าเชื่ออย่างคอนเทนต์การใช้ชีวิต การเอาตัวรอดในป่า หรือการผจญภัย ที่ได้รับความนิยมอยู่ไม่น้อย อย่างเช่น Bear Grylls ที่ถูกฉายผ่านทางช่อง Discovery โดยใช้ชื่อรายการ Man vs Wild ที่สามารถรับชมผ่านทาง Youtube ได้ โดยมีเนื้อหาการเอาชีวิตรอดในภูมิประเทศที่มีความยากลำบากแตกต่างกันออกไป จนกระทั่งในปี 2020 ทาง Bear Grylls ได้ทำโปรเจกต์(Project) ร่วมมากับทาง Netflix โดยใช้ชื่อว่า You Vs Wild ที่เพิ่มความสนุกด้วยการที่ผู้รับชมสามารถร่วมสนุกกับเนื้อเรื่องได้ด้วย และดูเหมือนว่าคอนเทนต์ เหล่านี้จะได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

ซึ่งช่องที่มีคอนเทนต์(Content) การใช้ชีวิตในป่าและการเอาชีวิตรอดในไทยอย่างช่อง Jocho Sippawat ของชาวม้ง จากจังหวัดตาก ที่ผู้ติดตามรู้จักกันในนาม “โจโจ” เป็นสิ่งที่คัดค้านคอนเทนต์ตามเส้นทางที่ตนเองมีความรู้ความสามารถและมีความสนใจ จนทำให้มียอดผู้ติดตามอยู่ที่เกือบจะสามล้านคน และรับชมต่อวิดีโอที่ทำการโพสลงเฉลี่ยที่หนึ่งล้านวิวภายในระยะเวลาเพียงประมาณสามปี โดยช่องดังกล่าวจะมีเนื้อหาหลักอยู่ 3 รูปแบบคือ การแนะนำและพาชมสัตว์และแมลง การเดินป่า และสาธิตการเอาชีวิตรอดในป่า

คอนเทนต์ (Content)

กรณีการ (2564) กล่าวว่า คอนเทนต์ (Content) หมายถึง การสร้างเรื่องราว หรือเล่าเรื่องราวขึ้นมาที่มีความหลากหลาย เพื่อให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดคนที่สนใจเนื้อหาประเภทนั้นๆ คอนเทนต์นั้นไม่ได้มีรูปแบบจำกัดตายตัวสามารถเป็นได้ทั้งข้อความ รูป วิดีโอ หรือเสียงเพียงอย่างเดียวก็ได้ แต่ทั้งทั้งหมดที่กล่าวมานั้นขึ้นอยู่กับวิธีการนำเสนอ เนื้อหาของเจ้าของคอนเทนต์ที่มีความแตกต่างกันออกไป

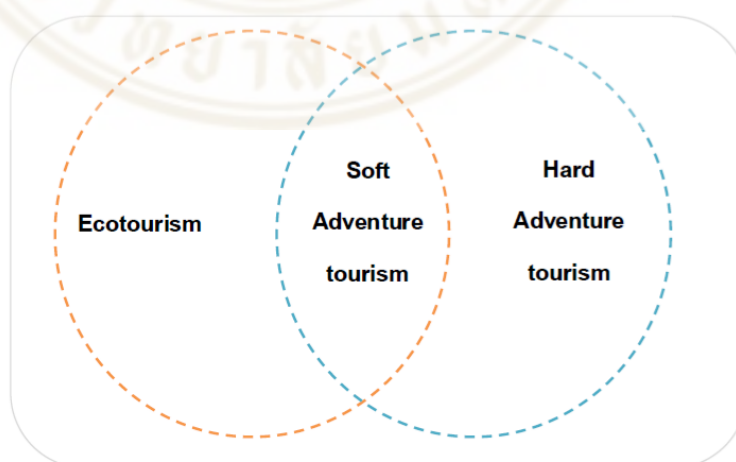
ยูทูปเบอร์ Youtuber

กรรณิการ์ (2564) กล่าวว่า เป็นนักสร้างสื่อรูปแบบวิดีโอลงสู่แพลตฟอร์มยูทูป (Youtube) ซึ่งโดยมากมักจะเป็นคนที่มีชื่อเสียงมาก่อนหน้าแล้วจากช่องทางอื่นๆ หรือบางครั้งบุคคลเหล่านั้นมักได้รับการสนับสนุนจากตราสินค้าหรือสินค้าบางอย่างที่เป็นผู้ว่าจากให้ลงโฆษณา หรือรีวิวลินค้าของแบรนด์ต่างๆ เพื่อเป็นการนำเสนอไปยังผู้รับชมสื่อบนแพลตฟอร์มยูทูป (Youtube)

2.2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

บริษัท อินโนเวทีฟเน็ตเวิร์ค จำกัด ได้ถูกมอบหมายจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้ดำเนินการศึกษาวิจัยโครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมการท่องเที่ยว กลุ่ม Eco & Adventure โดยศึกษาสถานการณ์ด้านการตลาด ข้อคิดเห็นและมุมมองเรื่องการท่องเที่ยว สำหรับการส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ในประเทศไทย เรื่องของความเสี่ยง ความท้าทายด้านทางร่างกายและจิตใจ จะถูกจัดแบ่งอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างมีความเฉพาะตัวที่เจาะจงมากยิ่งขึ้น

จากคำจำกัดความข้างต้น พบว่า การท่องเที่ยวทั้ง 2 รูปแบบดังกล่าว มีความคล้ายกันในส่วน และยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่สามารถที่จะยอมรับความอันตรายในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเพื่อที่จะได้ท่องเที่ยวไปเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในธรรมชาติ เช่น การศึกษาธรรมชาติในพื้นที่ห่างไกล หรือ พื้นที่ในถิ่นแถบภูเขาสูง เป็นต้น ดังนั้นจึงทำให้ความหมายของการท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบมีความคลุมเคลือและยังทับซ้อนกันอยู่บ้าง



รูปที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงผจญภัย

ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563) โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวจากกลุ่ม Eco & Adventure

จากแผนภาพข้างต้นจะเห็นการทับซ้อนกันของกลุ่มการท่องเที่ยวในแต่ละประเภทซึ่งจะเห็นได้ว่าจะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยที่จะมีรูปแบบของกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่มีความอันตรายและอาจจะต้องใช้ความสามารถมากกว่ารูปแบบอื่นๆในการที่จะท่องเที่ยวที่มีความอันตรายน้อยกว่า โดยแบ่งออกเป็นสามกลุ่มได้ดังนี้

1. กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความชอบเที่ยวในกิจกรรมที่ไม่มีความอันตราย และนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะไม่ต้องการใช้ทักษะความสามารถมากนักในการท่องเที่ยว ชอบความผ่อนคลาย และสนใจอยู่กับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

2. กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์กึ่งผจญภัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบในกิจกรรมมีมีความอันตรายเพิ่มมากขึ้นจากกลุ่มที่หนึ่ง และในกลุ่มนี้ก็ยังคงให้ความสนใจในธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมแต่สามารถที่จะมีความลำบากเข้ามาเกี่ยวข้องบ้างได้ในบางส่วน

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความชอบในความท้าทาย โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีความชอบในกิจกรรมที่มีความอันตรายสูงและท่องเที่ยวไปในสถานที่ธรรมชาติ ในกลุ่มนี้จะชอบใช้พละกำลัง และต้องมีทักษะในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ มีความชื่นชอบในการเดินทางระยะไกลกว่ากลุ่มอื่นๆ

รัตนาวใจ ไสจุล (2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย หมายถึงการเดินทางไปยังพื้นที่ธรรมชาติเพื่อเป็นการพักผ่อน และมีกิจกรรมที่มีความน่าตื่นเต้นและมีความท้าทาย ที่มีส่วนที่เกี่ยวข้องมาจากธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งกิจกรรมที่ทำโดยส่วนมากมีความอันตรายและความเสี่ยงโดยรวมที่มากเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น อีกทั้งยังต้องใช้ระดับการออกแรงกายและต้องการทักษะในการทำกิจกรรมค่อนข้างสูง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบ เอ็กซ์ตรีม แอนแวนเจอร์ (Extreme Adventure) ที่ถือเป็นรูปแบบที่ต้องการสามารถในการทำกิจกรรมค่อนข้างสูง จึงเหมาะกับผู้ที่มีความชื่นชอบ โดยส่วนตัว เช่น การเดินป่าดิบ การล่องแพ หรือการปั่นจักรยานในพื้นที่ทางลาดชัน

2.3 แนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's hierarchy of need)

พัฒนาชนะ บุญชู (2564 อ้างใน วสวัตต์ บรรจงชนกิจ , 2565) กล่าวว่า Maslow's hierarcht of need โดย Abraham Maslow เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงเรื่องของการที่จะได้ทำความเข้าใจในความต้องการในชีวิตของผู้บริโภคแต่ละบุคคล ซึ่งจะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปและแบ่งออกเป็นลำดับของความ ต้องการ โดยในแต่ละบุคคลก็จะมีเฉพาะที่แตกต่างกันมีจุดหมายหรือเป้าหมายในชีวิตที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้จึงส่งผลให้การบริโภคสินค้าต่างๆมีความแตกต่างกัน

โดยทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการสามารถแบ่งความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยเริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐานในชีวิตจนไปถึงความต้องการที่เป็นจุดสูงสุดที่ทุกคนต้องการจะได้มาหรือลงมา ทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อตอบสนองสิ่งที่ตนเองนั้นต้องการ โดย Adraham Maslow ได้แบ่งลำดับความต้องการไว้ทั้งหมด 5 ลำดับ เพื่อใช้อธิบายถึงเบื้องลึกของพฤติกรรมความต้องการของผู้คนในแต่ละขั้น



ภาพที่ 2.5 ภาพพีระมิดทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ

ที่มา <https://www.urbiner.com/post/maslow-hierarchy-of-needs>

ลำดับขั้นที่ 1 ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological need) เป็นลำดับขั้นพื้นฐานในชีวิตของแต่ละคน โดยจะเป็นความต้องการให้ชีวิตดำรงอยู่ไปได้ เช่น ที่อยู่อาศัย น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น

ลำดับขั้นที่ 2 ความต้องการด้านความปลอดภัย ความมั่นคงในชีวิต (Safety needs) เป็นลำดับที่มีความซับซ้อนเพิ่มมากขึ้นจากขั้นที่หนึ่ง โดยเกิดขึ้นจากมนุษย์ที่เริ่มมีความต้องการที่จะควบคุมดูแลชีวิตของตนเองให้ได้มากยิ่งขึ้น และจะเริ่มมองหาความมั่นคง และความปลอดภัยให้กับตนเอง เช่น ความมั่นคงทางการเงิน ความเป็นอยู่ ร่างกาย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงเรื่องอารมณ์ และจิตใจ ที่เป็นสิ่งสำคัญในชีวิต

ลำดับขั้นที่ 3 ความต้องการด้านความรัก ความเป็นเจ้าของ (Love and Belonging needs) คือความต้องการในด้านสังคม มนุษย์สัมพันธ์กับผู้อื่น การต้องการเป็นใครสักคนหนึ่งที่มีตัวตน โดย

ในลำดับนี้จะเป็นความต้องการที่ผู้คนมักจะต้องการสร้างมิตร ผูกมิตร ต้องการเป็นเจ้าของ ต้องการได้รับความรัก และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคมรอบตัวไม่ว่าจะเป็นคนรัก ครอบครัว เพื่อน

ลำดับขั้นที่ 4 ความต้องการด้านความเคารพ (Esteem needs) คือความเคารพ การที่ได้รับความเคารพ นับหน้าถือตา ซึ่งจะแบ่งออกได้เป็นสองประเภทคือ การเห็นคุณค่าในตัวเอง เคารพตัวเอง ภูมิใจในชีวิตของตนเอง และอีกประเภทหนึ่งคือ การได้รับความเคารพจากผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นความสามารถ หน้าที่การงาน หรือการมีชื่อเสียงโด่งดัง

ลำดับขั้นที่ 5 ความต้องการในการบรรลุบางสิ่งบางอย่างหรือความสมบูรณ์แบบของชีวิต (Self-actualization need) ซึ่งจะเป็ขั้นที่สูงที่สุดในทฤษฎีของ Maslow โดยในขั้นนี้นั้น จะมีความแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของชีวิต เป้าหมายการใช้ชีวิต ซึ่งในหลายครั้งก็ไม่สามารถตอบสนองด้วยซ้ำของ เนื่องจากความต้องการในลำดับนี้จะมาจากแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิตหรือในการมีชีวิตอยู่ ซึ่งอาจจะเป็สิ่งที่ดูเหมือนจะเป็นสิ่งที่ธรรมดา ไปจนถึงสิ่งที่มีมูลค่ามหาศาล ที่แต่ละคนจะได้รับการเติมเต็มในขั้นสุดท้ายนี้แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ยังรวมไปถึงความฝันในชีวิต เป้าหมาย สิ่งที่ต้องการจะเป็น เช่น การเป็มืออาชีพในด้านใดด้านหนึ่ง หรือการได้ประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมาบนโลก หรืออาจจะเป็เพียงแค่ การได้ใช้ชีวิตอยู่กับครอบครัว อยู่กับคนที่เรารัก ได้ดูแลพ่อแม่ สิ่งที่คุณจะธรรมดาเหล่านี้ก็อาจจะเป็สิ่งที่ใครหลายคนกำลังตามหาอยู่ และมันอาจจะมาเป็สิ่งที่ตอบสนองความต้องการขั้นสุดท้ายในชีวิตของคนเหล่านั้นก็เป็ได้

ธนขพร สุทธิสันสนี (2565 อ้างใน วสวัตดี บรรจงชนกิจ , 2565) กล่าวว่า Abraham Maslow ได้นำเสนอทฤษฎีที่มีการแยกแยะระดับของความต้องการของผู้คนออกเป็น 5 ลำดับขั้นที่แตกต่างกันออกไปโดยแต่ละขั้นก็จะมีเป้าหมายหรือเหตุผลเพื่อรองรับความต้องการในขั้นนั้น เช่น มองหาความปลอดภัย มองหาความสะดวกสบาย สิ่งเหล่านี้เป็สิ่งพื้นฐานของความพอใจ หรือการเป็ที่ยอมรับใน สังคม เป็ต้น นอกจากนี้ยังมีการวิจัยที่พบว่าความพอใจของแต่ละบุคคลไม่จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับในทุกๆลำดับขั้นเพื่อที่จะเริ่มมีความต้องการในขั้นต่อไป และในความต้องการนั้นอาจแบ่งได้มากกว่า 5 ลำดับขั้นตามที่กล่าวมา

วิบูลย์ (2558 อ้างใน ผกาวดี ก้อนคำดี , 2565) กล่าวว่า ประเภทความต้องการทั้ง 5 ขั้นของ Maslow สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มดังนี้

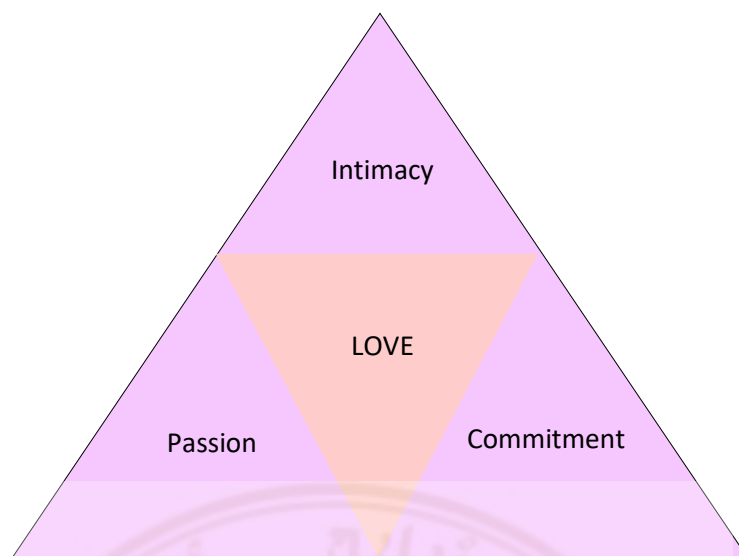
กลุ่มแรก Deficiency needs (D-needs) แบ่งได้จากความต้องการ 4 ลำดับแรก คือความต้องการในด้านร่างกาย ความต้องการด้านความปลอดภัย ความต้องการด้านความรัก ความต้องการเป็ส่วนหนึ่ง และความต้องการภูมิใจในตนเอง เป็กลุ่มความต้องการที่เกิดขึ้นเมื่อผู้คนนั้นยังคงรู้สึกขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งในชีวิตและนำไปสู่การกระตุ้นที่จะทำให้เกิดการกระทำบางอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่ง

สิ่งที่ทำให้เติมเต็มความต้องการที่ขาด และถ้ายังไม่ได้สิ่งที่ต้องการนั้นก็จะยังมีความรู้สึกต้องการมากขึ้น

กลุ่มที่สอง Being needs or growth needs (B-needs) คือความต้องการตระหนักรู้ในตนเอง หรือความต้องการความสมบูรณ์แบบในชีวิต ข้อนี้จะไม่ใช้ความต้องการจากการขาดบางสิ่งบางอย่าง แต่เป็นความต้องการที่จะเติบโตในชีวิตของตนเอง ความปรารถนาแบบนี้จะเพิ่มสูงมากขึ้นเรื่อยๆ จนกว่าจะมีสิ่งที่มาเติมเต็มความต้องการ ซึ่งการที่จะเติมเต็มสิ่งที่ขาดไปให้สำเร็จให้ได้นั้น ไม่ใช่เรื่องที่จะสามารถทำได้ง่ายๆ และย่อมมีอุปสรรคเสมอ ไม่ว่าจะเป็น หย่าร้าง ความเครียด แยกแยก รวมไปถึงการมีหน้าที่การงานที่ไม่มั่นคง มากไปกว่านั้นหากความต้องการที่ได้รับการเติมเต็มมานั้น ไม่ได้เป็นไปอย่างที่เราคาดคิด ก็จะยิ่งทำให้ไปเพิ่มความต้องการให้สูงยิ่งขึ้นและ ความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นมากขึ้นนั้นคือ แรงจูงใจ ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นอาจจะไม่ได้เป็นไปตามลำดับขั้นตามที่ Maslow ได้กล่าวไว้ เนื่องจากปัจจุบันความมั่นคงในหน้าที่การงานอาจไม่ใช่เรื่องสำคัญของกลุ่ม Generation Z พวกเขา เหล่านี้อาจต้องการความสุข ต้องการเป็นตัวเอง ความปลอดภัย และประสบความสำเร็จไปพร้อมๆ กัน

2.4 แนวคิดทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรัก (Triangle of love)

ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรักนั้นถูกคิดค้นจาก โรเบิร์ต สเติร์นเบิร์ก (Robert Sternberg) ซึ่งคุณโรเบิร์ตนั้นเป็นอาจารย์จิตวิทยา อยู่ที่มหาวิทยาลัยเยล (Yale University) แต่ได้พยายามหาที่ไปที่มาของความรักที่มนุษย์ทุกคนนั้นต่างก็มีด้วยกันทุกคนไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกรักที่มีต่อผู้คนรอบตัว หรือแม้แต่คนที่เรารู้สึกชื่นชอบ เช่น ดารา นักแสดง จึงเป็นที่มาของการตามหาว่าอะไรคือความรัก แล้วอะไรที่ทำให้เกิดความรักขึ้นมาบนคนๆหนึ่ง ซึ่งอาจารย์โรเบิร์ตนั้นได้ค้นพบองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้คนนั้นเกิดความรู้สึกรักต่อกัน ซึ่งประกอบด้วย 3 สิ่งด้วยกันจึงทำให้เกิดเป็นทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรักขึ้นมา โดยองค์ประกอบทั้ง 3 สิ่งนี้ประกอบด้วย (1) ความสนิทสนมหรือ intimacy (2) ความหลงใหล หรือ passion (3) ความผูกพัน หรือ commitment ซึ่งความรักในแต่ละบุคคลนั้นก็จะมีส่วนประกอบของสามสิ่งนี้ไม่เท่ากัน และความรักของแต่ละบุคคลนั้นก็จะมีประเภทที่แตกต่างกันออกไป แต่อย่างไรก็ตามในความรักที่เกิดขึ้นมานั้นไม่ว่าจะเป็นประเภทใดก็ต้องมีส่วนประกอบหลักของสามสิ่งนี้ไม่น้อยก็มากแตกต่างกันออกไป โดยในแต่ละองค์ประกอบจะมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 2.6 ภาพทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรัก

(1) ความใกล้ชิดสนิทสนม คือความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการที่ได้อยู่ใกล้กันใช้เวลาร่วมกัน มีความต้องการที่จะสร้างความสุขให้ซึ่งกันและกัน เป็นความสัมพันธ์ที่จะให้เกิดความคุ้นเคยกัน รู้สึกรู้สึกรอบอุ่นที่ได้อยู่ด้วยกัน

(2) ความหลงใหล เป็นความชอบที่มีความเสน่ห์หาเข้ามาเกี่ยวข้องจะเป็นความสัมพันธ์ที่มีความหลงใหลในภายนอก รูปร่าง หน้าตา บุคลิกภาพ ลักษณะ ต่างๆของบุคคลนั้นๆ หรือเรียกได้ว่าเป็นแรงดึงดูดทางเพศ

(3) ความผูกพัน ในที่นี้จะป็นองค์ประกอบด้านความคิดที่มีการผูกมัดหรือมีเป้าหมายร่วมกัน มีความรู้สึกชอบในสิ่งเดียวกันปรารถนาที่จะมีชีวิตในรูปแบบที่คล้ายกัน เช่น การสัญญาต่อกันว่าจะมีชีวิตร่วมกันในระยะยาว ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละคู่

โดยทั้ง 3 องค์ประกอบที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นสามสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดความรักขึ้นมาบนโลกใบนี้โดยความรักในแต่ละบุคคลก็จะมีรูปแบบประเภทที่แตกต่างกันออกไป เช่น รักเพื่อน รักแบบคู่รัก หรือรักคารานักแสดงที่ตนนั้นชื่นชอบ แต่ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตามก็จะมีส่วนผสมไม่อย่างใดก็อย่างหนึ่งของทั้งสามองค์ประกอบนี้เสมอ แต่จะมีในความต่างตามสัดส่วนประเภทความรักที่เกิดขึ้น เช่น ความรักของบางบุคคลอาจจะสร้างขึ้นจากความหลงใหลเป็นสัดส่วนที่มาก หรือ ความรักกับคนในครอบครัว กับความรักกับเพื่อน หรือคู่รัก ก็จะมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ไม่มีรูปแบบที่ตายตัวที่จะสามารถบอกได้ว่าสิ่งไหนที่มากหรือสิ่งไหนที่น้อยแล้วรูปแบบของความรักจะออกในหน้าตาเป็นอย่างไร นอกจากนี้ก็ไม่จำเป็นที่ความรักที่เกิดขึ้นนั้น จะต้องมีการครบทั้งสามองค์ประกอบ มีแค่เพียงหนึ่งหรือสององค์ประกอบก็ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของความรักแล้ว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูวิดีโอเนื้อหาแนวผจญภัยและการเอาชีวิตรอดช่อง Jocho Sippawat บนแพลตฟอร์ม Youtube” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยจากการสังเกตการณ์ (Observational Analytic Studies) ด้วยการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์มาวิเคราะห์รวมถึงการศึกษาหาข้อมูลงานวิจัย ทฤษฎี และเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม โดยผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนและขอบเขตการดำเนินงานวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วิธีการดำเนินงานวิจัย
2. กลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
4. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ครั้งนี้ดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีวิจัยแบบสังเกตการณ์เชิงวิเคราะห์ (Observational Analytic Studies) เป็นการวิจัยที่ใช้การสังเกต โดยแบ่งเป็นกลุ่มประเภทของเนื้อหา เปรียบเทียบ ร่วมวิเคราะห์ควบคู่กับความความคิดเห็น (Comment) ของผู้รับชมที่แสดงความคิดเห็นลงในวิดีโอ โดยจะนำมาวิเคราะห์ เฉพาะความคิดเห็น (Comment) ที่มียอดผู้กดถูกใจ (Like) 5 อันดับแรกของแต่ละวิดีโอ โดยจะใช้การเปรียบเทียบข้อมูล ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่งในทำการเก็บข้อมูลจากวิดีโอของช่อง Jocho Sippawat เฉพาะ วิดีโอ ที่มียอดผู้เข้าชมเกิน 1 ล้านยอดผู้รับชม (Viewer) ขึ้นไป บนแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งวิดีโอ Youtube ประจำเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

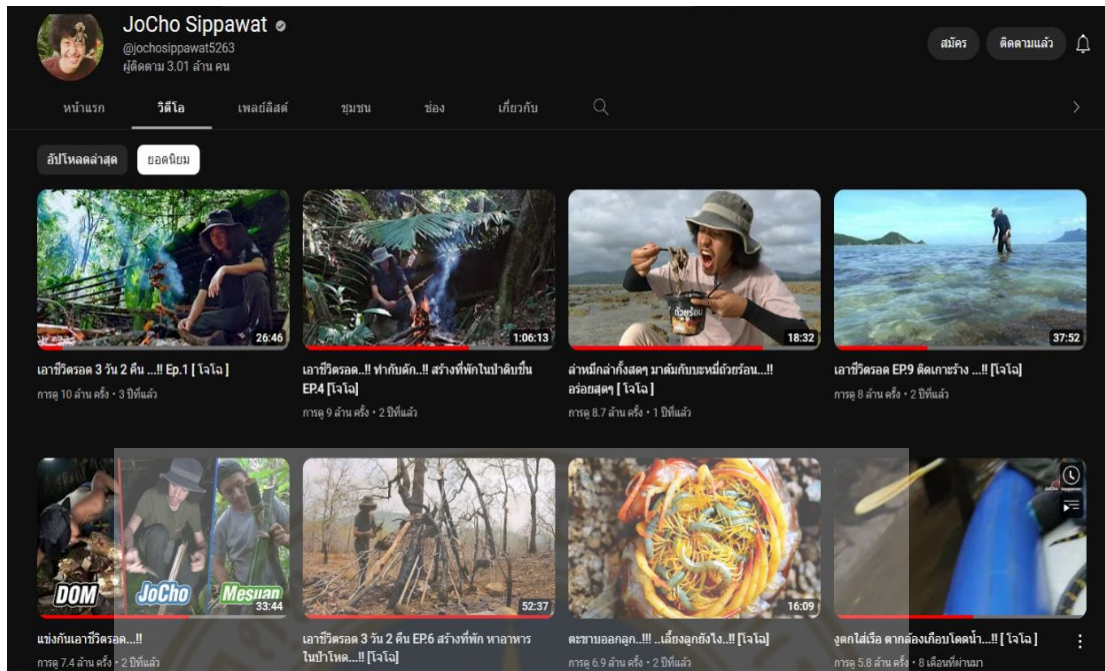
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ วิดีโอของช่อง Jocho sippawat บนแพลตฟอร์ม Youtube ที่มียอดจำนวนผู้รับชมตั้งแต่ 1 ล้านผู้รับชม (Viewer) ขึ้นไป และความคิดเห็น (Comment) ของผู้รับชมที่แสดงความคิดเห็นต่อวิดีโอ โดยจะใช้เฉพาะความคิดเห็นที่มียอดจำนวนผู้ที่กดถูกใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละวิดีโอที่ได้ทำการเก็บข้อมูล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

3.3.1 แหล่งข้อมูลที่รวบรวมเพื่อการศึกษา

การศึกษายี้วิจัยที่ส่งผลต่อการดูวิดีโอ (VDO) เนื้อหาแนวผจญภัยและการเอาชีวิตรอดช่อง Jocho Sippawat บนแพลตฟอร์ม Youtube ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ของ 2 แหล่งดังนี้

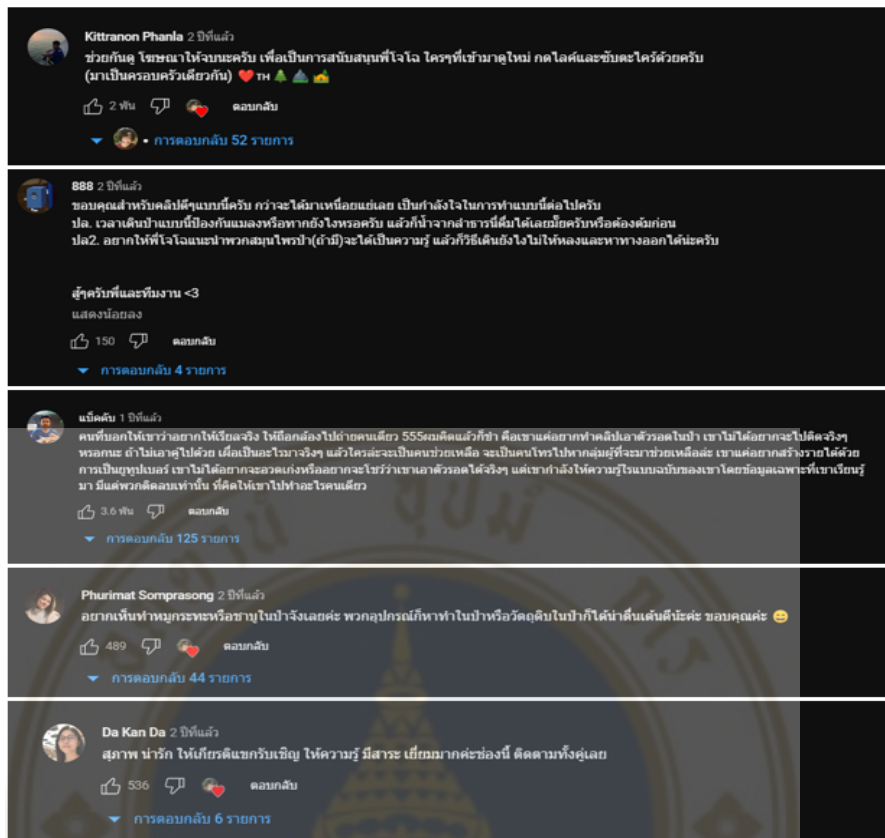
ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสังเกตการเนื้อหาของวิดีโอ (VDO) ความคิดเห็นของผู้รับชม และนำมาบันทึกข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ โดยการรับชมวิดีโอ (Viewer) ของช่อง JoCho Sippawat บนแพลตฟอร์มสตีมมิ่งวิดีโอ Youtube และสืบค้นข้อมูลข้อความแสดงความคิดเห็นของผู้รับชมวิดีโอ ร่วมกับการรวบรวมข้อมูลสถิติอื่นๆ จากเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูล ณ วันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2566 มีจำนวนวิดีโอที่มียอดผู้รับชมเกิน 1 ล้านยอดผู้รับชม จำนวน 117 วิดีโอ ซึ่งทั้ง 117 มียอดผู้รับชมรวมจำนวน 274 ล้านยอดผู้รับชม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 73.45 ของจำนวนผู้รับชมวิดีโอทั้งหมดของช่อง ซึ่งมียอดรับชมรวมทุกวิดีโอจำนวน 373 ล้านยอดผู้รับชม จากทั้งหมด 343 วิดีโอที่มีการอัปโหลดลงแพลตฟอร์มสตีมมิ่ง Youtube โดยทั้ง 117 วิดีโอที่มีจำนวนผู้รับชมเกิน 1 ล้านยอดผู้รับชมนั้น มีความยาวของเนื้อหาารวมทั้งหมด 2,907 นาที โดยเฉลี่ยแล้วมีความยาว 24 นาทีต่อ 1 วิดีโอ ซึ่งจะทำให้การศึกษาข้อมูลจากข้อความแสดงความคิดเห็นของผู้รับชมต่อ 1 วิดีโอจำนวน 5 ข้อ มีจำนวนรวมทั้งหมด 585 ความคิดเห็น (Comment) จาก 117 วิดีโอ



ภาพที่ 3.1 ภาพตัวอย่างอันดับวิดีโอยอดนิยมโดยการจัดเรียงตามยอดผู้รับชมของช่อง JoCho Sippawat ที่มา: <https://www.youtube.com/@jochosippawat5263/videos>



ภาพที่ 3.2 ภาพแสดงจำนวนวิดีโอ ผู้รับชม ยอดเฉลี่ยการดูต่อ 1 วิดีโอ ที่มา : https://channelranking.com/channel/2020625/JoCho_Sippawat



ภาพที่ 3.3 แสดงตัวอย่าง Top Comment ที่มีจำนวนที่มากที่สุดในแต่ละวิดีโอ (VDO) ที่มีจำนวนยอดผู้รับชมเกิน 1 ล้านผู้รับชม

ข้อความแสดงความคิดเห็น 5 ข้อความ โดยคัดเลือกจากจำนวนข้อความที่มีจำนวนผู้กดที่ใจเยอะที่สุดจากวิดีโอที่มียอดผู้รับชมเกิน 1 ยอดผู้รับชม ที่มีวิดีโอรวมจำนวน 117 วิดีโอ จึงจะทำให้จำนวนข้อความแสดงความคิดเห็นทั้งหมดที่รวบรวมและนำมาวิเคราะห์จะมีจำนวนทั้งหมด 585 ข้อความ เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกันเนื้อหาคอนเทนต์ของวิดีโอ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลแนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้การรับชมช่อง JoCho Sippawat โดยนำแนวคิดทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรัก และแนวคิดทฤษฎีแรงงูใจของมาสโลว์มา ร่วมวิเคราะห์ โดยสืบค้นจากงานเอกสารงานวิจัยและสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ใช้การจดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสังเกต รวบรวมข้อมูลโดยการจัดทำตารางจำแนกหมวดหมู่ทั้งหมด 2 หมวดหมู่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (1) ตารางเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดออกมาในแต่ละวิดีโอ โดยเป็นการแบ่งตามเนื้อหาของกิจกรรม (2) ตารางเก็บข้อมูลข้อความแสดงความคิดเห็น เพื่อที่จะนำข้อมูลจากการจดบันทึกของทั้ง 2 ตารางมาวิเคราะห์ร่วมกัน ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากงานวิจัย เอกสารทางวิชาการ วารสารวิชาการ บทความออนไลน์ รายการโทรทัศน์ที่ตีแผ่ข้อมูลของ JoCho Sippawat หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้การสังเกต (Observation Method) และนำข้อมูลมาจดบันทึก โดยแยกเป็นตารางจำแนกหมวดหมู่ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ตารางเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของเนื้อหาจากกิจกรรม

ชื่อวิดีโอ	ยอดผู้รับชม	ความยาวของเนื้อหา (นาที)	การหาอาหารหรือหาวัตถุดิบ (นาทีคิดเป็น)	การสร้างที่พักหรือประดิษฐ์อุปกรณ์ สิ่งปลูกสร้างใช้ใน การดำเนินชีวิต(นาทีคิด เป็นร้อยละ)	การหาวัตถุดิบ และนำมาปรุงสุก เพื่อรับประทาน (นาทีคิดเป็นร้อยละ)	สัตว์มีพิษ เล่นกับ สัตว์ จับ ให้ความรู้ รับประทาน(นาทีคิด เป็นร้อยละ)	การหาและให้ ความรู้เกี่ยวกับ ผลไม้ป่า(นาทีคิด เป็นร้อยละ)	ให้ความรู้เกี่ยวกับ ความเชื่อสิ่งลึกลับ ข้อควรหรือมีควรทำ (นาทีคิดเป็นร้อยละ)
1.								
2.								
3.								

รายละเอียดการเก็บข้อมูลจาก 117 วิดีโอ โดยการประเภทของเนื้อหาจากกิจกรรมอธิบายได้ดังนี้

1. รายละเอียดเกี่ยวกับวิดีโอ โดยจะระบุชื่อวิดีโอ ยอดจำนวนผู้รับชม(Viewer) และความยาวของเนื้อหาของแต่ละวิดีโอ
2. รายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหา โดยการแบ่งประเภทของเนื้อหา จะแยกจากการดำเนินกิจกรรมของแต่ละประเภทที่ถูกถ่ายทอดผ่านวิดีโอในแต่ละตอน โดยแบบประเภทของเนื้อได้เป็น 6 ประเภทดังนี้

- เนื้อหาการหาอาหาร วัตถุดิบในการทำอาหารหรือการสาธิตวิธีการหาอาหารในพื้นที่ธรรมชาติ เช่นการล่าสัตว์ ตกปลา หรือทำกับดักเพื่อจับสัตว์ ในพื้นที่ธรรมชาติ ป่าหรือทะเล

รวมไปถึงการเก็บพืชผักป่า ทั้งนี้ไม่รวมการนำไปปรุงสุกหรือรับประทานหลังจากที่ได้ดำเนินการหาวัตถุดิบมาได้

- เนื้อหาการสร้างที่พัก สิ่งปลูกสร้าง หรือประดิษฐ์อุปกรณ์ เพื่อใช้ในการดำรงชีพ เช่น การสร้างที่พักชั่วคราวในป่าแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันออกไป การสร้างสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติเพื่อนำมาใช้ดำรงชีพ
- เนื้อหาการทำอาหารหรือปรุงสุกอาหารเพื่อรับประทาน นับตั้งแต่เริ่มเตรียมการที่จะดำเนินการทำอาหาร เช่นการก่อไฟ ไปจนถึงดำเนินการปรุงสุกด้วยวิธีการต่างๆ จนกระทั่งรับประทานหาร ทั้งนี้รวมถึงการสร้างอุปกรณ์เพื่อที่จะใช้ในการทำอาหาร
- เนื้อหาที่เกี่ยวกับสัตว์มีพิษ รวมไปถึงการให้ความรู้ ประสบการณ์ หรือรับประทาน เช่น การพบเจอสัตว์มีพิษระหว่างการเดินทางและนำมาให้ความรู้ ทั้งสัมผัสและไม่สัมผัส หรือการนำมาปรุงสุกและรับประทาน หรือเล่าประสบการณ์ที่เกี่ยวกับสัตว์มีพิษ
- เนื้อหาการหาพืชผักในป่าและผลไม้ป่าเพื่อให้ความรู้ เช่น เพลย์ลิสต์ (Playlist) ผลไม้ป่าเศรษฐกิจที่มีจำนวนวิดีโอรวม 10 วิดีโอ โดยนับเฉพาะวิดีโอที่มียอดผู้ชมมากกว่า 1 ล้านยอดผู้รับชม
- เนื้อหาให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ควรและไม่ควรทำในการใช้ชีวิตอยู่ในป่า หรือการเล่าความเชื่อของคนโบราณ

ตารางที่ 3.2 ตารางเก็บข้อมูลข้อความแสดงความคิดเห็น

ชื่อวิดีโอ	ยอดผู้รับชม	สัดส่วนของเนื้อหาที่มากที่สุด 2 อันดับแรกของวิดีโอ (ร้อยละ)	รายละเอียดข้อความแสดงความคิดเห็น
1.			1.
			2.
			3.
			4.
			5.
2.			1.
			2.
			3.
			4.
			5.

รายละเอียดการเก็บข้อมูลข้อความแสดงความคิดเห็นที่มีจำนวนผู้กดถูกใจมากที่สุด 5 ข้อความ จาก 117 วิดีโอ

- รายละเอียดเกี่ยวกับวิดีโอ ชื่อวิดีโอ ยอดผู้รับชม และสัดส่วนของเนื้อหาที่ได้จากจาดารางข้อที่(1) จำนวน 2 เนื้อหาที่มีสัดส่วนเยอะที่สุดต่อ 1 วิดีโอ
- รายละเอียดเกี่ยวกับ ข้อความแสดงความคิดเห็นจำนวน 5 ข้อความวัดจากข้อความที่มีจำนวนผู้กดถูกใจมากที่สุด จาก 117 วิดีโอ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้มาจากการสืบค้นและศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จากแหล่งข้อมูลเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย วารสารวิชาการ บทความออนไลน์ รายการโทรทัศน์ หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือที่มีผู้รวบรวมไว้เพื่อกำหนดขอบเขตให้งานวิจัยครอบคลุมวัตถุประสงค์

3.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวม และสรุปข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ความถี่ (Frequency)

ใช้เพื่ออธิบายระยะเวลาของเนื้อหาที่ผู้รับชมได้รับชมต่อ 1 วิดีโอ คือ (1)เนื้อหาการหาอาหารหรือวัตถุดิบในการทำอาหาร (2)การสร้างที่พัก สิ่งปลูกสร้าง หรือประดิษฐ์อุปกรณ์ (3)การทำอาหารหรือปรุงสุกอาหารเพื่อรับประทาน (4)สัตว์มีพิษ (5)พืชผักป่าและผลไม้ป่า (6)ให้คำแนะนำหรือข้อควรระวัง โดยในแต่ละวิดีโอจะมีเนื้อหาที่ได้รับการถ่ายทอดออกมาในปริมาณที่ไม่เท่ากัน และเพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อความแสดงความคิดเห็นของผู้รับชม ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงความสนใจ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการที่มีต่อเนื้อหาในแต่ละประเภท โดยจะทำให้ทราบถึงเหตุผลของผู้รับชมที่เข้ามารับชม วิดีโอช่อง JoCho Sippawat

ร้อยละ (Percentage)

ใช้เพื่ออธิบายระยะเวลาของเนื้อหาที่ผู้รับชมได้รับชมต่อ 1 วิดีโอ คือ (1)เนื้อหาการหาอาหารหรือวัตถุดิบในการทำอาหาร (2)การสร้างที่พัก สิ่งปลูกสร้าง หรือประดิษฐ์อุปกรณ์ (3)การทำ

ทำอาหารหรือปรุงสุกอาหารเพื่อรับประทาน (4)สัตว์มีพิษ (5)พืชผักป่าและผลไม้ป่า (6)ให้คำแนะนำหรือข้อควรระวัง โดยในแต่ละวิดีโอจะมีเนื้อหาที่ได้รับการถ่ายทอดออกมาในปริมาณที่ไม่เท่ากัน และเพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อความแสดงความคิดเห็นของผู้รับชม ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงความสนใจ ความคิด ความต้องการที่มีต่อเนื้อหาในแต่ละประเภท โดยจะทำให้ทราบถึงเหตุผลของผู้รับชมที่เข้ามารับชม วิดีโอช่อง JoCho Sippawat

ค่าเฉลี่ย (Mean)

ใช้เพื่ออธิบายระยะเวลาของเนื้อหาที่ผู้รับชมได้รับชมต่อ 1 วิดีโอ คือ (1)เนื้อหาการทำอาหารหรือวัตถุดิบในการทำอาหาร (2)การสร้างที่พัก สิ่งปลูกสร้าง หรือประดิษฐ์อุปกรณ์ (3)การทำอาหารหรือปรุงสุกอาหารเพื่อรับประทาน (4)สัตว์มีพิษ (5)พืชผักป่าและผลไม้ป่า (6)ให้คำแนะนำหรือข้อควรระวัง โดยในแต่ละวิดีโอจะมีเนื้อหาที่ได้รับการถ่ายทอดออกมาในปริมาณที่ไม่เท่ากัน และเพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อความแสดงความคิดเห็นของผู้รับชม ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงความสนใจ ความคิด ความต้องการที่มีต่อเนื้อหาในแต่ละประเภท โดยจะทำให้ทราบถึงเหตุผลของผู้รับชมที่เข้ามารับชม วิดีโอช่อง JoCho Sippawat

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสังเกตการด้วยการรับชมวิดีโอ และข้อความแสดงความคิดเห็น ของช่อง JoCho Sippawat ผ่านแพลตฟอร์มสตีมมิ่งวิดีโอ Youtube จากสื่อโทรทัศน์ และจากการศึกษาเอกสารอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์และค้นหาประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย คือแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ มาโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Inductive) ด้วยการตีความหมาย ดัดทอน และหาความสัมพันธ์ของข้อมูลเพื่อนำมาดำเนินการสรุปออกมาให้ครอบคลุมและตอบคำถามของจุดประสงค์งานวิจัยให้ได้มากที่สุด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจะสามารถทำให้ผู้วิจัยทราบถึงเหตุผลของผู้รับชมที่เข้ามารับชมวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat ว่ามีความรู้สึกอย่างไร ต่อเนื้อหาที่ได้รับชม โดยที่สามารถแจกแจงได้อย่างละเอียดในแต่ละประเภทเนื้อหาโดยใช้ความถี่ของข้อมูลนะมาแจกแจงเป็นร้อยละในแต่ละวิดีโอ โดยจะทำให้ทราบถึงเนื้อหาประเภทใดที่มีจำนวนผู้รับชมมากที่สุด และจากข้อมูลประเภทของเนื้อหาที่มีผู้รับชมมากที่สุดนั้น จะถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับความคิดเห็นที่มีต่อวิดีโอ ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงความรู้สึกของผู้รับชมที่มีต่อเนื้อหา ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเนื้อหา หรือแนวทางการตลาดของนักการตลาดในอนาคต หรือผู้ที่ต้องการจะสร้างช่องวิดีโอ

3.5.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นดังต่อไปนี้

1. นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสังเกตและบันทึกผลในตารางเก็บข้อมูลที่ (1) ซึ่งทำให้สามารถทราบข้อมูลความถี่เพื่อมาทำการวิเคราะห์หาเนื้อหาที่ผู้รับชมมากที่สุดจากการนำวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat ที่มีจำนวนผู้รับชมมากกว่า 1 ล้านยอดผู้รับชม ทั้งหมดรวม 117 วิดีโอ มาแจกแจงเนื้อหาโดยแบ่งสัดส่วนของแต่ละเนื้อหา และสรุปเนื้อหาที่มีสัดส่วนร้อยละมากที่สุด 2 ลำดับแรกของ 117 วิดีโอ และนำมามาจัดเรียง เพื่อจัดอันดับสัดส่วนที่มีจำนวนคนดูให้ความสนใจมากที่สุด เช่น จาก 117 วิดีโอ มีจำนวน 80 วิดีโอที่เนื้อหาเกี่ยวกับการทำอาหาร และสร้างที่พัก มากสุดเป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ จะทำให้สามารถซึ่งคิดเป็นร้อยละ 68.37 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุดจากจำนวนทั้งหมด ทำให้สามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่รับชมช่อง JoCho Sippawat มีความสนใจเนื้อหาประเภท การทำอาหาร และการสร้างที่พัก เป็นสัดส่วนมากที่สุด

2. นำข้อมูลข้อความแสดงความคิดเห็นจำนวน 5 ข้อความที่มียอดผู้กดถูกใจมากที่สุด จากการสังเกตและบันทึกลงในตารางที่ (2) มาวิเคราะห์บนพื้นฐานแนวคิดทฤษฎีที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษา ร่วมกับข้อมูลประเภทของเนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของแต่ละวิดีโอ เพื่อให้ทราบถึงเหตุผล ความรู้สึกที่ผู้รับชมที่มีต่อเนื้อหาของแต่ละวิดีโอที่มีความแตกต่างกันออกไป

3. นำสถิติที่ได้จากการสังเกตและบันทึกลงในตารางมาวิเคราะห์ทำความเข้าใจ หาประเด็นสำคัญ

4. ศึกษาและทำความเข้าใจเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย บทความออนไลน์ เนื้อหาจากรายการช่องโทรทัศน์ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือ เพื่อหาข้อมูลที่สามารถนำมาเชื่อโยงหรือสนับสนุนงานวิจัย

5. เขียนบรรยายข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด โดยไม่ตีกรอบผลการวิจัยที่เกิดขึ้นหากขัดแย้งกับทฤษฎี

6. สรุปใจความสำคัญและผลของการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Inductive) ด้วยการตีความหมาย หาความสอดคล้อง และความสัมพันธ์ของข้อมูลเพื่อทำการสรุปผลออกมาให้ครอบคลุมและตอบคำถามของจุดประสงค์งานวิจัยให้ได้มากที่สุด

3.6 ความเสี่ยงในการวิเคราะห์ข้อมูลและแผนสำรอง

ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยคาดการณ์ว่าอาจจะเกิดขึ้นระหว่างการทำวิจัย

1. ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เพิ่มเติมที่สืบค้นจากจากช่องทางอื่นๆ เช่น รายการโทรทัศน์ หรือบทความบนสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่อาจมีการเติมแต่งเนื้อหาเพิ่มเติมซึ่งอาจทำให้ข้อเท็จจริงถูกบิดเบือน จึงต้องใช้ความระมัดระวังในการสืบค้น
2. ข้อมูลข้อความแสดงความคิดเห็นในแต่ละวิดีโอที่ต้องนำมาร่วมวิเคราะห์โดยใช้การวัดจากจำนวนข้อความที่มียอดผู้กดถูกใจมากที่สุด 5 อันดับแรก ซึ่งในบางข้อความอาจเป็นข้อความของผู้ที่มีชื่อเสียง หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ทำให้มีผู้กดถูกใจเป็นจำนวนมาก ซึ่งข้อความเหล่านี้ไม่สามารถนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดจากยอดผู้กดถูกใจได้ เนื่องจากผู้ที่กดถูกใจอาจไม่ได้มีความรู้สึก หรือความคิดเดียวกับข้อความที่ถูกพิมพ์ลงไป แต่อาจเป็นปัจจัยอื่นเช่น เป็นแฟนคลับของเจ้าของคอมเมนต์(Comment) ซึ่งผู้วิจัยต้องสืบค้นและสังเกตด้วยความละเอียดเพื่อไม่ให้ได้ข้อมูลที่ไม่สมเหตุสมผลมาร่วมการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้



บทที่ 4

ผลการวิจัย และการอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคุกคามอินเทอร์เน็ตแนวพจนานุกรมและการเอาชีวิตรอดบนแพลตฟอร์มยูทูป” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีวิจัยแบบสังเกตการเชิงวิเคราะห์ (Observational Analytic Studies) เป็นการวิจัยที่ใช้การสังเกตการ โดยแบ่งเป็นกลุ่มประเภทของเนื้อหาในแต่ละวิดีโอ (VDO) เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และร่วมวิเคราะห์ควบคู่กับความคิดเห็น (Comment) ของผู้รับชมที่แสดงความคิดเห็นลงในวิดีโอ โดยจะนำมาวิเคราะห์ เฉพาะความคิดเห็น (Comment) ที่มียอดผู้กดถูกใจ (Like) 5 อันดับแรกของแต่ละวิดีโอ โดยจะใช้การเปรียบเทียบข้อมูล ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่งในทำการเก็บข้อมูลจากวิดีโอของช่อง Jocho Sippawat เฉพาะ วิดีโอ ที่มียอดผู้เข้าชมเกิน 1 ล้านยอดผู้รับชม (Viewer) ขึ้นไป บนแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งวิดีโอ Youtube โดยหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สามารถวิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

- 4.1 กระบวนการเก็บข้อมูลและความท้าทาย
- 4.2 แผนภาพเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 แนวคิดหลักที่ได้จากผลการวิจัย

4.1 กระบวนการเก็บข้อมูลและความท้าทาย

โดยการเก็บข้อมูลขั้นแรกนั้นจะเป็นการสังเกตการจากการรับชมวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat เพื่อที่จะแบ่งประเภทของเนื้อหาในแต่ละวิดีโอออกจากกันให้ได้อย่างชัดเจน โดยการจดบันทึกจากระยะเวลาโดยคิดเป็นนาที่ซึ่งวันเป็นการวัดความยาวของเนื้อหานั้นถูกถ่ายทอดออกมาในวิดีโอว่าใน 1 วิดีโอมีเนื้อหาประเภทไหนอยู่บ้าง และมีสัดส่วนมากน้อยต่างกันเพียงใดเพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลข้อความความคิดเห็นที่จะถูกบันทึกจากในแต่ละวิดีโอ โดยเลือกจากข้อความแสดงความคิดเห็นที่จำนวนผู้กดถูกใจมากที่สุด 5 ลำดับ มาใช้ในการวิเคราะห์ร่วมกับเนื้อหาของวิดีโออื่นๆ ทั้งนี้หากการเก็บข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบถึงเนื้อหาที่มีผู้รับชมมากที่สุด และเหตุผลที่เป็นสาเหตุที่อยู่เบื้องหลังการรับชมวิดีโอที่มีเนื้อหาแต่ละประเภทของช่อง JoCho Sippawat ซึ่งจาก

การที่ผู้วิจัยได้เริ่มเก็บข้อมูลในในระยะแรกประมาณ 20% จากจำนวนวิดีโอและข้อความแสดงความคิดเห็นทั้งหมด ได้พบข้อมูลที่น่าสนใจจากการเก็บข้อมูลดังนี้

4.1.1 ประเภทของวิดีโอที่มีเนื้อหาแตกต่างกันออกไปจะมีแนวโน้มของข้อความที่มีการแสดงความคิดเห็นที่มีความแตกต่างกันออกไปด้วยเช่นกัน เช่น เนื้อหาที่เป็นการเดินทางเข้าไปเพื่อเอาชีวิตรอดจะมีการแสดงความคิดเห็นที่เป็นการบอกถึงความรู้สึกที่มีต่อความชอบเนื้อหา และทำให้เล่าถึงเรื่องราวที่มีความสุขและอาจทำให้บางท่านรู้สึกถึงอดีตหรือช่วงเวลาที่มีความสุขในช่วงวัยหนึ่งชีวิต และนอกจากนี้ เนื้อหาที่หลากหลายรูปแบบนี้ก็ไม่ใช่ว่าทุกคิดที่จะติดตามสนใจ เนื้อหาที่น่าสนใจเพียงอย่างเดียวแต่ยังมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญต่อผู้ดำเนินรายการไม่น้อยจากการสังเกต ผู้วิจัยพบว่ามีการจำนวนข้อความไม่น้อยที่แสดงความคิดเห็นที่เป็นการชื่นชมผู้ดำเนินรายการ (คุณ โจโจ ทรงธรรม) ซึ่งเป็นการชื่นชมในตัวบุคคล หรือชื่นชอบเป็นพิเศษ ถึงวิธีการดำเนินรายการ กิริยามารยาท คำพูดที่ใช้ การแสดงออกในด้านทัศนคติที่มีต่อสิ่งต่างๆ หรือด้วยเรื่องราวของชีวิตที่น่าสนใจของเด็กหนุ่มชาวภูมูเชอคนึงซึ่งมีถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดตาก เรียนจบปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตร์ แต่กลับที่จะหันหลังให้กับการทำงานในวิชาชีพที่ตนเองได้ร่ำเรียนมา หันหลังให้กับค่านิยมของสังคมคือการหางานที่มั่นคงทำอย่างที่ควรจะเป็นซึ่งนี้อาจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ช่อง JoCho Sippawat แตกต่างจากช่องอื่นๆ ที่มีเนื้อหาคล้ายและใกล้เคียงกัน จนทำให้ช่องนั้นมีผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งมีผู้คนจำนวนไม่น้อยที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นในเชิงชื่นชมการกระทำของ คุณ โจโจ หรือยินดีกับคุณ โจโจ ที่ประสบความสำเร็จ สิ่งเหล่านี้ อาจเกิดจากความรู้สึกภาคภูมิใจไปกับคนที่เราชื่นชอบ

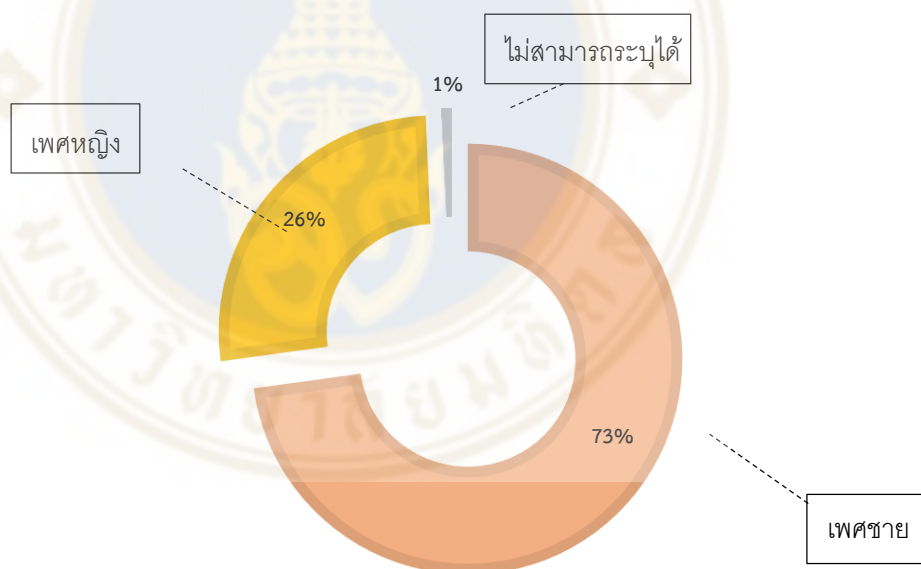
4.1.2 จากการสังเกตข้อความแสดงความคิดเห็นในขั้นแรกพบว่า มีข้อมูลที่แปลกใหม่ เช่น มีบุคคลากรครู หรือพ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นกล่าวชื่นชมเนื้อหา รวมถึงผู้ดำเนินรายการ เนื่องจากเป็นช่องที่ ลูกหลานหรือลูกศิษย์ รวมไปถึงเด็กเล็กชอบดู และติดตาม ด้วยอาจจะมีเนื้อหาที่สนุกสำหรับเด็กๆ นอกจากนี้ โจโจ เองมีกิริยา มารยาท รวมไปถึงการพูดจา การแสดงออก ที่เหมาะสม ที่ทำให้ครู อาจารย์ หรือพ่อแม่ ผู้ปกครอง วางใจที่จะให้บุตรหลานของตนรับชม ซึ่งนี้อาจจะเป็นอีกกลุ่มที่ติดตามและเป็นแฟนของช่อง JoCho Sippawat

ปัญหาและอุปสรรค วิธีแก้ไข

เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากวิดีโอโดยใช้การแบ่งเนื้อหาจากการบันทึกระยะเวลาของแต่ละประเภทของเนื้อหาเพื่อแบ่งสัดส่วนเนื้อหาในแต่ละวิดีโอ ซึ่งในหนึ่งวิดีโอนั้นมีรายละเอียดที่มีความทับซ้อนของเนื้อหาที่ผสมและปนกันของเนื้อหาในแต่ละประเภท ทำให้ในการแบ่งประเภทของเนื้อหาออกจากกันนั้นเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความเข้าใจในเนื้อหาเช่น เนื้อหาประเภท

การหาวัตถุประสงค์ในการประกอบอาหาร และการหาวัตถุประสงค์จนมาถึงการปรุงอาหาร ซึ่งในบางตอนจะมีเนื้อหาแค่ในส่วนของการไล่ล่าหาวัตถุประสงค์เพียงอย่างเดียว ไม่ได้มีการนำมาปรุงสุกเพื่อรับประทาน ซึ่งสาเหตุของการแบ่งนั้นเนื่องจากความต่างเพียงแค่การที่มีการนำมาปรุงสุกโชว์ผู้ชม กับหาวัตถุประสงค์เพียงอย่างเดียว ส่งผลต่อยอดผู้ติดตามอยู่ไม่น้อยจึงทำให้ต้องมาการแบ่งอย่างระมัดระวัง นอกจากนี้ในส่วนเนื้อหาที่ต้องใช้จากการข้อความแสดงความคิดเห็นของผู้ชมที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นนั้น เนื่องจากการเลือกจากข้อความที่มีผู้กดถูกใจมากที่สุด ซึ่งในบางกรณีผู้ที่ได้รับการกดถูกใจมากที่สุดอาจเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง หรือผู้ดำเนินรายการเอง ซึ่งข้อความเหล่านี้จะไม่สามารถนำมาบันทึกได้เนื่องจากผู้คนที่เข้ามากดถูกใจนั้นอาจจะไม่ได้มีความคิดที่ตรงกับข้อความ หรือถูกใจอย่างเดียว แต่อาจเป็นคารา ผู้มีชื่อเสียงที่ตนชื่นชอบหรือมีปัจจัยอื่นๆเข้ามาร่วมในการกดถูกใจข้อความเหล่านี้

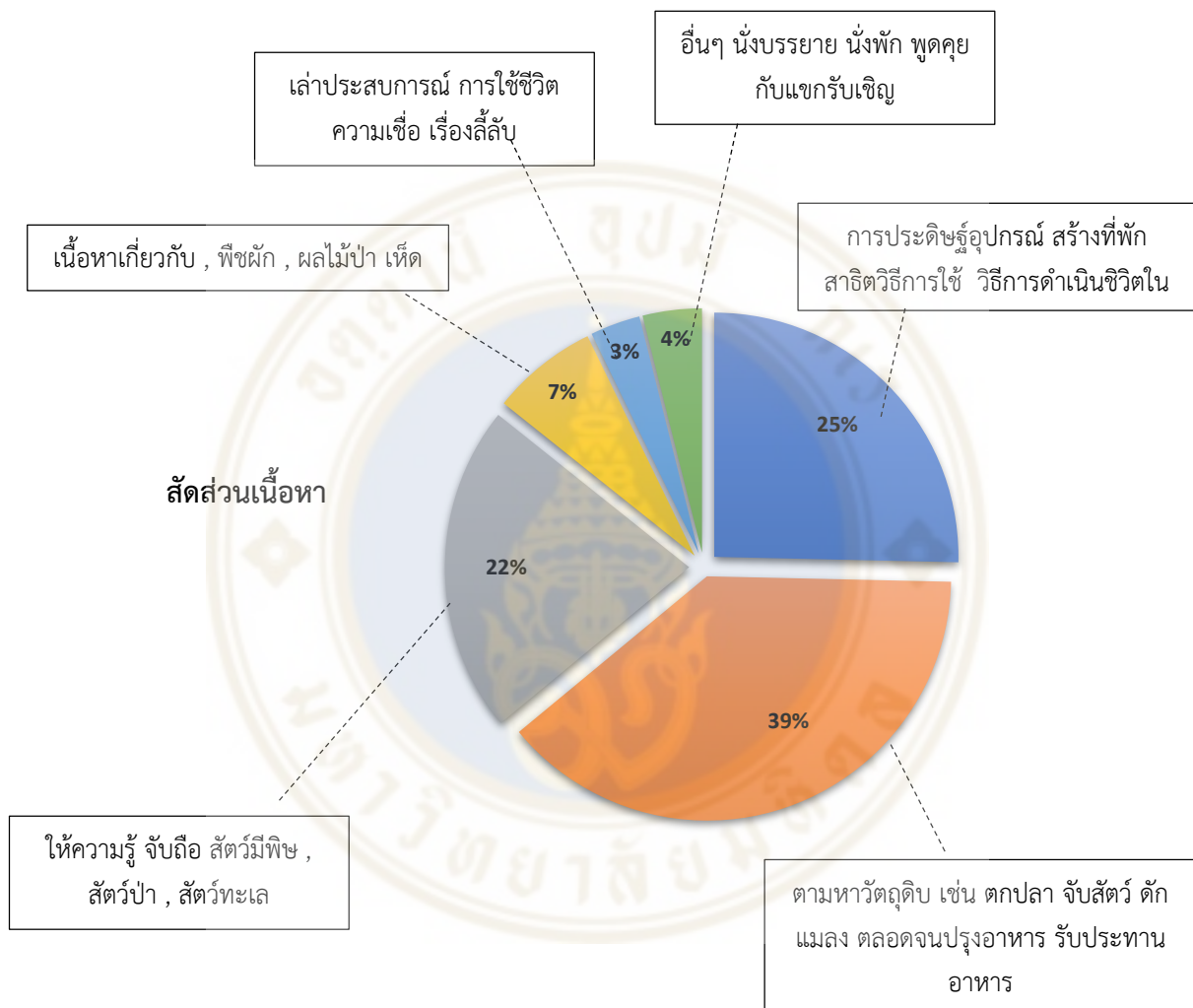
4.2 แผนภาพเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล



ภาพที่ 4.1 แผนภาพแสดงสัดส่วนเพศจากข้อความแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนข้อมูลข้อความที่มีจำนวนผู้กดถูกใจมากที่สุดจำนวน 5 ข้อความจากผู้รับชมที่ได้เข้ามาแสดงความคิดเห็นในวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat ที่มียอดผู้รับชมตั้งแต่ 1 ล้านยอดผู้รับชมขึ้นไป บนช่องทาง Youtube มีจำนวนทั้งหมดทั้งหมด N = 585 ซึ่งเป็นจำนวนเพศชาย 426 ข้อความ ซึ่งคิดเป็น 73% และเพศหญิงจำนวน 155 ข้อความ ซึ่งคิดเป็น 26% จำนวนข้อมูลทั้งหมดนอกจากนี้ยังมีอีกจำนวน 4 ข้อความที่ไม่สามารถระบุเพศได้จากแผนภาพจะเห็นได้ว่ามีสัดส่วนที่

เข้ามาแสดงความคิดเห็นที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งมีจำนวนเพศชายที่เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นที่ได้รับการกดถูกใจเยอะกว่าข้อความของผู้แสดงความคิดเห็นที่เป็นเพศหญิงกว่า 47% แต่ก็เป็นที่น่าสนใจไม่น้อยที่มีผู้หญิงจำนวนไม่น้อยเข้ามาดู ติดตาม สำหรับช่องที่มีเนื้อหาในการพจนานุกรม การเอาชีวิตรอด



ภาพที่ 4.2 แผนภาพแสดงสัดส่วนของเนื้อหาจากวิดีโอตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การแบ่งประเภทของเนื้อหาโดยแจกแจงจากเนื้อหาแต่ละประเภทที่มีการดำเนินกิจกรรมแตกต่างกันออกไปโดยในแต่ละวิดีโอจะมีเนื้อหาหลักและเนื้อหารองที่จะประกอบไปด้วยกิจกรรมอื่นๆ ที่ทำให้สนุกสนาน และน่าติดตามมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าการแบ่งประเภทของเนื้อหาจาก Play list จะทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่เที่ยงตรงและขาดประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยแบ่งสัดส่วนจากประเภทของกิจกรรมในแต่ละวิดีโอ ซึ่งประมาณของเนื้อหานั้นจะวัดความยาวจาก

ระยะเวลาโดยใช้การจับเวลาตามระยะเวลาของเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในวิดีโอ โดยจากการเก็บข้อมูลสามารถแบ่งสัดส่วนได้ดังนี้

วิดีโอของช่อง JoCho Sippawat ที่มียอดผู้รับชมจำนวนตั้งแต่ 1 ล้านยอดผู้รับชมขึ้นไป ทั้งหมดมีจำนวน 117 ตอน ความยาวรวม 2,907 นาที ซึ่งเป็นข้อมูล ณ วันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2566 ซึ่งมีประเภทของเนื้อหาโดยแบ่งได้จากกิจกรรมที่ดำเนินเนื้อหาหลักของแต่ละวิดีโอจำนวน 6 ประเภท คือ (1) การตามหาวัตถุดิบ เช่น ตกปลา จับสัตว์ ล่อแมลง ตลอดจนนำมาปรุงสุกเพื่อรับประทาน มีจำนวน 1,096 นาที คิดเป็น 39% (2) การประดิษฐ์อุปกรณ์ สร้างที่พัก สาธิตวิธีการใช้อุปกรณ์หรือวัสดุต่างๆ เพื่อการใช้ชีวิตให้อยู่รอดในป่า มีจำนวน 719 นาที คิดเป็น 25 % (3) การให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ป่า สัตว์หายาก สัตว์มีพิษ สัตว์ทะเล รวมไปถึงการจับเล่น หรือแนะนำ มีจำนวน 616 นาที คิดเป็น 22% (4) การให้ความรู้เกี่ยวผลไม้ป่า พืชผักในป่า เทคนิคต่างๆ รวมไปถึงนำมารับประทาน โขว์ มีจำนวน 200 นาที คิดเป็น 7% (5) การเล่าประสบการณ์การใช้ชีวิตในป่า หรือเรื่องเล่า สิ่งลี้ลับ ความเชื่อ จำนวน 94 นาที คิดเป็น 3% (6) อื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหา เช่น นั่งพัก นั่งเล่น หรือตามคำถามจากทางบ้าน จำนวน 111 นาที คิดเป็น 4% ซึ่งจากแผนภาพแสดงสัดส่วนเนื้อหาจากวิดีโอที่มียอดผู้รับชมตั้งแต่ 1 ล้านยอดผู้รับชมขึ้นไปจนถึงวิดีโอที่มียอดผู้รับชมมากที่สุดของช่อง Jocho Sippawat จำนวน 10 ล้านยอดผู้รับชม คือวิดีโอที่มีชื่อตอนว่า “เอาชีวิตรอด 3 วัน 2 คืน ...!! ep 1 [โจโล]” โดยจะเห็นได้ว่าเนื้อหาของช่องๆ ที่ถูกถ่ายทอดออกมานั้นมีความน่าจะใจที่แตกต่างกันออกไปตามกิจกรรมของในแต่ละเรื่องราว โดยจากวิดีโอที่มีจำนวนผู้รับชมเป็นจำนวนมากของช่อง JoCho Sippawat คือเนื้อหาการหาวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น การตกปลา กับดักสัตว์ หรือหาอาหารจากแหล่งธรรมชาติ จนไปถึงการนำมาปรุงสุก เพื่อรับประทาน โดยคิดเป็น 39% จากสัดส่วนของเนื้อหาทั้งหมด ซึ่งถือเป็นสัดส่วนเนื้อหาที่มากที่สุดจากจำนวนทั้งหมด และเนื้อหาการทักษะการดำรงชีวิตในป่า หรือเกาะ เช่น การลงมือสร้างที่พักอาศัย ประดิษฐ์อุปกรณ์เพื่อดำรงชีพหรือล่าสัตว์ หรือประดิษฐ์อุปกรณ์ในการใช้ทำอาหาร ตลอดจนไปถึงการบรรยายให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าวที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อเป็นการในความรู้ในวิธีการดำรงชีพและเอาตัวรอดซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ 25% ของจำนวนเนื้อหาทั้งหมดที่นำมารวบรวม นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับสัตว์โดยตรง เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสัตว์มีพิษ สัตว์ป่าที่หาดูได้ยาก หรือสัตว์น้ำทั้งน้ำจืดและน้ำเค็มที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 22% จากจำนวนของเนื้อหาทั้งหมดของวิดีโอที่ผู้วิจัยได้เลือกมาศึกษา โดยจะเห็นได้ว่าเนื้อหาทั้ง 3 ประเภทนี้ มีสัดส่วนของเนื้อหารวมกันอยู่ที่ 86% จากจำนวนทั้งหมด ซึ่งครอบคลุมสัดส่วนเกือบจะทั้งหมดของจำนวนเนื้อหาทั้งหมดจากจำนวนวิดีโอที่ได้เลือกมา จึงสรุปได้ว่าทั้ง 3 ประเภทของเนื้อหาที่กล่าวมาข้างต้นเป็นเนื้อหาหลักของช่อง โจโล และเป็นเนื้อหาที่ผู้รับชมให้ความสนใจและติดตามมากที่สุด

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงวิดีโอและสัดส่วนของเนื้อหาจากวิดีโอที่มีจำนวนยอดผู้รับชมมากที่สุด 10 อันดับแรก

ชื่อวิดีโอ	ยอดผู้รับชม (หน่วย : ล้าน)	ความยาวของเนื้อหา (นาที)	การสร้างที่พิกหรือประเด็นอุปกรณ์ ถึงปลูกสร้างใช้ในกรณีดำเนินชีวิต การดำเนินชีวิตในป่าเดินบรรยายให้ความรู้ระหว่างทาง (นาที)	การหาวัตถุดิบสัตว์และนำมาปรุงสุกเพื่อรับประทาน (นาที)	สัตว์มีพิษ/สัตว์ป่า/สัตว์ทะเล เล่นกับสัตว์ จับให้ความรู้ รับประทาน (นาที)	การหาและให้ความรู้เกี่ยวกับผลไม้ป่า พืชผัก ถิ่น โซว์ (นาที)	ให้ความรู้เกี่ยวกับความเชื่อสิ่ง ลึกลับ ข้อควร หรือไม่ควร ทำ (นาที)	อื่นๆ เช่น นันทนาการ ดนตรี ปลูกพืชผัก รับประทาน
102. เอเชียวิตรอด 3 วัน 2 คืน ...!! Ep.1	10	26	9	13	3	1		
103. เอเชียวิตรอด...!! ทำกับดัก...!! สร้างที่พักในป่าดิบชื้น EP.4	9.1	66	15	41	3	3		4
104. ถ้าหมึกล่ากิ้งก่า มาด้อมกับบะหมี่ถ้วยร้อน...!! อร่อยสุดๆ	9.2	18		18				
105. เอเชียวิตรอด EP.9 คิดเกาะร้าง ...!!	8.2	37	11	21				5
106. แข่งกันเอเชียวิตรอด...!!	7.6	33	18	6				9
107. ตะขามออกลูก...!! .. เลี้ยงลูกยังไง...!!	7.2	16			16			
108. เอเชียวิตรอด 3 วัน 2 คืน EP.6 สร้างที่พัก หาอาหารในป่าโหด...!!	7.1	52	11	27				2
109. เอเชียวิตรอด ...!! Ep.10 หาอาหารและที่พักในป่าเบญจพรรณ ...!!	4.9	35	18	12				5
110. เดินสำรวจป่าดิบใต้ ...!!	4.8	16			16			
111. เอเชียวิตรอด...!! 3 วัน 2 คืน ...!! สร้างที่พักหาอาหารในป่าเต็งรัง Ep.3	4.6	43	8	24	4	1		6
รวม	72.7	342	90	162	42	5	0	31
จากทั้งหมด	258.8	2,907	719	1,096	616	200	94	111

จากอันดับ 10 วิดีโอของช่อง JoCho Sippawat ที่มียอดผู้ชมมากที่สุดทั้งหมดนั้นจะเห็นได้ว่ามียอดผู้รับชมรวมกัน 10 วิดีโออยู่ที่ 72.7 ล้านยอดผู้รับชม ซึ่งคิดเป็น 28.1% ของยอดผู้รับชมทั้งหมดจากวิดีโอที่มียอดผู้รับชมตั้งแต่ 1 ล้านยอดผู้รับชมขึ้นไป ที่มีจำนวน 117 วิดีโอ โดยถ้าหากเปรียบเทียบสัดส่วนแล้ว จากจำนวนวิดีโอ 10 อันดับแรกนั้น จะคิดเป็นสัดส่วน 8.5% เท่านั้นจาก 117 วิดีโอ ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า 10 วิดีโอแรกนั้นมีจำนวนผู้รับชมสูงอย่างมีนัยสำคัญ และหากดูจากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าให้ 10 วิดีโอที่มียอดผู้ชมสูงสุดนั้น เป็นวิดีโอที่มีชื่อตอนว่า “เอเชียวิตรอด” จำนวน 7 วิดีโอจากทั้งหมด โดยในเนื้อหาของวิดีโอนั้นจะเป็นการถ่ายทอดวิธีการเอา

ชีวิตรอดในแต่ละเขตพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นเขตร้อนชื้น หรือป่าแล้ง รวมไปถึงถึงเกาะที่ไม่มีผู้คนอยู่อาศัย ที่ทางโจโจจะเข้าไปอยู่ สร้างที่พัก หาดอาหาร ล่าสัตว์ ในพื้นที่ต่างๆ สร้างอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อเป็นสิ่งที่ช่วยในการใช้ชีวิตในแต่ละพื้นที่ และอีก 2 ที่มีชื่อตอนว่า (1) ตะขาคอกลูก!! ... เลี้ยงลูกยังไง (2)เดินสำรวจป่าดิบใต้ ที่จะมีเนื้อหาหลักที่เกี่ยวกับการให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ป่า สัตว์หายาก สัตว์มีพิษ ซึ่งโจโจจะคอยแนะนำและถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับสัตว์ชนิดต่างๆ และวิดีโอที่มียอดผู้รับชมเป็นอันดับที่ 3 คือ “ล่าหมึกล่ากิ้งสดๆ มาต้มกับบะหมี่ถ้วยร้อน...!! อร่อยสุดๆ” เนื้อหาหลักจะเป็นการที่โจโจเดินลงไปบนชายหาดในตอนที่มีน้ำลงเพื่อล่ากิ้ง และปลาหมึก โดยการล่าสัตว์เหล่านั้นด้วยเหยื่อล่อบนปากหลุมที่เป็นรังที่อยู่อาศัย และเอาไม้เหล็กแหลมเสียบและดึงกิ้งหรือปลาหมึกขึ้นมาและนำมาต้มกินกับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ซึ่งเนื้อเรื่องที่ดูเหมือนจะธรรมดาเหล่านี้กลับเป็นวิดีโอที่ได้รับรางวัลติดอันดับวิดีโอยอดนิยมของ Youtube ประเทศไทยหมวดทั่วไป ซึ่งได้รับรางวัลเป็น โล่พิเศษ TOP TRENDING VIDEOS 2021



ภาพที่ 4.3 ภาพตัวอย่างภาพโล่รางวัล TOP TRENDING VIDEOS 2021

สิ่งเหล่านี้ดูเหมือนจะเป็นวิธีที่ใครหลายคนสามารถมองเห็นภาพและนึกออกเพราะเป็นสิ่งใกล้ตัวที่ทุกคนก็เคยไปเที่ยวทะเลก็คงจะเคยเห็นรูปแบบนี้แต่ไม่เคยหาคำตอบว่าคืออะไรหรือมองข้ามไป นี่อาจเป็นอีกหนึ่งมนเสน่ห์ที่สำคัญของของ โขโจที่ทำให้แตกต่างไปจากช่องอื่นหรือรายการสารคดีใหญ่ๆ เพราะสิ่งที่โจโจกำลังเล่าให้ทุกคนฟังเป็นสิ่งที่ใกล้ตัว และทุกคนก็อาจจะเคยเห็น หรือเคยพบเห็นแล้วแต่ไม่รู้ว่าคืออะไร หรือวิธีการในการสร้างอุปกรณ์ สร้างที่พักต่างๆ ที่สามารถนำไปลองใช้ให้ชีวิตจริงได้ด้วยตัวเอง เพราะสิ่งต่างๆที่โจโจกำลังเล่าให้เราฟังหรือทำให้เราดูไม่ใช่สิ่งที่ไกลเกินเอื้อมเพราะ โขโจก็แสดงให้เห็นแล้วว่าสิ่งนี้สามารถทำได้ด้วยตัวของเค้าเอง สิ่ง

ต่างๆ เหล่านี้ทำให้วิดีโอในช่องโจโจมีผู้รับชมเป็นจำนวนมาก สามารถดูได้ทั้งเพศชายและเพศหญิง นอกจากนี้เราจะเห็นได้ว่ามีผู้ปกครองหรือครู อาจารย์เข้ามาแสดงความคิดเห็นว่ามีเด็กที่คอยติดตามอยู่เป็นจำนวนมาก และผู้ใหญ่ก็ไม่คิดขัดพร้อมทั้งสนับสนุนเนื้อหาที่มีประโยชน์สนุกสนาน น่าตื่นเต้น และไม่มีพฤติกรรมที่ไม่ดี หรือก้าวร้าว จึงทำให้พ่อแม่ผู้ปกครองสบายใจและวางใจที่จะให้ลูกหลานของตัวเองดูได้



ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างรูปภาพโจโจเป็นแฮกรับเชิญในรายการ Super 100

นอกจากนี้โจโจได้รับเชิญไปออกรายการ Super 100 โดยได้มีการรวมเล่นเกมทางข้อสัตว์ชนิดต่างๆ และได้นำสัตว์ที่ตัวเองได้เลี้ยงไว้ไปแสดงในรายการยกตัวอย่างเช่น ตะขาบ เขียด แมงมุม แมงป่อง เป็นต้น ซึ่งจะมีเนื้อหาในการให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ชนิดต่างๆ ซึ่งในวิดีโอดังกล่าวก็มีผู้รับชมสูงถึง 7.1 ล้านยอดผู้รับชมและ ยังเป็นวิดีโอที่มียอดผู้รับชมเป็นอันดับที่ 15 ของช่อง Superjeew Official อีกด้วย

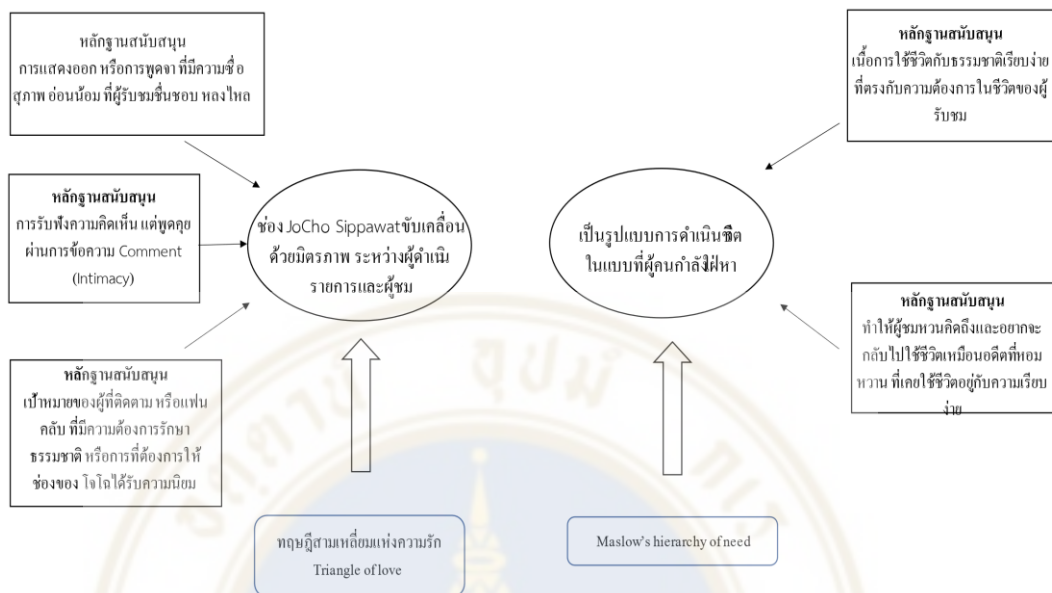
อีกหนึ่งจุดเด่นที่ผู้ติดตามรวมถึงใครหลายคนต่างก็นึกถึงเวลาพูดถึงโจโจก็คือ “สัตว์” ที่ไม่ว่าจะเป็นสัตว์มีพิษ สัตว์ป่า หรือสัตว์ที่มีอยู่ตามตัวไปที่ทุกคนสามารถพบเจอได้ เป็นอีกหนึ่งเอกลักษณ์สำคัญของช่องโจโจ ที่จะคอยให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์อยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นวิดีโอที่ไม่ใช่วิดีโอหลักที่จะพูดถึงเรื่องสัตว์ แต่ในการดำเนินเนื้อเรื่องถ้าเจอสัตว์แปลกหรือสัตว์ที่น่าสนใจก็จะมี การแหวะให้ความรู้อยู่เสมอ โดยหากคิดจากสัดส่วนของเนื้อหาที่เกี่ยวกับสัตว์ของโจโจจากจำนวนวิดีโอที่ได้เก็บข้อมูลจำนวน 2,907 นาที พบว่าในจำนวนเหล่านั้นจะมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับสัตว์อยู่ 616 นาที ซึ่งถือเป็น 22% จำนวนทั้งหมด และถือว่ามากเป็นอันดับที่ 3 จากประเภทของเนื้อหาทั้งหมด ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวที่ทำให้เห็นว่าเป็นเหตุผลส่วนหนึ่งที่ทำให้ช่องโจโจมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และในอีกทางหนึ่งช่องโจโจอาจจะเป็นช่องทางหนึ่งสำหรับผู้ชื่นชอบในการเรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์ หรือเดิมทีชอบเดินทางออกไปเที่ยวตามสวนสัตว์ที่มีให้บริการอยู่แล้ว หรือเด็กเล็กที่เป็น

กลุ่มเป้าหมายหลักของสวนสัตว์ เพราะจะเห็น ได้จากการแสดงความคิดเห็นในวิดีโอ เช่น “นักเรียนของเราขอบคุณมากเลยตามดูทุกคลิป ทุกวันนักเรียนจะมาอ่อนให้เปิดคลิปคุณให้ดูอย่างน้อย 1 คลิป อันไหนดูแล้วก็ดูอีก เลยอยากให้เราทำคลิปเยอะๆ แฟนคลับตัวน้อยรอคุณอยู่” “ลูกสาว 4ขวบ ชอบดูคุณ โจ โนมมาก ลูกสาวจะบอกว่าแม่ๆอยากดูพี่โจ โน พาไปดูแมลง ลูกสาวสามารถบอกได้ว่าสัตว์ชนิดไหนมีพิษไม่ควรจับ ขอเป็นกำลังใจนะคะ” ซึ่งบ่งบอกได้ว่าช่อง JoCho Sippawat จะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่เด็กๆ สามารถที่จะอยู่ใกล้กับสิ่งที่ชอบ ได้เรียนรู้ โดยมีผู้ที่มีความรู้คอยบรรยายให้คำแนะนำ ไม่น่าเบื่อ โดยที่ผู้ปกครองไม่จำเป็นต้องพาออกไปที่สวนสัตว์



ภาพที่ 4.5 ภาพตัวอย่างภาพข้อความที่มีการแสดงความคิดเห็นจากผู้ปกครอง

4.3 แนวคิดหลักที่ได้จากผลการวิจัย



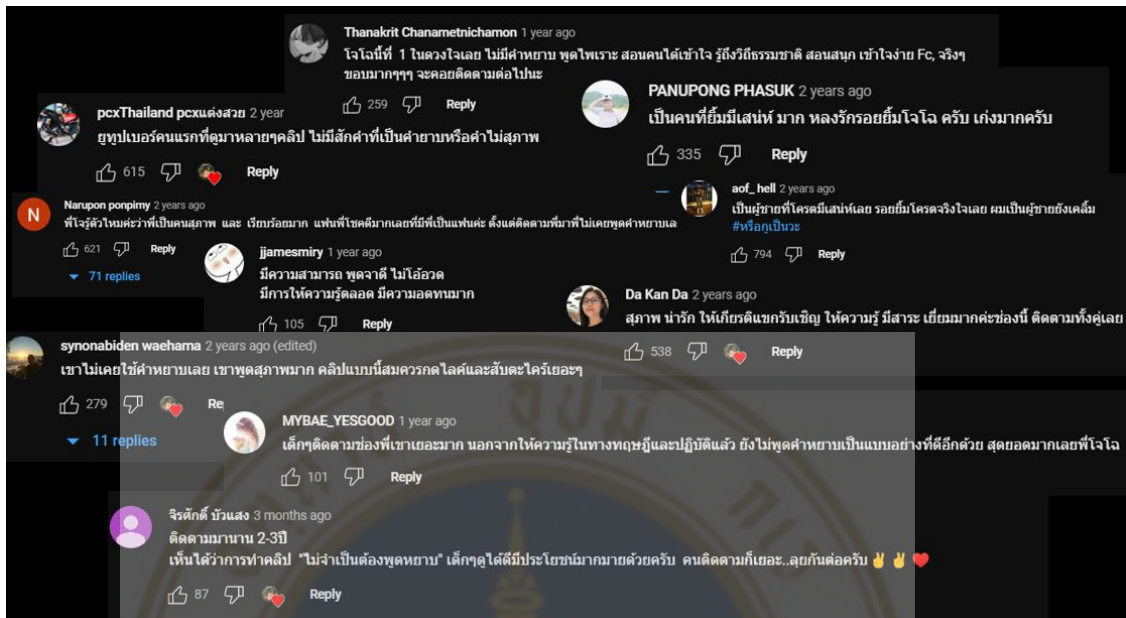
ภาพที่ 4.6 ภาพแนวคิดหลักที่ได้จากผลการวิจัย

แนวคิดที่ 1

“ช่อง JoCho Sippawat ขับเคลื่อนด้วยมิตรภาพ ระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้ชม”

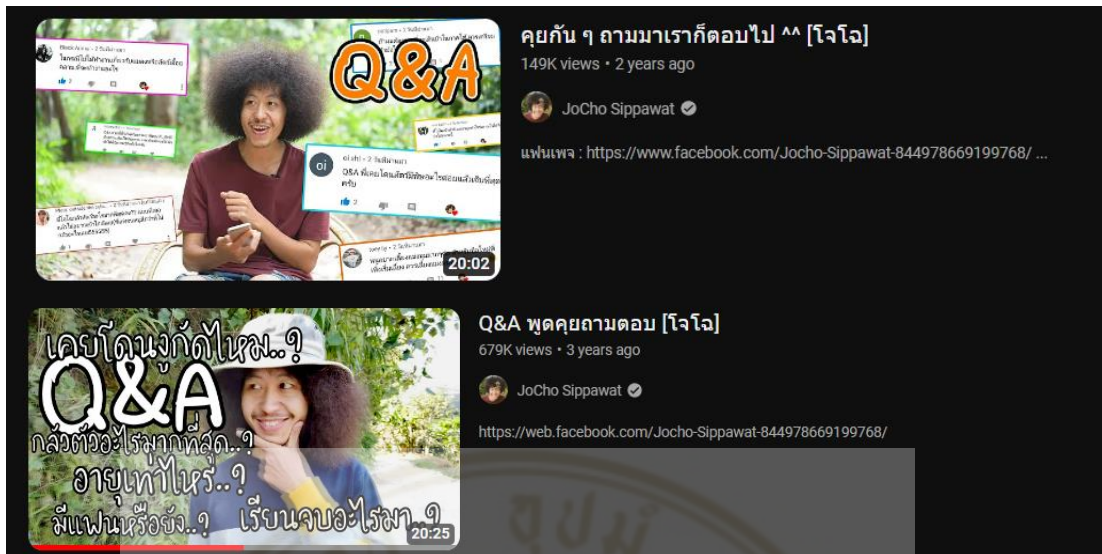
จากการเก็บข้อมูลด้วยการเลือกวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat เฉพาะวิดีโอที่มีจำนวนผู้รับชมมากกว่า 1 ล้านยอดผู้รับชมขึ้นไปเพื่อนำมาร่วมวิเคราะห์ร่วมกับข้อความของผู้ที่แสดงความคิดเห็น โดยเลือกจากจำนวนข้อความที่มีผู้กดถูกใจสูงสุดจำนวนห้าข้อความ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า (1) ความรัก ความหลงใหล (Passion) ในตัวบุคคลนั้นเป็นปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะทำให้จำนวนของผู้รับชมของช่องนั้นมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และยังทำให้ให้ได้รับความนิยมนอย่างต่อเนื่อง โดยสิ่งเหล่านี้ถูกจากขึ้นมาจากการถ่ายทอดออกมาจากตัวตนของผู้ดำเนินรายการไม่ว่าจะเป็น การพูดจากที่สุภาพ อ่อนน้อมถ่อมตน หรือการที่มีบุคลิกที่มีความซื่อ อาจเห็นได้การตอบรับของผู้ชมจากข้อความที่แสดงความคิดเห็นที่มีการชื่นชมในตัวของ โจโจว่า ไม่มีการพูดคำหยาบ เป็นคนสุภาพ จนสามารถให้ลูกศิษย์ หรือลูกหลานดูได้โดยไม่ต้องกังวลว่าจะได้รับตัวอย่างที่ไม่ดีจากสื่อออนไลน์ ในช่องอื่นๆที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน นอกจากนี้ความสามารถ ซึ่งสิ่งที่ดูเหมือนจะธรรมดาเหล่านี้ที่ใครๆ ก็สามารทำได้ แต่ในยุคสมัยปัจจุบันกลายเป็นสิ่งที่ล้ำค่าที่หลายคนเห็นถึงคุณค่า โดยจากการสำรวจในข้อความที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นในวิดีโอของ โจโจ ทั้งในช่อง JoCho Sippawat

หรือแม้แต่ในรายการ Super 100 ที่โจโจได้ไปร่วมรายการนั้น ผู้คนที่ต่างเข้ามาชื่นชม โจโจ ในจุดนี้ จนทำให้กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้โจโจนั้นมีเสน่ห์ และดึงดูดผู้ชม ที่แตกต่างจากช่องอื่นๆ

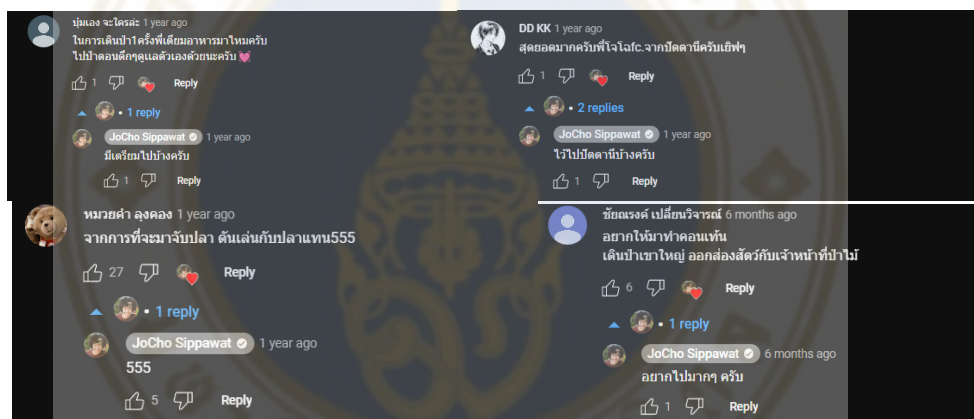


ภาพที่ 4.7 ภาพตัวอย่างข้อความแสดงความคิดเห็นประกอบแนวคิดที่ 1

นอกจากนี้องค์ความรู้ที่ถ่ายทอดออกมาซึ่งในบางครั้งก็เป็นเรื่องที่ใครหลายๆคน อาจจะเคยพบเคยเจอแต่ไม่เคยรู้ว่าก่อน หรือเป็นความคิดสร้างสรรค์ในการประดิษฐ์สิ่งต่างๆ ก็ทำให้ผู้คนนั้นหลงใหลในผู้ชายคนนี้ได้ไม่ยาก (2) ในแง่มุมของความใกล้ชิดสนิทสนม (Intimacy) ที่จะเห็นได้ว่าตั้งแต่โจโจได้ทำช่องมาจะมีการพูดคุยกับผู้รับชมผ่านข้อความที่ผู้คนเข้ามาแสดงความความคิดเห็นอยู่บ่อยครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาแนะนำข้อมูลทางโจโจเขาก็ได้มีการเข้าไปรับคำแนะนำและขอบคุณสำหรับข้อมูล หรือ ไม่ว่าจะเป็นการติชม ก็จะให้ว่าบ่อยครั้งที่โจโจได้มีการเข้าไปตอบกลับข้อความเหล่านั้นและยอมรับเพื่อพัฒนาต่อไป นอกจากนี้ยังได้มีการทำวิดีโอพิเศษออกมาโดยการคัดคำถามจากข้อความที่คนถามเพื่อนำข้อความเหล่านั้นมาตอบให้เหล่าแฟนคลับ ได้รู้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้รับชมนั้นเกิดความรู้สึกที่ใกล้ชิดกับตัวโจโจมากขึ้นและทำให้เฝ้าคอยติดตามผลงานอยู่เสมอ



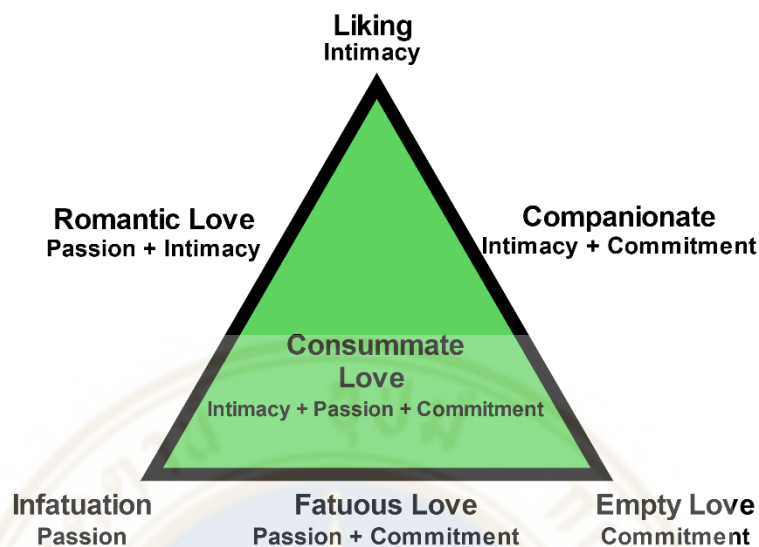
ภาพที่ 4.8 ภาพตัวอย่างภาพคลิปการถามตอบของ JoCho Sippawat



ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างภาพการตอบข้อความของผู้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นของ JoCho Sippawat

(3) การผูกพัน/ผูกมัด (Commitment) พบว่ามีส่วนเกี่ยวข้องที่จะทำให้ผู้รับชมนั้นรับชมตลอดในช่วงเวลาที่ผ่านมามาจนกระทั่งปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีข้อความแสดงความคิดเห็นในเชิงที่ร่วมแสดงความยินดีที่ยอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น โดยบอกว่าตนนั้นติดตามมาโดยตลอดตั้งแต่ต้น ส่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่แสดงว่าผู้รับชมนั้นชื่นชอบ และติดตามมาโดยตลอด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความผูกพันระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้รับชม ที่ได้เห็นการเติบโตของช่องตลอดมาจนเกิดความรู้สึกดีที่มีต่อช่อง ที่อยากจะเห็นช่องที่ตัวเองรักนั้นประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ด้วยเนื้อหาของช่องที่พูดถึงธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ นั้น จะเห็นได้ว่ามีผู้ชมจำนวนไม่น้อยที่เข้ามาติดตามด้วยความชื่นชมในความรักธรรมชาติของ โจโจ และมีความตั้งใจที่จะเสนอแง่มุมนี้บ่อยครั้ง ซึ่งก็เป็นอีกจุด

หนึ่งสำหรับผู้รับชมที่มีความชื่นชอบในอุดมการณ์เดียวกันมีเป้าหมายร่วมกันเข้ามารับชมช่อง JoCho Sippawat



ภาพที่ 4.10 ภาพทฤษฎีสองเหลี่ยมแห่งความรัก

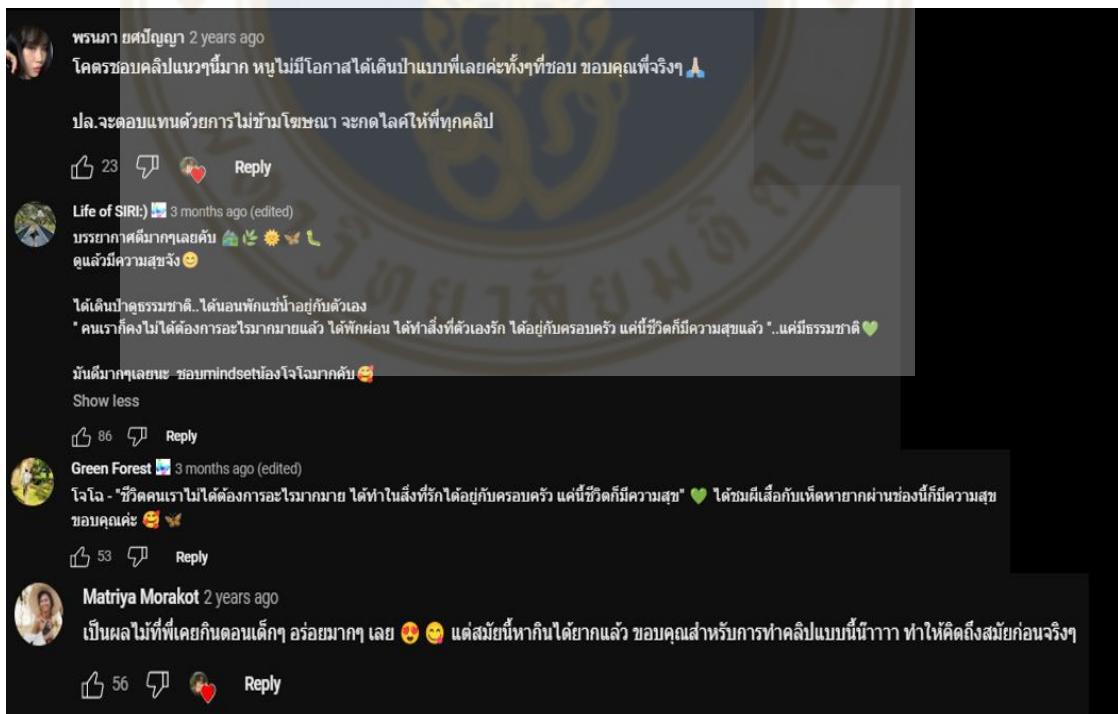
ซึ่งแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่าเป็นความสอดคล้องกับทฤษฎีสองเหลี่ยมแห่งความรัก หรือ Triangle of love ของนักจิตวิทยาชาวอเมริกัน “โรเบิร์ต เจฟฟรีย์ สเติร์นเบิร์ก” (Robert Jeffrey Sternberg) ที่ได้แบ่งรูปแบบของความรักออกเป็น 8 แบบ ซึ่งรูปแบบความรักที่สมบูรณ์แบบมากที่สุด คือ Consummate ซึ่งประกอบด้วยส่วนประกอบที่สำคัญ 3 อย่างด้วยกัน คือ 1. ความหลงใหล (Passion) 2. ความใกล้ชิด (Intimacy) 3. การผูกมัด (Commitment) ซึ่งจากการเก็บข้อมูลพบว่า ลักษณะนิสัยของผู้ดำเนินรายการ (โจโจ) การแสดงออก ทักษะที่แสดงออกมานั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ติดตามนั้นรักและชื่นชอบช่อง JoCho Sippawat หรือด้วยการใส่ในแฟนคลับ โดยการรับความติชม หรือข้อเสนอแนะของผู้ดำเนินรายการนั้น ก็เป็นสิ่งที่อาจจะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินกับผู้รับชมได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ โรเบิร์ต เจฟฟรีย์ สเติร์นเบิร์ก ยังได้แบ่งความรักออกเป็นหลายรูปแบบ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือความรักที่มาในลักษณะมิตรภาพระหว่างเพื่อนคู่เพื่อนที่เกิดจากความใกล้ชิดสนิทสนม มีความตั้งใจ มีรสนิยม ความชอบ ที่คล้ายกันจึงทำให้ความคิดที่ไปในทิศทางเดียวกัน โดยสิ่งที่ได้กล่าวมานี้ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกดีต่อกันระหว่างทั้งสองฝั่ง ซึ่งทำให้เป็นสิ่งที่กำลังขับเคลื่อนช่องฯ จนทำให้ปัจจุบันมีผู้รับชมวิดีโอที่น่าเสนออยู่ตลอด และมีผู้กดติดตามช่องสูงถึง 3 ล้านผู้กดติดตาม

แนวคิดที่ 2

“เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตในแบบที่ผู้คนกำลังเฝ้าหา” จากการเก็บข้อมูลข้อความทั้งข้อความที่มีจำนวนยอดกดถูกใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละวิดีโอ นั้นทำให้ได้ข้อมูลการแสดงความคิดเห็นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการในส่วนลึกของบุคคลที่ได้เข้ามาติดตามรับชมวิดีโอช่อง JoCho Sippawat ที่มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้รับชมในยุคปัจจุบัน โดยจากการสังเกตการณ์พบว่า ผู้คนที่เข้ามารับชมวิดีโอของช่องฯ นั้นชื่นชอบและหลงใหลในวิถีชีวิต การใช้ชีวิตที่ถูกถ่ายทอดออกมาโดยคุณโจโจ ที่มีความสุขกับการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย มีความสุขกับการใช้ชีวิตไปกับธรรมชาติ หรือได้เดินทางเข้าไปในป่าเพื่อได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ด้วยมนต์เสน่ห์ของความเรียบง่ายและความธรรมดา ความตรงไปตรงมาในการใช้ชีวิตในแบบที่โจโจมีความสุข ทำให้ผู้คนต่างหลงใหล และเฝ้าหาที่จะใช้ชีวิตที่ไม่ต้องมีการแข่งขันสูง ไม่ต้องเร่งรีบ ไม่มีความวุ่นวาย หรือแม้กระทั่งสิ่งต่างๆ ในวิดีโอ นั้นทำให้นึกย้อนไปถึงตัวเองในอดีตที่เคยใช้ชีวิตแบบนี้เหมือนกันแต่ในปัจจุบันนั้นพอโตขึ้นมาต้องแข่งขัน ทำงานหาเงิน ใช้ชีวิตวุ่นวาย จึงไม่สามารถที่จะใช้ชีวิตอย่างในอดีตที่เคยทำได้หรือบางคนอาจจะใช้ชีวิตในวัยเด็กอยู่ในต่างจังหวัดที่เคยมีความสุข พอโตขึ้นมาอาจจะต้องเข้ามาทำงานหาเงินอยู่ในกรุงเทพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้รับชมนั้นมาดูและติดตามชมวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat เพื่อเติมเต็มความต้องการของตนเองที่ขาดหายไป จึงทำให้รู้สึกผ่อนคลาย เกิดความสนุก เพลิดเพลิน ไปกับการดูช่อง JoCho Sippawat ซึ่งสิ่งที่ผู้รับชมและติดตามช่อง กำลังตามหา อาจจะเป็นความธรรมดาในชีวิตที่ไม่สามารถจะธรรมดาได้



ภาพที่ 4.11 ภาพตัวอย่างข้อความแสดงความคิดเห็นประกอบแนวคิดที่ 2



ภาพที่ 4.12 ภาพตัวอย่างข้อความแสดงความคิดเห็นประกอบแนวคิดที่ 2

ซึ่งแนวที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่าสอดคล้องกับ ทฤษฎี Maslows Hierarchy of Needs ลำดับชั้นความต้องการ ที่ผู้คนที่ต่างมีความต้องการต้องแต่ขั้นพื้นฐาน เริ่มตั้งแต่ (1) ความต้องการทางด้านกายภาพ หรือ Physiological need (2) ความต้องการด้านความปลอดภัย ความมั่นคงในชีวิต หรือ Safety needs (3) ความต้องการด้านความรัก ความเป็นเจ้าของ หรือ Love and Belonging needs (4) ความต้องการด้านความเคารพ หรือ Esteem needs ไปจนถึงลำดับชั้นที่สูงที่สุด คือ (5) ความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิตหรือ Self-Actualization ซึ่งในขั้นสูงสุดนี้แต่ละคนก็มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปของแต่ละบุคคล

ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยภายนอกในการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบันนั้นเต็มไปด้วยปัญหาไม่ว่าจะเป็น เศรษฐกิจ ที่ทำให้รายได้หรือความมั่นคงของผู้คน โดยรวมเกิดความสั่นคลอน และ โรคระบาด Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของทุกคนตั้งแต่ช่วงปลายของปี 2019 จนมาถึงปัจจุบัน แม้ว่าโรคจะเบาบางจนกลายเป็นโรคประจำถิ่นแล้วก็ตาม แต่ระยะเวลาที่เกือบจะ 4 ปีที่ผ่านมา ทำให้ส่งผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจเรื้อรังมาจนถึงปัจจุบัน สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำให้ผู้คนเกิดความเครียดสะสมเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็สาเหตุจากรื่องเงิน หรือการกินอยู่ หรือการท่องเที่ยว ที่ยังคงไม่สามารถกลับมาใช้ชีวิตท่องเที่ยวได้ตามปกติ แม้ว่าในหลายประเทศรวมถึงประเทศไทยนั้น ก็ได้มีการเปิดประเทศมากขึ้น แต่ด้วยเม็ดเงินของแต่ละครัวเรือนที่ได้รับผลกระทบมาตั้งแต่ปี 2019 ก็ยังคงส่งผลให้บางคน หรือบางครอบครัวก็ยังไม่สามารถกลับมาใช้จ่ายได้ตามปกติจึงทำให้ผู้คนเกิดความเครียดเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ นอกจากนี้ผู้คนที่ต่างเติบโตขึ้นมาในยุคปัจจุบันนี้ ที่มีการแข่งขัน แข่งขัน ที่สูงเพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา เป็นสิ่งที่ส่งผลทำให้ความสุขของผู้คนในปัจจุบันนั้น ต่างลดน้อยลงตามความแข่งขันที่เพิ่มสูงมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้คนบางส่วนเริ่มโหยหาชีวิตในแบบที่ตนเองต้องการมากขึ้น มีความต้องการในชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยมีผลวิจัยเด็ก Generation Z พบว่าพวกเขาเหล่านี้ต้องการใช้ชีวิตอย่างคนธรรมดาที่มีความสุขในทุกๆ วัน โดยไม่ต้องกดดันชีวิตของตนเอง สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงค่านิยมที่เปลี่ยนไป พวกเขาต้องการเป็นคนธรรมดาในแบบของตนเอง เป็นความสุขอย่างหนึ่งของคน Generation Z ให้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะคนเหล่านี้ถูกขับเคลื่อนด้วยการแข่งขัน แข่งขัน ให้พวกเขาต้องเติบโตไปข้างหน้าอยู่ตลอดเวลาที่พวกเขาเติบโตขึ้นมา (ผกาวิ ค้อนคำดี , 2565) นอกจากนี้ยังได้เคยมีการเปรียบเทียบความต้องการพื้นฐานของกลุ่ม Generation Y เพื่อหาความสอดคล้องกับ ทฤษฎี Maslows Hierarchy of Needs พบว่า กลุ่ม Generation Y นั้น อาจไม่ได้มีความต้องการตามลำดับขั้นของทฤษฎีแล้ว เนื่องจากในบางขั้นนั้นเค้าอาจถูกเติมเต็มมาโดยผู้อื่นแล้ว เช่น พ่อ แม่ ปู่ ย่าตายาย ผู้คนเหล่านี้เลี้ยงดูบุตรหลานเป็นอย่างดี บางคนอาจไม่เคยต้องลำบาก (มณี เพชรเบญจกุล , 2557)

ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับทฤษฎี Maslows Hierarchy of Needs แล้ว จะเห็นได้ว่า ในยุคสมัยที่เปลี่ยนไปนี้ ผู้คนอาจได้รับการเติมเต็มในลำดับขั้นต้นมาจากสิ่งรอบข้าง ครอบครัว หรือ สังคมแล้ว ทำให้เกิดการมองหาสิ่งที่จะมาทำให้ตัวเองนั้นสมบูรณ์แบบ หรือต้องสนองความต้องการของตัวเอง ในการเป็นตัวเองมากยิ่งขึ้น แต่ด้วยปัจจัยภายนอกที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนั้น เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ใครหลายๆคนไม่สามารถที่จะทำสิ่งที่ปรารถนาในชีวิตได้อย่างที่ต้องการ เพราะฉะนั้นจึงทำให้การรับชมวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาเหล่านั้นได้



บทที่ 5

สรุปผลวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคุกคามอินเทอร์เน็ตแนวพจนานุกรมและการเอาชีวิตรอดบนแพลตฟอร์มยูทูป” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีวิจัยแบบสังเกตการเชิงวิเคราะห์ (Observational Analytic Studies) โดยแบ่งเป็นกลุ่มประเภทของเนื้อหาในแต่ละวิดีโอ (VDO) เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และร่วมวิเคราะห์ควบคู่กับความความคิดเห็น (Comment) ของผู้รับชมที่แสดงความคิดเห็นลงในวิดีโอ โดยจะนำมาวิเคราะห์ เฉพาะความคิดเห็น (Comment) ที่มียอดผู้กดถูกใจ (Liked) 5 อันดับแรกของแต่ละวิดีโอ โดยจะใช้การเปรียบเทียบข้อมูล จุดเวลาใดเวลาหนึ่งในทำการเก็บข้อมูลจากวิดีโอของช่อง Jocho Sippawat เฉพาะวิดีโอที่มียอดผู้เข้าชมเกิน 1 ล้านยอดผู้รับชม (Viewer) ขึ้นไป บนแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งวิดีโอ Youtube ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บข้อมูลทั้งหมดจำนวน 117 วิดีโอ รวมทั้งหมดเป็นจำนวน 2,907 นาที และข้อความแสดงความคิดเห็นในแต่ละวิดีโอรวมจำนวน 585 ข้อความ รวมถึงศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยทฤษฎีและเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีการหาข้อมูลจากรายการโทรทัศน์ หรือสื่อในช่องทางออนไลน์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เพื่อประกอบการจัดทำวิจัย โดยจากการที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลพบว่า เนื้อหาที่ผู้รับชมมากที่สุดของช่อง JoCho Sippawat ใน 3 อันดับแรกคือ (1) เนื้อหาที่เกี่ยวกับการหาอาหารในป่าหรือในทะเล พร้อมก็นำมาปรุงรสและรับประทาน (2) เนื้อหาที่เป็นการสร้างที่พักหรืออุปกรณ์ต่างๆในการเอาชีวิตรอดหรือเพื่อใช้ดำเนินชีวิตในแต่ละพื้นที่ เช่น ทะเล ชายฝั่ง หรือในป่า (3) เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับสัตว์ จะเป็นการให้ความรู้การเล่นกับสัตว์ หรือแนะนำเกี่ยวกับสัตว์หายาก สัตว์ป่า โดยเนื้อหาที่มีส่วนประกอบน้อยที่สุดที่อยู่ในวิดีโอกลุ่มตัวอย่างคือ การนั่งเล่าประสบการณ์แปลก เรื่องความเชื่อ หรือสิ่งลึกลับ จากประสบการณ์ที่พบเจอ ยิ่งไปกว่านั้นจาก 10 อันดับแรกของวิดีโอที่มีจำนวนยอดผู้รับชมเยอะที่สุดของช่องฯ มีสัดส่วนยอดผู้ชมอยู่ที่วิดีโออยู่ที่ 72.7 ล้านยอดผู้รับชม ซึ่งคิดเป็น 28.1% ของยอดผู้รับชมทั้งหมดจากวิดีโอที่มียอดผู้รับชมตั้งแต่ 1 ล้านยอดผู้รับชมขึ้นไป จำนวน 117 วิดีโอ ซึ่งใน 10 วิดีโอดังกล่าวพบกว่ากว่า 7 วิดีโอที่มีชื่อตอนว่า “เอาชีวิตรอด” ซึ่งในวิดีโอการเอาชีวิตรอดนั้น จะเป็นการดำเนินเนื้อหาโดยที่คนใจไปผจญภัยไปในสถานที่ต่างๆ ที่มีพื้นที่และความยากลำบากที่แตกต่างกันออกไป เช่น ป่าชื้น ป่าแล้ง หรือจะเป็นการติดเกาะ โดยเนื้อหาหลักส่วนใหญ่คือ การใช้ความรู้ ทักษะต่างๆของจิตใจในการเอาชีวิตรอด เช่น สร้างที่พัก อุปกรณ์ หรือการหาอาหาร ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้มีดเพียง 1 เล่ม ในพื้นที่

ต่างๆที่มีความยากลำบากที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งวิดีโอเอาชีวิตรอดถือเป็นสิ่งที่ผู้ชมมักจะมีการแสดงความคิดเห็นเรียกร้องให้คุณโจโจ สร้างออกมาอยู่บ่อยครั้ง เพราะเป็นเนื้อหาที่ชื่นชอบของผู้ติดตามนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาที่มีความเพลิดเพลิน คุณแล้วสบาย เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการใช้ชีวิตกับธรรมชาติ เนื้อเรื่องจะเป็นการเข้าไปอยู่ในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติเกือบทั้งหมด นอกจากนี้ยังได้ความรู้ที่ทุกคนสามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตของตนเอง ด้วยเนื้อหาที่ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้ เข้าใจได้ง่าย เพราะมีความใกล้ตัว และสามารถพบเจอได้จริงในชีวิต และด้วยตัวผู้ดำเนินรายการที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกสนใจและรั้นในตัวผู้ดำเนินรายการไม่จะเป็นการพุดจา การดำเนินรายการมารยาท อ่อนน้อมถ่อมตน และมีความเป็นกันเองที่มีความไม่เป็นทางการจนเกินไป สิ่งเหล่านี้ทำให้ช่อง JoCho Sippawat ต่างจากช่องอื่นๆ หรือรายการสารคดี ที่อาจมีความเป็นทางการค่อนข้างสูงหรือบางทีไปในพื้นที่ที่ผู้คนอาจจะไม่มีโอกาสได้ไปเลยแม้แต่ครั้งเดียวในชีวิต จึงทำให้ผู้คนไม่รู้สึกน่าติดตามเพราะมีความใกล้ตัวสามารถเข้าถึงได้ยาก จนทำให้ไม่รู้สึกอินกับสิ่งที่สื่อกำลังนำเสนอออกมา ซึ่งสิ่งที่กล่าวมาเหล่านี้เป็นมนต์เสน่ห์ที่สำคัญที่ทำให้ผู้คนนั้นหลงไหลและติดตามวิดีโอของช่องฯ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยและมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 สรุปแนวคิดที่ได้จากการวิจัย

หลักจากที่ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการดูวิดีโอของช่อง JoCho Sippawat บนแพลตฟอร์มสตีมมิงวิดีโอ Youtube ทั้งหมด 117 วิดีโอ พร้อมเก็บข้อมูลจากข้อความของผู้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นจำนวน 585 ข้อความ ทำให้ผู้วิจัยสามารถแบ่งแนวคิดที่สำคัญจากการวิจัยได้ 2 แนวคิดดังต่อไปนี้

5.1.1 ช่อง JoCho Sippawat ขับเคลื่อนด้วยมิตรภาพ ระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้ชม

จากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยพบว่าสิ่งสำคัญที่เป็นตัวที่ขับเคลื่อนช่อง JoCho Sippawat คือความรู้สึกที่ดีที่ผู้รับชมมีต่อผู้ดำเนินรายการนั่นก็คือคุณโจโจ จนทำให้มีกลุ่มผู้ชมขาประจำหรือผู้ที่เข้ามาติดตามอยู่เป็นประจำผู้คนเหล่านี้จะเข้ามาคอยให้กำลังใจ คอยส่งเสริม เอาใจช่วยเพื่อให้คุณโจโจประสบความสำเร็จ สิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ช่องนี้มีฐานผู้รับชมที่แข็งแกร่งไม่ว่าจะทำอะไรก็จะมีผู้คนคอยส่งเสริม แม้ว่าจะผ่านการดราม่ามาบ้าง แต่ก็ไม่เคยทำให้ช่องโจโจได้รับผลกระทบแต่กลับตรงกันข้ามที่มีผู้คนเข้ามาคอยซัพพอร์ตให้ผ่านเรื่องราวไปได้ด้วยดีเป็นจำนวนมาก สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าผู้ชมหรือผู้ติดตามไม่มีความรู้สึกดีๆ ให้กับโจโจหรือไม่เชื่อหรือไม่ไว้ใจในตัวโจโจ ผู้วิจัยพบว่าสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญอีกหนึ่งสิ่งที่ทำให้ช่องโจโจมีผู้รับชมเป็นจำนวนมาก และยังคงมี

ยอดผู้ติดตามพุ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกดี ๆ จนก่อให้เกิดเป็นไตรภาคที่กระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้ชม โดยอ้างอิงจากทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรัก หรือ Triangle of love นั้น มี 3 องค์ประกอบดังนี้

(1) ความหลงใหล หรือ Passion ในตัวบุคคลนั้นเป็นปัจจัยที่ที่ผลเชิงบวกที่ทำให้จำนวนของผู้รับชมของช่องนั้นมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และยังส่งผลให้ได้รับความนิยมนอย่างต่อเนื่อง โดยสิ่งเหล่านี้ถูกจากขึ้นมาจากการถ่ายทอดออกมาจากตัวตนของผู้ดำเนินรายการไม่ว่าจะเป็น การพูดจากที่สุภาพ อ่อนน้อมถ่อมตน หรือการที่มีบุคลิกที่มีความเชื่อ อาจเห็นได้การตอบรับของผู้ชมจากข้อความที่แสดงความคิดเห็นที่มีการชื่นชมในตัวของโจโลว่า ไม่มีการพูดคำหยาบ เป็นคนสุภาพ จนสามารถให้ลูกศิษย์ หรือลูกหลานดูได้ โดยที่ไม่ต้องกังวลว่าจะได้รับตัวอย่างที่ไม่ดีจากสื่อออนไลน์เหมือนในช่องอื่นๆ ที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนต่างก็หลงรักในความเป็น โจโลที่มีมนต์เสน่ห์ที่เป็นของตัวเอง นอกจากนี้ความสามารถความรู้ของ โจโล สิ่งที่คุณเหมือนจะธรรมดาแต่ไม่ธรรมดาเหล่านี้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ใครหลายๆคนก็อาจจะสามารถทำตามได้ แต่ในยุคสมัยปัจจุบันกลายมาเป็นสิ่งที่ล้ำค่าที่หลายคนเห็นถึงคุณค่า ยกตัวอย่างเช่น การจุดไฟด้วยการปั้นไม้ให้เกิดความร้อน ซึ่งเป็นสิ่งที่เราได้ยินกันมาตั้งแต่เด็ก แต่สิ่งสำคัญคือยังไม่มีใครเคยทำมันให้เห็นกันจริงๆจนไม่มีใครเชื่อว่ายังจะสามารถทำได้จริง มีแต่คำสอนที่บอกว่ามันเป็นการจุดไฟที่ใช้ในการเอาตัวรอดเมื่ออยู่ในป่า แต่โจโลก็นำสิ่งธรรมดาเหล่านี้มาสาธิตให้ดูว่าสามารถทำได้จริง จนเกิดเป็นวิดีโอสอดจุดไฟ สิ่งเหล่านี้เป็นความสามารถของโจโล ที่เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ผู้คนหลงรักในชายที่ชื่อโจโล ทั้งนี้จากการสำรวจในข้อความที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นในวิดีโอของโจโล ทั้งในช่อง JoCho Sippawat หรือแม้แต่ในรายการ Super 100 ที่โจโลได้ไปร่วมรายการนั้น ผู้คนก็ต่างเข้ามาชื่นชมโจโลในจุดนี้จนทำให้กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้โจโลนั้นมีเสน่ห์ และดึงดูดผู้ชม ที่แตกต่างจากช่องอื่นๆ จนกลายเป็นที่รักของเหล่าผู้ติดตามนั่นเอง

(2) ความใกล้ชิด หรือ Intimacy ที่เป็นอีกหนึ่งในสามของจิ๊กซอว์ที่สำคัญของ Triangle of love จากการเก็บข้อมูลพบว่า โจโลนั้นแม้จะไม่ได้มีการออกมาพบปะผู้คน หรือมีการนัดพบเจอแฟนคลับผู้ติดตามแต่การที่ผู้คนจะใกล้ชิดโจโลได้ช่องทางแรกคือ การใช้ตัวอักษรโดยการพิมพ์ผ่านช่อง Comment ของแต่ละวิดีโอ ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนว่าโจโลนั้น พยายามสื่อสารกับผู้ที่มาแสดงความคิดเห็นอยู่บ่อยครั้งที่ไม่ว่าจะเป็นการติชม หรือการเสนอแนะ หรือแม้แต่การที่มาเล่ามาแชร์ประสบการณ์ที่บางคนก็เคยพบเจอสิ่งที่คล้ายกับเนื้อหาในวิดีโอ โดยจะเป็นการตอบประโยคสั้นๆ หรือการตอบเพียงแค่ตัวสติ๊กเกอร์แสดงอารมณ์ (Emoji) ผ่านการแสดงความคิดเห็นในแต่ละวิดีโอ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เรียบง่ายและสามารถทำได้ไม่ยาก แต่สามารถส่งผลลัพธ์ได้มหาศาล ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ติดตามนั้นรู้สึกได้ใกล้ชิดกับโจโลมากขึ้นรู้สึกมีตัวตน หรือผู้ที่เข้ามาเปิดอ่านหรือพบเห็นก็

อาจจะทำให้รู้สึกได้ว่าโจโลนั้นใส่ใจกับผู้ชมเป็นอย่างมากทำให้เกิดความรู้สึกที่ได้ใกล้ชิดระหว่างผู้รับชมและผู้ดำเนินรายการแม้จะไม่ใช่การที่ได้มาเจอหน้า พบปะ พูดคุยกันจริงๆ นอกจากนี้สังเกตได้ว่าโจโลนั้นได้มีการทำคลิปที่เป็นการถามตอบระหว่างผู้รับชมและโจโลอยู่บ่อยครั้ง ไม่ว่าจะป็นในช่องตัวเองหรือเป็นการไปเป็นแขกรับเชิญในช่องอื่น โดยจะเป็นการให้แฟนคลับตั้งคำถามเข้ามา และนำคำถามเหล่านั้นคัดเข้ามาเพื่อมาใช้ถามตอบในรายการซึ่งเรียกได้ว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยสร้างสัมพันธที่ีระหว่างผู้รับชมกับตัวผู้ดำเนินรายการ ได้ดี สรุปคือสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มความใกล้ชิดระหว่างผู้รับชมกับผู้ดำเนินรายการ ที่เป็นหนึ่งในสามสิ่งของทฤษฎี Triangle of love ที่จะทำให้เกิดความรักที่สมบูรณ์แบบ

(3) การผูกพัน/ผูกมัด หรือ Commitment จากการศึกษาวิจัยพบว่าสิ่งทำให้เกิดความสมบูรณ์แบบในความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับชมและผู้ดำเนินรายการนั้นคือความผูกพันหรือการการผูกมัด ไม่ว่าจะเป็นการที่มีเป้าหมายในการดำเนินชีวิตที่มีรสนิยมที่คล้ายกัน หรือมีเป้าหมายในชีวิตในแนวทางที่คล้ายกัน สิ่งเหล่านี้เป็นจุดร่วมทางความคิด จุดร่วมในอุดมการณ์ ที่กลุ่มคนที่เข้ามารับชมและโจโลมีคล้ายกัน ไม่ว่าจะป็นความต้องการชีวิตกับธรรมชาติ ความเจียบสงบ ไม่ชอบความวุ่นวายในเมืองใหญ่ หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อนุรักษ์สัตว์ป่า สัตว์หายาก หรือสัตว์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์ ไม่ให้มีการทำร้าย หรือทำลาย สิ่งเหล่านี้ รวมไปถึงฝันป่าไทย ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างโจโลและผู้รับชมนั้น มีความแน่นแฟ้นและรู้สึกเป็นพวกพ้องเดียวกันกันที่มีความตั้งใจร่วมกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกดีๆ มิตรภาพดีๆ ระหว่างผู้รับชมและผู้ดำเนินรายการ

นอกจากนี้ โรเบิร์ต เจฟฟรีย์ สเติร์นเบิร์ก (Robert Jeffrey Sternberg) ยังได้แบ่งความรักออกเป็นหลายรูปแบบภายใต้ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรัก ซึ่งหนึ่งในนั้นคือความรักที่มาในลักษณะมิตรภาพระหว่างเพื่อนคู่เพื่อนที่เกิดจากความใกล้ชิดสนิทสนม มีความตั้งใจ มีรสนิยม ความชอบ ที่คล้ายกันจึงทำให้ความคิดที่ไปในทิศทางเดียวกัน โดยสิ่งที่กล่าวมานี้ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกดีต่อกัน ความรักนั้นมิตรภาพเป็นรูปแบบของความรักที่เกิดขึ้นจาก Intimacy และ Commitment จากความสนิทสนมกลมกลืนกันเป็นกลุ่มเดียวกันมีรสนิยมเหมือนกัน มีความรู้สึกที่เป็นพวกพ้องเดียวกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้สามารถก่อให้เกิดความรู้สึกรัก ในรูปแบบมิตรภาพ ระหว่างเพื่อนพ้อง จึงทำให้เป็นสิ่งที่เป็มนตเด่นห้ของช่อง JoCho Sippawat ที่มีผู้คนที่ติดตามรับชมช่องฯ มีความรู้สึกที่ดีต่อโจโล

5.1.2 เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตในแบบที่ผู้คนกำลังเฝ้าหา

จากการเก็บข้อมูลจากเนื้อหา พร้อมนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อความที่ผู้รับชมนั้นเข้ามาแสดงความคิดเห็นจากในแต่ละวิดีโอพบว่า ผู้คนที่เข้ามาชมวิดีโอั้นมีความต้องการ หรือมีความ

ปรารถนาเฉพาะตัวของในแต่ละบุคคล ที่มีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาของช่อง JoCho Sippwat ที่ถ่ายทอดวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ใช้ชีวิตอยู่ในธรรมชาติที่สงบ เรียบง่าย มีความสุขกับการได้ใช้ชีวิตอยู่ในธรรมชาติ ความสุขที่ได้ใช้ชีวิตที่ธรรมดา ไม่ต้องแก่งแย่ง ไม่ต้องรีบร้อน ไม่มีรถติด ไม่มีมลพิษ ด้วยเนื้อหาที่ดูเรียบง่ายเหล่านี้ที่ถูกถ่ายทอดออกมาจากชายที่มีบุคลิกที่ใสซื่อ จึงทำให้เป็นมนต์เสน่ห์ของช่องฯ ที่พาผู้รับชมเขาไปในภวังค์ เป็นเนื้อหาผู้รับชมต่างก็ใฝ่หา หรือปรารถนาที่จะมีชีวิตในรูปแบบดังกล่าว หรือบางเนื้อหา ก็พาให้ย้อนกลับไปถึงวันวาน ในอดีตที่หอมหวาน ที่เคยมีความสุขกับสิ่งเหล่านั้น ซึ่งในปัจจุบันนั้น ก็อาจจะทำสิ่งนั้นในเกิดขึ้นมาอีกครั้งไม่ได้ หรือเกิดขึ้นยาก เรียกได้ว่าเนื้อหานั้นเขาไปแตะถูก Insight ของผู้รับชมที่มีความต้องการอย่างที่จะทำให้ต่างๆ อย่างในเนื้อหาที่ได้รับชม แต่อาจจะคิดที่ปัจจุบันนั้น ไม่สามารถทำสิ่งที่ต้องการได้ อาจจะด้วยปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่มีความกดดัน แข่งขัน เร่งรีบ ต่อสู้ แย่งชิง จึงไปสิ่งที่ส่งผลให้เนื้อหาที่มีความธรรมดา เรียบง่าย เหล่านี้กลายเป็นสิ่งที่พิเศษ ที่ทำให้คนดูนั้นรู้สึกเพลิดเพลิน สนุก ผ่อนคลาย ในการที่ได้รับชม ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับ ทฤษฎี Maslows Hierarchy of needs หรือลำดับความต้องการ ที่ผู้คนต่างก็มีความต้องการแตกต่างกันออกไปในแต่ละระดับ ทุกคนต่างก็มองหาสิ่งต่างๆ เพื่อมาเติมเต็มความต้องการของชีวิต เพียงเพื่อต้องการที่จะทำให้ชีวิตของตนนั้นสมบูรณ์แบบ แต่ในมนุษย์บางคนนั้น ก็มีหลายครั้งที่สิ่งที่พวกเขาทำตามหาอยู่ไม่ใช่เงินตรา ความยิ่งใหญ่ หรืออำนาจ แต่กลับเป็นความธรรมดา เรียบง่าย สงบ ที่ในปัจจุบันนั้นจะเป็นสิ่งที่หาได้ยากขึ้นมากทุกที

5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูคอนเทนต์แนวผจญภัยและการเอาชีวิตรอดบนแพลตฟอร์มยูทูป” ทำให้ผู้วิจัยได้ทางถึงลักษณะของเนื้อหาที่ทำให้ผู้คนนั้นหลุดเขาไปอยู่ในโลกๆหนึ่ง ด้วยความธรรมดาของเนื้อหาบวกกับฝีมือของผู้ดำเนินรายการก็สามารถสร้างให้ช่องหนึ่งช่องมีผู้ติดตามจำนวนมากได้ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างฐานแฟนคลับในกลุ่มเด็กได้อีกด้วย เนื่องจากเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจของเด็ก นอกจากนี้ยังทำให้รู้ถึงสาเหตุที่เป็นปัจจัยส่งผลให้ช่องมีจำนวนผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก ไม่เพียงแต่เนื้อหาที่มีความพิเศษ แต่ยังเป็นตัวตนของผู้ดำเนินรายการที่เป็นอีกส่วนสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นกิริยา การแสดงท่าทาง การวางตัว การพูดจา ที่ทำให้เป็นที่รักของผู้คน และสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สามารถนำไปปรับใช้ได้กับชีวิต

5.3 ข้อจำกัดการทำวิจัย

5.3.1 เนื่องจากข้อมูลที่ผู้วิจัยนำมาใช้วิเคราะห์นั้น เป็นการเก็บรวบรวมข้อความแสดงความคิดเห็นจากในแต่ละวิดีโอผ่านช่องทาง Youtube ซึ่งในข้อความหรือในบัญชีผู้ใช้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นนั้นไม่ได้มีระบุ อายุ หรือเพศที่แน่ชัด จึงอาจทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นไม่สามารถนำมาจัดกลุ่มเพื่อแบ่งกลุ่มของผู้ที่เข้ามาเข้าชมได้อย่างชัดเจน จึงทำให้ขาดความสมบูรณ์แบบในปัจจุบัน

5.3.2 เนื่องจากวิดีโอที่ผู้วิจัยนำมาเพื่อเป็นกลุ่มวิดีโอตัวอย่างผ่านการคัดจากการที่วัดจากยอดจำนวนผู้เข้าชมในแต่ละวิดีโอ โดยนำมาวิเคราะห์เฉพาะวิดีโอที่มีจำนวนผู้เข้าชมมากกว่า 1 ล้านยอดผู้เข้าชมขึ้นไป แต่ทั้งนี้ยอดจำนวนผู้ชมนั้นมีปัจจัยในแง่ของระยะเวลาที่วิดีโอเอนั้นถูกอัปโหลดลงเช่น บางวิดีโออาจถูกอัปโหลดลงมาในช่องแล้วเมื่อ 3 ปีที่แล้วจึงทำให้มียอดผู้ชมเป็นจำนวนมากหรือมากกว่า 1 ล้านยอดผู้ชม แต่อาจมีวิดีโอที่มีเนื้อหาที่คาดว่าจะมีความน่าสนใจ แต่เพียงจะถูกอัปโหลดลงเพียง 1 สัปดาห์ ทำให้มียอดผู้ชมยังไม่ถึง 1 ล้านยอดผู้ชม จึงทำให้เกิดช่องโหว่ที่ผู้วิจัยไม่ได้นำเนื้อหาเหล่านั้นมาร่วมวิเคราะห์

5.4 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคุกคามอินเทอร์เน็ตแนวพจนานุกรมและการเอาชีวิตรอดบนแพลตฟอร์มยูทูป” เป็นการเก็บข้อมูลจากการใช้ข้อความของผู้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นในแต่ละวิดีโอจำนวน 5 ข้อความต่อหนึ่งวิดีโอ ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลจากช่องทางเดียวหรือส่วนอาจได้ข้อความในเชิงบวกอย่างเดียว ควรมีการเก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก หรือควรมีการสัมภาษณ์ต่อกลุ่มผู้ที่ติดตามช่องอื่นที่มีความคล้ายกันหรือผู้ที่ไม่ชอบรับชมเพื่อทราบถึงเหตุผลที่เป็นสาเหตุ เพื่อที่จะนำข้อมูลมาร่วมวิเคราะห์ได้ละเอียดและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กรรณการ์ สมาจาร. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูคอนเทนต์ท่องเที่ยวบนยูทูป. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มนิเวศและผจญภัย. กรุงเทพฯ
- จรรย์ยา โรจน โสภณดิษฐ์. (2557). การพัฒนารูปแบบจำลองการฟังเพลงในรูปแบบสตรีมมิ่งผ่านยูทูป (Youtube). วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ชนวนล คณานุกูล. (2565). อิทธิพลของการแสดงตนในสังคมต่อความไว้วางใจในการค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค, มหาวิทยาลัยบูรพา
- ชวัลนุช ผุดอักษร. (2565). การโฆษณาแฝงผลิตภัณฑ์โซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งวิดีโอเน็ตฟลิกซ์. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ประณาลี เหมเวช. (2560). อิทธิพลของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจมีส่วนร่วมของผู้ใช้โซเชียลมีเดียยูทูป ในช่องทางส่วนตัวของยูทูปเบอร์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- เรณูภา คุ่มทรัพย์ศิริ. (2557). การรับรู้ด้านนวัตกรรมและการใช้กลุ่มบุคคลมีชื่อเสียงส่งผลต่อความไว้วางใจในตราสินค้าเครื่องสำอางไทยของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- รัตนาวดี ไสจุล. (2558). พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ผกาหวดี ก้อนคำดี. (2565). ทักษะคิดค้นกลุ่มเจนเนอเรชั่น Z ต่อการประสบความสำเร็จ. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- มณี เพชรเบญจกุล. (2557). ปัจจัยที่สร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Generation Y. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัย มหิดล
- มณัชยา อำพันดี. (2565). อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจซื้ออาหารสดผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วริศรา กลมทุกสิ่ง และ ชวินท์ ชัมมนันท์กุล. (2564). แพลตฟอร์มธุรกิจออนไลน์ : อาชีพเกิดใหม่ในยุคดิจิทัล. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
- วสวัตดี บรรจงชนกิจ. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและทัศนคติของผู้บริโภคต่อกล้องราคาแพงแบรนด์ไลก้า (LEICA CAMERA). วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- อุไรพร ชลศิริรุ่งสกุล. (2555). Digital Commerce : Turn Buyers to Buyers : Turn Browsers to Buyer โรงพยาบาลเพชรเวช. (2564). Theory of love จิตวิทยาของความรัก. สืบค้น 13 มกราคม 2566, จาก https://www.petcharavejhospital.com/en/Article/article_detail/Theory-of-
- สุทธิพัฒน์ กนิษฐกุล. (2562). คู่ยเพื่อเรื่องรักใคร่ผ่านดวงตานักจิตวิทยา กับ ผศ. โมนิล เตชะวชิรกุล. สืบค้น 13 มกราคม 2566, จาก <https://themomentum.co/love-psychology-monin/>
- Nattapon Muangtum. (2565). สรุป 52 Insight สำคัญจาก Thailand Digital Stat 2022 ของ We Are Social Retrieved October 30, 2022. สืบค้น 28 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight-thailand-digital-stat-2022-we-are-social/>
- Nattapon. (2563). 3 Business Strategy โลก หลัง COVID กับ พีระมิด Maslow's hierarchy ที่กลับหัว. สืบค้น 14 มกราคม 2566, จาก <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/maslows-hierarchy-twist-with-covid-19-basis-need-in-new-luxury/>
- Himashiro. (2563). ทำความรู้จักกับความรักรูปแบบต่างๆ ด้วย “ทฤษฎีสามเหลี่ยมความรัก”. สืบค้น 13 มกราคม 2566, จาก <https://news.trueid.net/detail/Lj2pzLAGpw1e>
- Urbinner. (2564). ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of needs). สืบค้น 14 มกราคม 2566, จาก <https://www.urbiner.com/post/maslow-hierarchy-of-needs>
- The People. (2022). โรเบิร์ต เจฟฟรีย์ สเติร์นเบิร์ก : รู้จักความรัก 8 รูปแบบไปกับทฤษฎี 'Triangle of love'. สืบค้น 13 มกราคม 2566, จาก <https://www.thepeople.co/read/social/41546>