



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11
The 11th STOU National Research Conference

ปัจจัยภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วายที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มแฟนคลับ
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Image Factors of Y Series Actors Affecting Satisfaction Fan Clubs in Bangkok

นัฐิยา มงคล (Nuttiya Mongkol)¹ องอาจ สิงห์ลำพอง (Ongart Singlumpong)²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยด้านประชากรที่มีผลต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเชื่อมั่นด้วยวิธีของครอนบาคกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.978 เลือกแจกแบบสอบถามกลุ่มประชาชนที่เคยรับชมซีรีส์วายในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ชมที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับ ส่วนเพศและอาชีพไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับ 2) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งปัจจัยในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ/นิสัย ด้านการได้รับบทตัวแสดงในซีรีส์ ด้านบทบาทการแสดงและการพัฒนาฝีมือ ด้านการเป็นผู้มีชื่อเสียงและการรักษาชื่อเสียง ด้านผลงานและความสำเร็จ และด้านการทำประโยชน์เพื่อสังคม ทั้งนี้ยังสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการวางกลยุทธ์ทางการสื่อสารด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ชมซีรีส์วายมากขึ้น และเป็นข้อมูลที่ใช้ในการเลือกนักแสดงซีรีส์วายที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

คำสำคัญ นักแสดงซีรีส์วาย ภาพลักษณ์ แฟนคลับ ความพึงพอใจ

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ nuttiya.mong@bumail.net

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ongart.s@bu.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the demographic factors affecting the satisfaction of the Y-Series Actors of fan clubs in Bangkok 2) the image factors related to the satisfaction of Y-Series Actors of fan clubs in Bangkok. The questionnaire was used as a tool for data collection. The data were tested for content validity and confidence using Cronbach's method and a sample group of 30 people were given a confidence level of 0.978 Distributed 400 peoples who have watched Y-Series in Bangkok. Statistical methods were divided into two types: descriptive statistics and inferential statistics include percentage, Mean, Standard Deviation Analysis of variance and correlation coefficient. The results revealed that 1) demographic factors such as age, education level and average the monthly income different will affect the satisfaction of the Y-Series actors of the fan club. While sex and occupation were not affecting the satisfaction of the Y-Series actors of the fan club 2) the image was moderately correlated with the satisfaction of the Y-Series actors of the fan club. The factors of satisfaction are personality/character, getting a character in series, acting role and skill development, a celebrity and keep up the appearance, performance and success, and the benefit of society. In addition, this information can be used to plan communication strategies in various fields to be more effective, conform with the satisfaction of the Y-Series viewers, and used to select the Y-Series actors that are suitable under the requirements of the target viewers.

Keywords: Y-series actors, Image, Fan club, Satisfaction



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

บทนำ

ในปัจจุบันในโลกของเทคโนโลยีนั้นก้าวหน้าและพัฒนาไปอย่างรวดเร็วทำให้คนเรานั้นมีทางเลือกมากขึ้นในการทำสิ่งต่างๆ รวมไปถึงการเลือกรับสื่อ ปัจจุบันสามารถกำหนดความต้องการในการรับสารด้วยตนเอง ในยุคของดิจิทัลนี้สื่อกระแสหลักนั้นมีบทบาทที่ลดลง เนื่องจากการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น รวมไปถึงการเปิดตัวช่องทีวีดิจิทัลที่มีทางเลือกให้แก่ผู้รับสารหลายช่อง หรือแม้กระทั่งการแข่งขัน สื่อใหม่ที่มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเลือกรับสื่อที่ตนเองชอบและสนใจ สามารถดูได้ทุกที่ทุกเวลา สะดวกแก่ผู้รับสาร ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่มากขึ้น (อรัญญา อรรช, 2562) ปัจจุบันสื่อมีการพัฒนาเรื่องราว content ใหม่ ๆ ตามความนิยมของผู้ชมมากขึ้น เนื้อหาจึงเลือกทำให้อัดคล่องกับความสนใจของผู้ชมส่วนใหญ่ เมื่อ Chanel มี message เพื่อให้ผู้ติดตามแสดงความคิดเห็นแบบเปิดกว้าง สื่อจึงได้รับความสนใจอย่างแพร่หลาย มีแฟนคลับเพิ่มมากขึ้น กระแสสื่อบันเทิงที่มีการนำเสนอในแง่มุมของ LGBT มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการผลิตของสื่อบันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่ม LGBTQ เกิดขึ้นมากมายและแพร่หลายอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย มีความนิยมโด่งดังไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ พัฒนาจากเดิมที่สื่อบันเทิงประเภทนี้เป็นเพียงวัฒนธรรมกระแสสูงหนึ่งใน Pop Culture อย่างเต็มรูปแบบ เรตติ้งโทรทัศน์และยอดการรับชมผ่านช่องทางออนไลน์ที่พุ่งสูงมากถึงหลักร้อยล้านวิว โดยเฉพาะนิยายและละครชุดเกี่ยวกับความรักระหว่างผู้ชายกับผู้ชายหรือที่รู้จักกันในนาม Boys' Love หรือซีรีส์วาย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมมาจากประเทศญี่ปุ่น และในปี ค.ศ.2020 ฐานคนดูซีรีส์วายบน LINE TV เพิ่มขึ้นถึง 328% ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงมาก เนื่องจากเนื้อหาของเรื่องที่สามารถเข้าถึงได้ในวงกว้างบวกกับนักแสดงในเรื่องที่มีหน้าตาดีถูกใจคนทั่วไป ฐานแฟนคลับที่หนาแน่น และกระแสที่ขยับได้สุดๆ ในยุคนี้ อย่าง “คู่จิ้น” ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตสื่อในประเทศ โดยประเทศไทยผลิตซีรีส์วายมากที่สุดในเอเชียโดยมีจำนวน 40 เรื่องในเวลา 2 ปี ตัวละครนิยายวายต้นฉบับที่ถูกนำมาสร้างเป็นซีรีส์เองก็ถูกนำกลับมาตีพิมพ์และนำมาวางขายในร้านหนังสือชั้นนำเป็นรายได้ให้กับธุรกิจสำนักพิมพ์ เกิดเป็นสำนักพิมพ์เฉพาะกลุ่มวายเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้กระแสที่มาแรงของตัวซีรีส์วายยังได้ถูกนำไปต่อยอดอย่างต่อเนื่อง เช่น การออกอีเว้นท์งานโฆษณา งานแฟนมีต คอนเสิร์ต รวมถึงสินค้าต่างๆ ที่ทำออกมาจำหน่ายเพื่อสนองความชื่นชอบของกลุ่มแฟนคลับ (สมัชชา ยวชน, 2563) สื่อละครโทรทัศน์เริ่มมีการจัดทำซีรีส์วาย Y (Yaoi) ขึ้นมีการสร้างซีรีส์วายที่มีตัวละครหลักเป็นผู้ชายสองคนรักกัน ซึ่งก็คือ เรื่อง Love Sick The Series รักวุ่น วัยรุ่นแสบ มีเนื้อหาคล้ายซีรีส์วายรุ่นทั่วไปแต่มีลักษณะเด่น คือ มีตัวละครนำเป็นชายรักชาย ซึ่งได้ผลตอบรับเป็นอย่างดีจนมีการสร้างภาคต่อ และเริ่มทำให้วงการซีรีส์วายรุ่นไทยเริ่มผลิตซีรีส์วายออกมาเพื่อตอบสนองกลุ่มคนดูที่เรียกตนเองว่า “สาววาย” ที่มีความชอบและสนับสนุนชายรักชาย เนื่องจากบุคคลในสังคมนั้นมีความนิยมหรือความชื่นชอบที่ต่างกันถึงแม้จะอยู่ร่วมสังคมเดียวกันก็ตาม เหตุผลนี้จึงทำให้เกิดการผลิตเพื่อตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภคในสินค้าทุกประเภท แม้กระทั่งสินค้าประเภทสื่อไม่ว่าจะเป็น นวนิยาย ละคร ซีรีส์ ภาพยนตร์ ต่างก็มีหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองต่อความชื่นชอบของบุคคลในสังคม เช่น แนวบู๊ (Action) ผจญภัย (Adventure) รักโรแมนติก (Romance) เศร้า (Drama) เป็นต้น ซึ่งในแต่ละประเภทก็จะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างของตนเอง (นุชนาภรณ์ สมญาติ, 2561) ต่อมาซีรีส์วายเริ่มเป็นที่พูดถึงและเข้าสู่กระแสหลักที่นับว่าเป็นการแจ้งเกิดของวงการซีรีส์วาย อย่างเต็มตัวนั้นเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2559 จากกระแสของซีรีส์วายเรื่อง Sotus พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปี 1 ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากคนดู ซึ่งวัดได้จากการ์ตูนซีรีส์เรื่องนี้ได้รับความนิยมจากผู้รับชมเป็นอย่างมาก โดยพบว่ามีการเข้าชมซีรีส์ทาง Application line TV มากกว่า 100 ล้านครั้ง และหลังจากซีรีส์จบลงได้มีการจัดกิจกรรมนัดพบแฟนคลับครั้งแรกในประเทศไทย ทำให้เกิดปรากฏการณ์ขายบัตรหมดภายใน 3 นาที แม้ว่าราคาบัตรจะมีราคาเริ่มต้นจะสูงถึง 1,500 บาท ไปจนถึง 5,000 บาท แสดงให้เห็นถึงความนิยมในการบริโภคสื่อที่



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

เกี่ยวกับสาววายและก่อให้เกิดการความชื่นชอบและติดตาม จึงทำให้เกิดการซื้อสินค้าหรือของสะสมเพื่อสนับสนุนในสิ่งที่ตนชื่นชอบ (ภัชรพรรณ อมรศรีวงษ์ และ บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ, 2559) จึงทำให้มีการผลิตซีรี่ย์สาววายออกมาเพื่อตอบสนองกลุ่มคนดูที่เรียกตนเองว่า “สาววาย” ที่มีความชอบและสนับสนุนชายรักชาย ทำให้นักแสดงซีรี่ย์สาววายเป็นที่รู้จักมากขึ้นและมีแฟนคลับทั้งในไทยและต่างประเทศในเขตเอเชีย (กฤติพล สุธิภัทรกุล, 2563)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมองเห็นความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรี่ย์สาววายเพื่อให้กลุ่มแฟนคลับเกิดความพึงพอใจในนักแสดงซีรี่ย์สาววายโดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรี่ย์สาววายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร และนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์นักแสดงซีรี่ย์สาววายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรี่ย์สาววายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนักแสดงซีรี่ย์สาววายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร

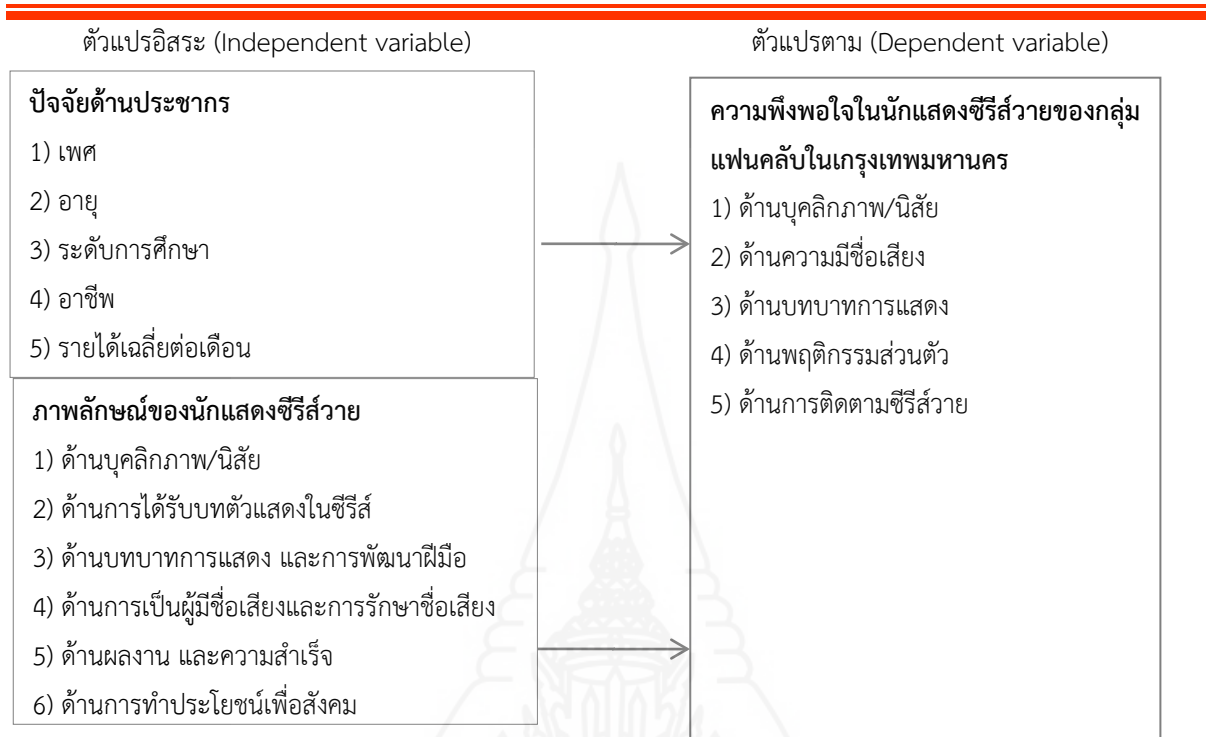
กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยออกแบบกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรี่ย์สาววายที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร” ดังนี้ กลุ่มเป้าหมายที่จะเก็บข้อมูลคือกลุ่มแฟนคลับที่มีความพึงพอใจในนักแสดงซีรี่ย์สาววายในเขตกรุงเทพมหานคร



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมซีรีส์วายมีอายุ 15 ปีขึ้นไปและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จาก 50 เขต ได้สุ่มเลือก 8 เขต ได้แก่ เขตบางบอน เขตหนองแขม เขตบางนา เขตปทุมธานี เขตจตุจักรเขตสาทรเขตลาดพร้าว และเขตทุ่งครุ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นเขตละ 50 คน ได้จากการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ (1) ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (2) ภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วาย (3) ความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามในส่วนที่ (2) และ (3) มีค่าความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) สูงกว่า 0.5 และมีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.87 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยมีรายละเอียดของสถิติที่ใช้ในการประมวลผลดังนี้ (1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics Analysis)เพื่ออธิบายข้อมูลด้านปัจจัยด้านประชากร โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) และอธิบายข้อมูลภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วาย และความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ใช้การทดสอบ Chi-square เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในระดับ Nominal scale นั่นคือ เพศและอาชีพ ต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานครใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

Correlation) ของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานครกับตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วายกับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

1. **ลักษณะทางประชากร** ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 92.25 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 39.00 การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 50.00 มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 46.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 39.00

2. **ภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วาย** ภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วายโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.31, S.D. = 0.384) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการได้รับบทตัวแสดงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.40, S.D. = 0.422) รองลงมาได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ/นิสัย ด้านผลงานและความสำเร็จ ด้านการทำประโยชน์เพื่อสังคม ด้านการเป็นผู้มีชื่อเสียงและการรักษาชื่อเสียง และด้านบทบาทการแสดงและการพัฒนาฝีมือ ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวน ร้อยละ ของประชากรที่เคยรับชมซีรีส์วายมีอายุ 15 ปี ขึ้นไปและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วาย

(n = 400)

ภาพลักษณ์ของ นักแสดงซีรีส์วาย	ระดับความคิดเห็น จำนวน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. บุคลิกภาพ/นิสัย	128 (32.00)	272 (68.00)				4.32	0.407	มากที่สุด
2. การได้รับบทตัวแสดง	160 (40.00)	240 (60.00)				4.40	0.422	มากที่สุด
3. บทบาทการแสดงและการพัฒนาฝีมือ	95 (23.75)	305 (76.25)				4.25	0.320	มากที่สุด
4. การเป็นผู้มีชื่อเสียงและการรักษาชื่อเสียง	107 (26.88)	293 (73.12)				4.27	0.401	มากที่สุด
5. ผลงานและความสำเร็จ	198 (49.50)	202 (50.5)				4.29	0.370	มากที่สุด
6. การทำประโยชน์เพื่อสังคม	91 (22.75)	309 (77.25)				4.29	0.298	มากที่สุด
รวมทั้ง 6 ด้าน						4.31	0.384	มากที่สุด



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

3. ความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานครความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25, S.D = 0.414) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพฤติกรรมส่วนตัวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.27, S.D = 0.424) รองลงมาได้แก่ ด้านบทบาทการแสดง ด้านบุคลิกภาพ/นิสัย ด้านการติดตามซีรีส์วาย และด้านความมีชื่อเสียง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละ ของประชากรที่เคยรับชมซีรีส์วายมีอายุ 15 ปี ขึ้นไปและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วาย
ของกลุ่มแฟนคลับ (n = 400)

ความพึงพอใจในนักแสดง ซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับ	ระดับความคิดเห็น จำนวน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.บุคลิกภาพ/นิสัย	115 (28.65)	271 (67.85)	14 (3.50)			4.25	0.448	มากที่สุด
2.ความมีชื่อเสียง	104 (26.08)	282 (70.42)	14 (3.50)			4.23	0.393	มากที่สุด
3.บทบาทการแสดง	124 (31.08)	255 (63.75)	21 (5.17)			4.26	0.444	มากที่สุด
4.พฤติกรรมส่วนตัว	127 (31.88)	259 (64.62)	14 (3.50)			4.27	0.424	มากที่สุด
5.การติดตามซีรีส์วาย	103 (25.67)	283 (70.83)	14 (3.50)			4.25	0.359	มากที่สุด
รวมทั้ง 5 ด้าน						4.25	0.414	มากที่สุด

4.ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานครความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ กับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม พบว่าเมื่อเพศแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วาย (Sig. (2-Tailed) เท่ากับ 0.408 ซึ่งไม่มากกว่า 0.05) จึงยอมรับสมมติฐาน H0เมื่ออาชีพแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วาย (ค่า Sig. (2-Tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05)จึงยอมรับสมมติฐาน H1 ดังแสดงในตารางที่ 3



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11
The 11th STOU National Research Conference

ตารางที่ 3 ค่าทดสอบ Chi-square กับความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับ
ในเขตกรุงเทพมหานครกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศและอาชีพ

ความพึงพอใจในนักแสดง ซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับ	สถิติ	เพศ	อาชีพ
1.ด้านบุคลิกภาพ/นิสัย	Chi-sq	3.942	28.55
	Sig.(2-tailed)	0.414	0.005
2.ด้านความมีชื่อเสียง	Chi-sq	9.168	29.123
	Sig.(2-tailed)	0.057	0.004
3.ด้านบทบาทการแสดง	Chi-sq	4.695	56.2
	Sig.(2-tailed)	0.454	0
4.ด้านพฤติกรรมส่วนตัว	Chi-sq	11.035	20.613
	Sig.(2-tailed)	0.026	0.056
5.ด้านการติดตามซีรีส์วาย	Chi-sq	5.566	37.533
	Sig.(2-tailed)	0.234	0

เมื่ออายุแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วาย (Sig. (2-Tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05) จึงยอมรับสมมติฐาน H1 มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ($r = -0.016, -0.062, -0.100, -0.101$ และ -0.128 ตามลำดับ) เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วาย (ค่า Sig. (2-Tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05) สมมติฐาน H1 มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ($r = -0.04, -0.092, -0.109, -0.141$ และ -0.201 ตามลำดับ) เมื่อระดับรายได้แตกต่างกัน (Sig. (2-Tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า (0.05) จึงยอมรับสมมติฐาน H1 มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ($r = 0.116$ และ 0.097) ระดับปานกลาง ($r = 0.086$ และ 0.051) และระดับต่ำ ($r = 0.102$) ดังแสดงในตารางที่ 4



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11
The 11th STOU National Research Conference

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับ
ในเขตกรุงเทพมหานครกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ การศึกษา และรายได้

ความพึงพอใจในนักแสดง ซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับ	สถิติ	อายุ	การศึกษา	รายได้
1.ด้านบุคลิกภาพ/นิสัย	r	-0.128	-0.201	0.102
	Sig.(2-tailed)	0	0	0
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
2.ด้านความมีชื่อเสียง	r	-0.101	-0.109	0.086
	Sig.(2-tailed)	0	0	0
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง
3.ด้านบทบาทการแสดง	r	-0.016	-0.04	0.097
	Sig.(2-tailed)	0	0	0
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	สูง
4.ด้านพฤติกรรมส่วนตัว	r	-0.100	-0.141	0.051
	Sig.(2-tailed)	0	0	0
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง
5.ด้านการติดตามซีรีส์วาย	r	-0.062	-0.092	0.116
	Sig.(2-tailed)	0	0	0
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	สูง

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วายกับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับ
ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วายมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำความพึงพอใจใน
นักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ/นิสัย
(P-Value = 0.488, Sig.= 0.000) ด้านการได้รับบทตัวแสดงในซีรีส์วาย (P-Value = 0.380, Sig.= 0.000) ด้านการเป็นผู้มีชื่อเสียง
และการรักษาชื่อเสียง (P-Value = 0.450, Sig.= 0.000) และด้านผลงานและความสำเร็จ (P-Value = 0.380, Sig.= 0.000) และ
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วายมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่ม
แฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านบทบาทการแสดงและการพัฒนาฝีมือ (P-Value
= 0.572, Sig.= 0.000) และ ด้านการทำประโยชน์เพื่อสังคม (P-Value = 0.565, Sig.= 0.000) ดังแสดงในตารางที่ 5



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11
The 11th STOU National Research Conference

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วายกับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วาย
ของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร

ภาพลักษณ์ของ นักแสดงซีรีส์วาย	$\bar{X}$	S.D.	P-Value	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์
1. บุคลิกภาพ/นิสัย	4.32	0.407	.488	.000	ต่ำ
2. การได้รับบทตัวแสดง	4.40	0.422	.380	.000	ต่ำ
3. บทบาทการแสดงและการพัฒนาฝีมือ	4.25	0.320	.572	.000	ปานกลาง
4. การเป็นผู้มีชื่อเสียงและการรักษาชื่อเสียง	4.27	0.400	.346	.000	ต่ำ
5. ผลงานและความสำเร็จ	4.29	0.370	.417	.000	ต่ำ
6. การทำประโยชน์เพื่อสังคม	4.23	0.389	.565	.000	ปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากถึงร้อยละ 92.25 สอดคล้องกับการศึกษาของวศิน สันทรณ์ (2557) พบว่าปัจจัยด้านเพศแบ่งมีความแตกต่างกันทางด้านกายภาพ ความถนัด อารมณ์ สภาวะทางจิตใจ และการตัดสินใจ ซึ่งจะทำให้มีความคิด ทักษะคิด รสนิยมที่แตกต่างกันมีอายุระหว่าง 21-30 ปีเป็นส่วนใหญ่ร้อยละ 39.00 ซึ่งเป็นผู้ชมที่มีอายุน้อยเป็นวัยเริ่มทำงานทำงาน จึงมีความแตกต่างทางด้านความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรม อายุyoungจะมีความคิดที่เป็นอิสระมีเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ มองโลกในแง่บวก สอดคล้องกับการศึกษาของธัญญชยา อ่อนคง (2553) พบว่าอายุที่แตกต่างกันทำให้คนมีความแตกต่างทางด้านความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรม โดยอายุจะแสดงถึงประสบการณ์ในเรื่องราวต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล คนที่อายุน้อย จะมีความคิดที่เป็นอิสระ ยึดถืออุดมการณ์ มองโลกในแง่บวก แต่ผู้ที่มีอายุมากจะยึดถือการปฏิบัติ มีความคิดอนุรักษ์นิยมและไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง การมองโลกในแง่ร้ายว่าผู้ที่มีอายุน้อย และผู้ที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อด้านความบันเทิง มากกว่าผู้ที่มีอายุมาก การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.00 ซึ่งการศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีค่านิยม ทักษะคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างกันคนที่ได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ย่อมมีแนวความคิดที่ต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของธัญญชยา อ่อนคง (2553) พบว่าการศึกษาหรือความรู้เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีค่านิยม ทักษะคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างกันคนที่ได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในแต่ละยุคสมัย จึงมีแนวความคิดที่ต่างกันออกไป ผู้ที่มีการศึกษาที่สูงจะเข้าใจในสารได้ดีเพราะมีความรู้ที่กว้างขวางจึงทำความเข้าใจกับสารที่ได้รับและสามารถวิเคราะห์ได้ ดีกว่าผู้มีการศึกษาที่ต่ำกว่า ผู้ที่มีการศึกษาน้อยมักมีรับชมสื่อประเภทโทรทัศน์และวิทยุ ภาพยนตร์สื่อบันเทิงมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าเพราะมีทักษะคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของพวงเพชร ศิริโอด (2558) พบว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความคิด ค่านิยม ทักษะคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบ คติวิเคราะห์ทางเลือกและเข้าใจเรื่องราวได้มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่า มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเป็นส่วนใหญ่ร้อยละ 46.50 ทั้งนี้ผู้ที่มีอาชีพที่แตกต่างกันย่อมชื่นชอบสิ่งต่างๆ ค่านิยม วิธีการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภคของบุคคลแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของสุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2557) พบว่าอาชีพเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับด้านการศึกษา



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

สถานภาพ และรายได้ของบุคคล และสามารถนำมาใช้ในการอ้างอิงถึงแนวโน้มค่านิยม วิธีการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภคของบุคคล โดยบุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันอาจมีความชื่นชอบในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันและส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 39.00 ซึ่งสถานทางสังคมทำให้บุคคลมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ทางสถานะเศรษฐกิจและสังคม (Social - economic Status) รายได้สถานภาพทางสังคมของบุคคล ทั้งนี้เพราะบริบทหรือสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ ครอบครัว ฐานะทางเศรษฐกิจ รายได้แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของสตาร์ตัน พิลลิตันกานต์ (2557) พบว่ารายได้ของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่กำหนดให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับรายได้ของตน ซึ่งผู้มีการศึกษาสูงมักแสวงหาข่าวสารและสนใจรับชมภาพยนตร์ที่ตนชื่นชอบหรือสนใจ และทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ และสอดคล้องกับการศึกษาของแมคเนลลี และคณะ (McNelly et al., 1968 อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2554) พบว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีอาชีพหน้าที่การงานดีและมักมีรายได้สูง จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นจะต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ในแต่ละด้านของนักแสดงซีรีส์วาย ของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านพฤติกรรมส่วนตัว รองลงมาด้านบทบาทการแสดง ด้านบุคลิกภาพ/นิสัย ด้านความมีชื่อเสียง และด้านการติดตามซีรีส์ ตามลำดับสอดคล้องกับ Kotler (1996) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับภาพลักษณ์ต่อสิ่งนั้นๆ เราเกิดภาพลักษณ์ต่อสิ่งต่างๆ ที่แวดล้อมเรา ได้จากการที่เราถ่ายภาพขึ้นในความคิดของเราจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้เห็น การได้ยิน การลิ้มรส การดมกลิ่น และการสัมผัสเราอาจจะก่อภาพในความคิดของเรา จากการได้สัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกันก็ได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในใจของแต่ละคนจึงไม่เหมือนกัน

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยภาพลักษณ์ของนักแสดงซีรีส์วายที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการที่จะเป็นนักแสดงซีรีส์วายทำให้เกิดความพึงพอใจต่อกลุ่มแฟนคลับ ควรมีภาพลักษณ์ดังนี้

1. นักแสดงจะต้องมีบุคลิกภาพที่ดี นิสัยดีและการวางตัวที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับของสังคม เพราะภาพลักษณ์ของดารานักแสดงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากที่จะส่งผลต่อชื่อเสียง และความนิยมชมชอบในตัวดารานักแสดง จากสถิติการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง เป็นประชาชนที่เคยรับชมซีรีส์วาย อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ประชาชนให้ความสนใจบุคลิกภาพที่ดีและการวางตัวที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยร้อยละ 67.98 สอดคล้องกับการศึกษาของปนัดดา วงศ์ผู้ดี และธีระ เตชะมณีสถิตย์ (2557) ที่ว่าภาพลักษณ์ผู้มีชื่อเสียงของธุรกิจบันเทิงในประเทศไทย เกี่ยวกับตัวแบบ องค์ประกอบและแนวทางที่ใช้ในการปฏิบัติสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ของนักแสดง และสอดคล้องกับการศึกษาของณิชา ยงกิจเจริญ (2559) ที่ว่าภาพลักษณ์ของดารานักแสดงนั้นไม่สามารถสร้างได้ด้วยการอาศัยการประชาสัมพันธ์หรือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่เพียงอย่างเดียว ยังคงมีส่วนประกอบสำคัญอีกหลายประการในการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งได้แก่ บุคลิกภาพส่วนตัวที่เหมาะสม เป็นข้อสำคัญที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์เพราะจะเป็นสิ่งแรกที่กระทบกับความรู้สึกของคนส่วนใหญ่ เมื่อแรกพบเห็น เพราะจะก่อให้เกิดความประทับใจ ความนิยมเลื่อมใส น่าเชื่อถือมากหรือน้อยแค่นั้นขึ้นอยู่กับการแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นลักษณะท่าที การแต่งกายที่เหมาะสมกับกาลเทศะ การพูดจา สิ่งเหล่านี้สร้างและเรียนรู้ได้หากต้องการ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

2. นักแสดงที่จะได้รับความนิยมต้องมีบุคลิกภาพที่ดีมีเอกลักษณ์ความมีเสน่ห์ในรูปแบบของตัวนักแสดงเอง เช่น รูปร่าง หน้าตา บุคลิกที่ดี และความสามารถในการแสดงที่โดดเด่น และมีเสน่ห์เฉพาะตัว สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อการดึงดูดให้แฟนคลับสนใจและชื่นชอบในตัวนักแสดงเป็นอย่างมาก จากสถิติการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง เป็นประชาชนที่เคยรับชมซีรีส์วาย อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ประชาชนให้ความสำคัญด้านรูปร่าง หน้าตา บุคลิกที่ดี ความมีเสน่ห์เฉพาะตัวของนักแสดงนั้น อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยร้อยละ 68 และสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐกิตติ์ ธรรมมา (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการสร้างภาพลักษณ์ศิลปินของบริษัท ทูรแฟนเทเซีย จำกัด พบว่า บริษัท ทูรแฟนเทเซีย จำกัด มีการวางแผนการบริหารจัดการศิลปินให้เป็นที่รู้จักโดยใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ทั้งการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ และการตลาดแบบบอกต่อ โดยการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ศิลปินเป็นหลัก โดยบริษัท ทูรแฟนเทเซีย จำกัด มีกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ให้ศิลปินดังนี้ 1) บริษัทมีกระบวนการวางแผนในการสร้างคุณลักษณะเฉพาะบุคคลที่เหมาะสมให้ศิลปิน จนมีความโดดเด่นชัดเจนจนทำให้เกิดการจดจำได้ 2) ภาพลักษณ์ศิลปินที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ได้แก่ รูปร่างหน้าตา ผิวพรรณ สิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจแรกพบ 3) ภาพลักษณ์ศิลปินที่เกิดจากการเสริมปรุงแต่ง ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย การศึกษา ชาติตระกูล จะทำให้ส่งเสริมให้ศิลปินมีเสน่ห์เป็นที่ดึงดูดความสนใจจนทำให้ศิลปินประสบความสำเร็จได้ 4) ศิลปินเป็นบุคคลสาธารณะต้องประพฤติตนให้เหมาะสม เป็นตัวอย่างต่อสังคม และบุคคลทั่วไป 5) มีการใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้กับศิลปินโดยการจัดคอนเสิร์ต มินิคอนเสิร์ต และจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างศิลปินและแฟนคลับ สอดคล้องกับการศึกษาของ อีรศักดิ์ พันธุจริยาและผศ.ดร.ฉัตรวิญญู องค์กรสิงห์ (2562) โดยดารา นักแสดงทุกคนล้วนมีเอกลักษณ์ความมีเสน่ห์ในรูปแบบของตัวดารานักแสดงเอง เช่น รูปร่าง หน้าตา บุคลิก และความสามารถในการแสดงที่โดดเด่นเป็นที่ดึงดูดความสนใจแก่ผู้รับชม โดยความมีเสน่ห์เฉพาะตัว (Charisma) ของนักแสดงนั้น เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างดารานักแสดงและผู้ชมโดยส่งผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ไปยังผู้รับในรูปแบบความบันเทิง

3. นักแสดงต้องมีความสามารถในการแสดงและการพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นที่ยอมรับว่าเป็นนักแสดงมืออาชีพ และเป็นที่ยอมรับของผู้ชมและแฟนคลับจากสถิติการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง เป็นประชาชนที่เคยรับชมซีรีส์วาย อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ประชาชนให้ความสำคัญในเรื่องบทบาทการแสดงและการพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่องของนักแสดงซีรีส์วายอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยร้อยละ 76.25 สอดคล้องกับ Dyer (1998 อ้างใน นิชชายังกิจเจริญ, 2559) ที่ว่าดารานักแสดงนั้นสามารถสร้างผลกระทบต่อผู้ชม และมองว่าดารานักแสดงคือผู้ที่ทำหน้าที่ในฐานะตัวแทนทางบทบาทและส่งผลกระทบนั้นคือการสร้างตัวตนของผู้ชม โดยผู้ชมจะตระหนักรู้คุณลักษณะที่ตนชื่นชอบและความต้องการต่างๆ จากดารานักแสดงเหล่านี้

4. นักแสดงต้องสร้างภาพลักษณ์โดยใช้จุดเด่นที่เป็นผลบวกต่อภาพลักษณ์ เพื่อให้ผู้ชมและแฟนคลับได้รับรู้ในมุมมองที่ดี และเกิดความรู้สึกที่ดีแก่นักแสดง และควรมีการร่วมกิจกรรมและงานการกุศลต่างๆ เพื่อให้คนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อนักแสดงนำไปสู่ความนิยมชื่นชอบและติดตามในผลงานของศิลปินจากสถิติการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง เป็นประชาชนที่เคยรับชมซีรีส์วาย อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ประชาชนให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

ร้อยละ 70.60 สอดคล้องกับผลการวิจัยของดวงสมร จักรพันธุ์ (2549) พบว่าการสร้างภาพลักษณ์ศิลปินนั้นพยายามดึงข้อมูลที่เป็นจุดเด่นและส่งผลในด้านบวกต่อภาพลักษณ์ของศิลปินออกเผยแพร่ให้คนได้รับรู้ถึงศิลปินแต่ในแง่ลบที่ด้อย รวมทั้งจัดให้ศิลปินได้เข้าร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์สังคมหรืองานการกุศลต่างๆ เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปินนำไปสู่ความนิยมชื่นชอบและติดตามในผลงานของศิลปิน

5. นักแสดงที่เป็นที่นิยมจะเป็นผู้ที่มีภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง แต่ต้องรักษาชื่อเสียงให้คงอยู่ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพนักแสดงจากสถิติการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง เป็นประชาชนที่เคยรับชมซีรีส์วาย อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ประชาชนให้ความสำคัญภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยร้อยละ 70.13 สอดคล้องกับการศึกษาของเกียรตินิสา สายสนั่น (2552) ที่ว่ากระแสข่าวมีความสำคัญต่อการดำรงอาชีพนักแสดงเป็นอย่างสูง งานที่นักแสดงผลิตออกมานั้น กระแสข่าวมีส่วนช่วยชักจูงความสนใจจากประชาชนได้ สอดคล้องกับ Monaco (1981) อังโน อีร์ศักดิ์ พันธุจริยาและ ผศ.ดร.ฉัตรวรรณ องค์กร, 2562) ที่ว่า “ดารา” คือ ผู้ที่แสดงออกถึงบุคลิกต่างๆ และการสวมบทบาทของบุคคลให้ปรากฏ เป็นตัวแทนของบุคคลกลุ่มหนึ่งที่มุ่งนำเสนอผลงานออกสู่ประชาชนให้เห็นเป็นที่รู้จักกันความสามารถและความมีชื่อเสียงจากการแสดง ซึ่งมีแบบอย่างพิเศษที่มีผลทางด้านจิตวิทยามีอิทธิพลต่อผู้รับสารก่อให้เกิดความสนใจจนนำไปจดจำเป็นแบบอย่าง

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

เนื่องจากพบว่า ลักษณะทางประชากรของผู้ชมในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดกลุ่มผู้ชมซีรีส์วายได้ เช่น ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี เพราะกลุ่มเป้าหมายนี้มีความพึงพอใจนักแสดงซีรีส์วายโดยเฉพาะด้านบุคลิกภาพ/นิสัย ด้านพฤติกรรมส่วนตัว และมีการติดตามซีรีส์วายมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ด้านระดับการศึกษาผู้ที่มีการศึกษาด้านปริญญาตรี มีความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายด้านบุคลิกภาพ/นิสัย ด้านความมีชื่อเสียง ด้านบทบาทการแสดง ด้านพฤติกรรมส่วนตัวและการติดตามซีรีส์วายมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ควรนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับปรุงการดำเนินงานให้กลุ่มผู้ชมนักแสดงซีรีส์วายที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้มีความพึงพอใจมากขึ้น เพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญโดยเฉพาะผู้ชมที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาที่มีจำนวนมาก เช่น การใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อกลางในการโปรโมทให้คนสนใจเพิ่มมากขึ้นในทุกๆกลุ่ม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วายของแฟนคลับในเขตพื้นที่อื่น เพื่อได้ข้อมูลครอบคลุมเนื้อหาที่ศึกษาคบถ้วน และผู้เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารและเสริมสร้างนักแสดงให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้ชมมากขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ควรศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ชมหรือแฟนคลับที่ชมซีรีส์วาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและครอบคลุมเนื้อหาที่ศึกษามากขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารและจัดทำซีรีส์วายและเสริมสร้างนักแสดงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมซีรีส์วาย ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในนักแสดงซีรีส์วาย เช่น ทักษะการมีต่อนักแสดงซีรีส์วาย พฤติกรรมการชมซีรีส์วาย เพื่อเป็นการต่อยอดการศึกษาครั้งนี้ให้ครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสถานีโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ดิจิทัล ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการพัฒนาซีรีส์วายและการเลือกนักแสดงในซีรีส์วายให้มีคุณภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐกิตติ์ ธรรมมา. (2557). การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการสร้างภาพลักษณ์ศิลปินของบริษัท ทูรแพนเอเชีย จำกัด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ณิชา ยงกิจเจริญ. (2559). การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อศิลปินวง EXO ของกลุ่มแฟนคลับ EXO-L. ปรินญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงสมร จักรพันธุ์. (2549). กลยุทธ์การบริหารภาพลักษณ์ศิลปิน นักร้องไทยกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธัญญชยา อ่อนคง. (2553). พฤติกรรมการชมภาพยนตร์การเข้าร่วมและความพึงพอใจต่อกิจกรรม Starpics ฟุตฟิต For Film ของนักศึกษาในเขตกทม. ปรินญาวารสารศาสตรบัณฑิตมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ธีรศักดิ์พันธุ์จริยา, ผศ.ดร.ฉัตรวรัญ องค์กรสิงห์. (2562). โลกทางสังคมและสภาวะของดาราดัง. วารสารสหศาสตร์(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 20(1), 3-9.
- ปนัดดา วงศ์ผู้ดี และ ธีระ เตชะเมธัสสถิต. (2557). การสร้างภาพลักษณ์ผู้มีชื่อเสียงของธุรกิจบันเทิงในประเทศไทยเกี่ยวกับตัวแบบองค์ประกอบและแนวทางที่ใช้ในการปฏิบัติสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ของผู้มีชื่อเสียงในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พวงเพชรศิริโอด. (2558). ปัจจัยด้านความตั้งใจซื้อที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองของผู้บริโภคในตลาดนัด. นครราชสีมา : คลังปัญญา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). การวางแผนและประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ :
- วสิน สันทรณ. (2557). ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ระดับบัณฑิตในสินค้าประเภทหลอดไฟนํ้ารถยนต์. ปรินญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุดารัตน์ พิมลรัตน์กานต์. (2557). เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Kotler, P. (1996). *Principles of marketing*. London : Prentice-Hall.