

การสื่อสารผ่านเฟชบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย



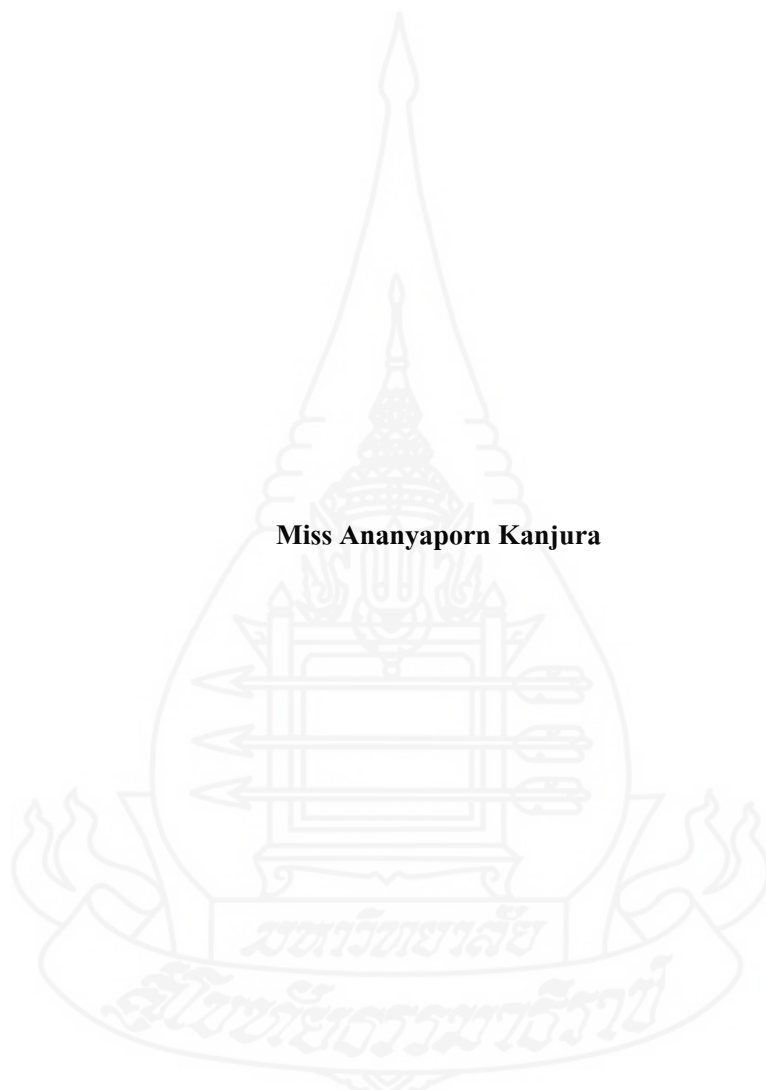
นางสาวอัญญาพร กัญญา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารกิจการสื่อสาร สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2564

Facebook Communication of Leading Life Coaches in Thailand

Miss Ananyaporn Kanjura



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts in Media Management

School of Communication Arts

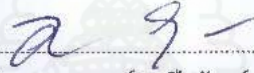
Sukhothai Thammathirat Open University

2021

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย
ชื่อและนามสกุล นางสาวอนัญญาพร กันจุฬา
แขนงวิชา การบริหารกิจการสื่อสาร
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท. หญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท
2. รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเซนทรพรรค์

วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2565

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



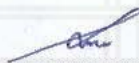
ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์)




กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท. หญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเซนทรพรรค์)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม)

APK APB

ชื่อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

ผู้วิจัย นางสาวอนัญญาพร กันจุพา รหัสนักศึกษา 2621500467

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารกิจการสื่อสาร)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท. หญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท

(2) รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทร์พรรค ปีการศึกษา 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย 2) รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย และ 3) เนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ แหล่งข้อมูล คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทยที่มียอดผู้ติดตามมากที่สุดในช่วงระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม 2564 จำนวน 3 เฟนเพจ ได้แก่ 1) เฟนเพจชื่อ Pop Siwapat ของ ดร.ปิ๊อบ รุจาวรา สิริพิพัฒน์ 2) เฟนเพจชื่อ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ของครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ และ 3) เฟนเพจชื่อ จตุพล ชมพูนิช ของอาจารย์จตุพล ชมพูนิช เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบบันทึกเนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ (1) คุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอก 7 ลักษณะ ได้แก่ รูปร่างที่ดูดีตามวัย การแต่งกายเน้นความสุภาพเรียบร้อย การปรากฏตัวมีการเตรียมพร้อมอย่างดี กิริยาท่าทางสุภาพ การใช้น้ำเสียงชัดเจน การสบตาเหมือนการพูดคุยด้วยกัน และการใช้ถ้อยคำสุภาพ มีคำคม และ (2) คุณลักษณะบุคลิกภาพภายใน 7 ลักษณะ ได้แก่ มีความเชื่อมั่นในตัวเองอย่างมาก มีความกระตือรือร้นสูง มีความรอบรู้กว้างขวาง มีความคิดริเริ่มที่น่าสนใจ มีปฏิภาณไหวพริบดี มีความจำดีความแม่นยำในเนื้อหา และมีอารมณ์ขัน 2) รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย มีหลายรูปแบบ เฟนเพจ Pop Siwapat เน้นรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์และข้อความ เฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ เน้นรูปแบบอินโฟกราฟิกและวิดีโอ เฟนเพจจตุพล ชมพูนิช เน้นรูปแบบอินโฟกราฟิก รูปภาพและข้อความ และ 3) เนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย มักเป็นการให้กำลังใจและการให้พลังในทางบวก เฟนเพจ Pop Siwapat และ เฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายของชีวิตและการเห็นคุณค่าของตนเอง เฟนเพจจตุพล ชมพูนิช เน้นการขายคอร์สออนไลน์ การรับบรรยายและทำธุรกิจออนไลน์

คำสำคัญ การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ไลฟ์โค้ช

Thesis title: Facebook Communication of Leading Life Coaches in Thailand

Researcher: Miss Ananyaporn Kanjura; **ID:** 2621500467;

Degree: Master of Communication Arts (Media Management);

Thesis advisors: (1) Police Lieutenant General Dr. Siriwan Anantho, Associate Professor;
(2) Paiboon Kachentaraphan, Associate Professor; **Academic year:** 2021

Abstract

The aims of this research were to study 1) to examine the personality traits of Thailand's top life coaches 2) to research the communication methods of Thailand's top life coaches using Facebook 3) to investigate the communications via Thailand's top life coaches' Facebook content.

This study was content analysis research. The source of information was the Thailand's top life coaches' Facebook fan page, which had the most followers from January 1–31, 2021, with a total of three fan pages named 1) Pop Siwapat, Pop Siwapat Warasiriphiphat's fan page 2) Kru Ngor Rossukon Kongket, Rossukon Kongket's fan page 3) Jatuphon Chomchanit, Jatuphon Chompanich's fan page. A content record form was used as a research tool. Statistical quantitative analysis, frequency and percentage were used to analyze the data. The descriptive inference method was used for qualitative data analysis.

The results showed that 1) the personality characteristics of Thailand's top life coaches had two types of good personality traits: seven good external personality traits and seven good internal personality traits. There are seven qualities that make a good personality: good physical condition for one's age, modest clothes, well-prepared appearance, pleasant demeanor, clear speech, and eye contact are all examples. In addition to the use of polite words. There were seven good intrinsic personality traits: self-confidence, enthusiasm, extensive knowledge, initiative, tactful intelligence, good memory and accuracy in content, and sense of humor. 2) Top life coaches in Thailand communicate in a variety of ways via Facebook. Pop Siwapat is a Facebook fan page that focuses on Facebook Live and message formats. The fan page for Kru Ngor Rossukon Kongket emphasizes on infographics and video forms. Jatuphon Chompanich is a fan page that focuses on infographic style, text and images. 3) Leading life coaches in Thailand use Facebook to communicate their material. It's frequently a sort of positive energy and encouragement. Pop Siwapat and Kru Ngor Rossukon Kongket are two fan pages that focus on content about setting life goals and self-worth. Jatuphon Chompanich's fan page is dedicated to selling online courses, getting lectures, and conducting business online.

Keywords: Communication via Facebook fan page, Life coach

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีเพราะได้รับความอนุเคราะห์และเอาใจใส่ให้คำปรึกษาเป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท. หญิง ดร. ศิริวรรณ อนันต์โท อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก วิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่มาตลอด รวมทั้งได้คำแนะนำเพิ่มเติมจาก รองศาสตราจารย์ ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ เป็นประธานการสอบ ปกป้องวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความกรุณาเป็นเกียรติในการสอบปกป้องวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ อีกทั้งยังให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตลอดจน ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่อบรมสั่งสอน ให้วิชาความรู้ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำและช่วยเหลือประสานงานให้สำเร็จด้วยดี

ท้ายที่สุดเหนือสิ่งอื่นใด ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่ๆ และ น้องๆ ผู้เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุน ช่วยเหลือในทุกด้าน จนกระทั่งประสบความสำเร็จได้ในทุกวันนี้ ขอขอบพระคุณที่ท่านให้การอบรมสั่งสอน และสนับสนุนในทุกกิจกรรมมาตลอด

อนัญญาพร กันจุฬา

มิถุนายน 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาการศึกษา.....	5
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
ขอบเขตการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory).....	7
ทฤษฎีจิตวิทยา (Psychology Theory).....	15
แนวคิดความน่าเชื่อถือ (Credibility concept).....	22
แนวคิดการสื่อสาร โน้มน้าวใจ.....	23
แนวคิดการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
แหล่งข้อมูล.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
คุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย.....	41
รูปแบบสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย.....	50
เนื้อหาในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย.....	59
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	86
สรุปการวิจัย.....	86
อภิปรายผลการวิจัย.....	90
ข้อเสนอแนะ.....	94
บรรณานุกรม.....	95
ภาคผนวก.....	99
ประวัติผู้วิจัย.....	102



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	คุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกและภายในของไลฟ์โค้ช 7 ประเภท..... 14
ตารางที่ 3.1	บันทึกคุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกของไลฟ์โค้ช..... 37
ตารางที่ 3.2	บันทึกคุณลักษณะบุคลิกภาพภายในของไลฟ์โค้ช..... 38
ตารางที่ 3.3	ตารางบันทึกจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสารและผู้แสดงความรู้สึก..... 38
ตารางที่ 3.4	ตารางบันทึกประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร..... 38
ตารางที่ 4.1	แสดงบุคลิกภาพภายนอก ของ ดร.ป๊อบ รุวารรา สิริพิพัฒน์ ที่ผ่านแฟนเพจ ชื่อ Pop Siwapat..... 41
ตารางที่ 4.2	แสดงบุคลิกภาพภายนอกของครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ผ่านแฟนเพจ ชื่อ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ..... 43
ตารางที่ 4.3	แสดงบุคลิกภาพภายนอกของอ. จตุพล ชมพูนิช ผ่านเพจชื่อ จตุพล ชมพูนิช..... 44
ตารางที่ 4.4	บุคลิกภาพภายในของ ดร.ป๊อบ รุวารรา สิริพิพัฒน์ที่ผ่านแฟนเพจ ชื่อ Pop Siwapat..... 46
ตารางที่ 4.5	แสดงบุคลิกภาพภายในของ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุผ่านแฟนเพจ ชื่อ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ..... 47
ตารางที่ 4.6	แสดงบุคลิกภาพภายในของ อ.จตุพล ชมพูนิช ผ่านแฟนเพจชื่อ จตุพล ชมพูนิช..... 49
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร ของ ดร.ป๊อบ รุวารรา สิริพิพัฒน์ ผ่านแฟนเพจชื่อ Pop Siwapatและผู้ติดตาม..... 51
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารของครูเงาะ รสสุคนธ์กองเกตุ ที่ผ่านแฟนเพจชื่อ ครูเงาะรสสุคนธ์ กองเกตุและผู้ติดตาม..... 53
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารของ อ.จตุพล ชมพูนิช ผ่านแฟนเพจชื่อ จตุพล ชมพูนิชและผู้ติดตาม..... 56
ตารางที่ 4.10	บันทึกประเด็นเนื้อหาการสื่อสารแฟนเพจชื่อ Pop Siwapat..... 59
ตารางที่ 4.11	ลำดับหัวข้อเนื้อหาแฟนเพจชื่อ Pop Siwapat..... 65
ตารางที่ 4.12	ประเด็นเนื้อหาการสื่อสารแฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ..... 66
ตารางที่ 4.13	ลำดับหัวข้อเนื้อหาแฟนเพจชื่อครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ..... 74

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14 บันทึกประเด็นเนื้อหาแผนพหุคูณผล ชมพูนิช.....	75
ตารางที่ 4.15 แสดงลำดับหัวข้อเนื้อหาแผนพหุคูณผล ชมพูนิช	82
ตารางที่ 4.16 สรุปเปรียบเทียบจำนวนเนื้อหาแผนพหุ 3 เพจ.....	83
ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบอันดับเนื้อหา.....	84



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของบุคลิก 5 ประการ.....	12
ภาพที่ 2.2 โมเดลทฤษฎีความต้องการของ Maslow.....	17
ภาพที่ 2.3 PERMA Model.....	22
ภาพที่ 2.4 ความแตกต่างระหว่างเฟซบุ้กส่วนตัวกับแฟนเพจ.....	28
ภาพที่ 2.5 ไอคอนแสดงแต่ละอารมณ์.....	30
ภาพที่ 2.6 ไอคอนแสดงความรู้สึก “หวังใย”.....	32



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารมีบทบาทในสังคมมนุษย์มาอย่างยาวนานจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ได้มีวิวัฒนาการขึ้นมาเป็นการสื่อสารโดยมีตัวกลาง คือ สื่อประเภทต่างๆ จากสื่อดั้งเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ ก็ปรับเปลี่ยนเป็นสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน ทำให้ข้อมูล ข่าวสารและเนื้อหาต่างๆ สามารถเชื่อมโยงกับสังคมยุคใหม่ได้มากขึ้น

การสื่อสารยุคใหม่ ซึ่งใช้เครือข่ายออนไลน์ประเภทต่างๆ กลายเป็นวิถีชีวิตปกติธรรมดาของคนในปัจจุบัน และถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ทดแทนกิจกรรมการเผชิญหน้าในอดีตได้อย่างเสมือนจริง ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์และอาจส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ดังนั้นจึงมีผู้หันมาสนใจใช้สื่อออนไลน์ทำกิจกรรม ธุรกิจ และธุรกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้นทุกวันรวมทั้งการให้คำปรึกษาในการใช้ชีวิต ที่รู้จักกันทั่วไป คือ “ไลฟ์โค้ช” (Life Coach)

ไลฟ์โค้ช คือ ผู้ที่ให้คำปรึกษาในการใช้ชีวิตและแนะแนวทางแก้ปัญหาชีวิตให้กับผู้ที่มาขอรับคำปรึกษา ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ ให้คนที่เคยล้มเหลว ให้มีพลังแล้วพยายามต่อสู้ให้ประสบความสำเร็จในสิ่งที่มุ่งหวังไว้ เป็นเหมือน โค้ชชีวิตให้กับผู้ที่ประสบปัญหาการรับคำปรึกษาในการใช้ชีวิต หรือเรื่องต่างๆ ที่เป็นปัญหาให้ประสบความสำเร็จ (พจนานารถ ชัยบังเกิด, 2563) ซึ่งสังคมปัจจุบันนี้มีคนจำนวนมากที่ประสบปัญหาต้องการคำปรึกษาและกำลังใจ จึงทำให้ไลฟ์โค้ชได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หลักการทำงานของไลฟ์โค้ชจะใช้จิตวิทยาแต่ไม่ใช่จิตวิทยา

หลักการอย่างหนึ่งที่ทำให้ไลฟ์โค้ชและนักจิตวิทยา แตกต่างกันคือ ไลฟ์โค้ชจะให้ความสำคัญกับการฟังและตั้งคำถามของผู้มาขอรับคำปรึกษาเพื่อหาแนวทางสู่เป้าหมายที่มุ่งหวังไว้ โดยไม่ได้ให้ความสนใจกับอดีตให้ความสนใจในปัญหาที่เกิดขึ้นปัจจุบันมากกว่า แต่นักจิตวิทยาจะให้ความสำคัญกับอดีตการเข้าใจตัวเอง เข้าใจว่าอะไรหล่อหลอมให้เป็นเราในทุกวันนี้ และอะไรคือสิ่งที่ทำให้เราคิด รู้สึก และมีมุมมองแบบที่เป็นอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน และการกำหนดเป้าหมายในอนาคต ปัญหาบางปัญหาอาจคลี่คลายได้ด้วยกระบวนการไลฟ์โค้ช แต่ก็ยังมีอีกหลายปัญหาที่จำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้และกระบวนการทางจิตวิทยาที่มีขอบเขตการทำงานที่กว้างขวางและลึกซึ้งกว่า เพราะถ้าฟังขอบเขตการทำงานของไลฟ์โค้ชอาจไม่เพียงพอ

(สุววุฒิ วงศ์ทางสวัสดิ์ อ้างใน Nattaya, 2563) ไลฟ์โค้ช จึงทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่ผู้ที่มารับคำปรึกษาให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เช่น ช่วยให้ผู้รับคำปรึกษามีความสุข ความสำเร็จ เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ ตามต้องการ ไลฟ์โค้ชจึงต้องมีความสามารถ ประสบการณ์และความรู้กว้างขวางในหลายมุมของชีวิต มีความสามารถเข้าใจเรื่องต่างๆ แบบองค์รวม แต่ก็มิได้หมายความว่า ไลฟ์โค้ชจะสามารถแก้ไขปัญหาเชิงลึกได้ทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าโค้ชแต่ละคนจะมีความเชี่ยวชาญการโค้ชเรื่องใดเป็นพิเศษ และต้องถูกใจคนที่เข้ามารับคำปรึกษาคด้วย (พจนารถ ชีบังเกิด, 2563)

ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมาข้างต้น ไลฟ์โค้ช จึงเป็นหนึ่งในธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่อย่างจริงจังในประเทศไทย ซึ่งอาชีพนี้เป็นที่นิยมอย่างมากในสหรัฐอเมริกามาก่อน โดยเกิดขึ้นครั้งแรกในช่วงทศวรรษ 1980 โดย โทมัส ลีโอนาร์ด (Tomes Leonard) นักวางแผนทางการเงินชาวอเมริกัน ได้สังเกตเห็นว่าบรรดาลูกค้าของเขาต้องการได้รับคำแนะนำด้านการใช้ชีวิตให้มีความสุขมากกว่าด้านการลงทุนและเงิน เขาจึงผันตัวเองมาศึกษาและพัฒนาศาสตร์ด้าน ไลฟ์โค้ช จนโด่งดังส่วนอาชีพไลฟ์โค้ชในประเทศไทยนั้น เกิดขึ้นมากกว่า 10 ปีแล้ว และหนึ่งในผู้ที่ทำธุรกิจนี้คือ พจนารถ ชีบังเกิด หรือ โค้ชจิมมี่ ผู้ก่อตั้งสถาบัน Thailand Coaching Academy ซึ่งเป็นสถาบันสอนทักษะไลฟ์โค้ชแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองโดย International Coach Federation (ICF) โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างไลฟ์โค้ชให้เป็นมาตรฐาน โดยสิ่งที่ไลฟ์โค้ชต้องมี คือ การช่วยคนให้เห็นศักยภาพของตนเอง เช่น คนบางคนที่มีความสามารถ มีความตั้งใจที่ดีและมีศักยภาพอยู่ในตนเองพร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้า แต่บางครั้งอาจตกอยู่ในสภาวะแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยให้แสดงศักยภาพและความสามารถที่ดีที่สุดออกมา ไลฟ์โค้ชต้องใช้ความสามารถให้คนเหล่านั้นเห็นศักยภาพตัวเอง มีพลังที่จะต่อสู้กับปัญหาที่เกิดขึ้นได้ (พจนารถ ชีบังเกิด, 2563)

ดังนั้น การจะเป็นไลฟ์โค้ชต้องผ่านการอบรมอย่างมาก ใช้เวลาหลายปี เรียนรู้ในศาสตร์แขนงต่างๆ โดยเฉพาะด้านจิตวิทยาในทุกๆ ด้าน เพื่อที่จะเป็นที่ปรึกษาที่ดีและมีคุณภาพ โดยเฉพาะสังคมไทยในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันสูง ทั้งด้านการดำรงชีวิตและการมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต คนบางคนมีความต้องการหาที่ยึดเหนี่ยว ขอคำแนะนำ หรือปลุกพลังบวกในตัว ซึ่งในปัจจุบันคนกลุ่มนี้มีมากขึ้น (แจ๊ค มินทร์ อิงค์ธนศ, 2564) จึงทำให้อาชีพไลฟ์โค้ชได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว และอีกสาเหตุที่อาชีพไลฟ์โค้ชได้รับความนิยม คือ คนไทยส่วนใหญ่เมื่อเกิดปัญหาไม่นิยมปรึกษาจิตแพทย์ เพราะกลัวถูกมองว่ามีความบกพร่องทางจิต การใช้บริการ ไลฟ์โค้ชดูเป็นแนวทางที่คนมองว่ารุนแรงน้อยกว่าและอาจดูดีต่อภาพลักษณ์มากกว่าการมาพบนักจิตวิทยาหรือจิตแพทย์ (สุววุฒิ วงศ์ทางสวัสดิ์, 2563)

คุณสมบัติที่สำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับการเป็นไลฟ์โค้ช คือ คุณลักษณะของไลฟ์โค้ชที่มาทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาต้องมีคุณสมบัติในเรื่องคุณลักษณะบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากสำหรับไลฟ์โค้ช บุคลิกภาพภายนอกที่ดี ได้แก่ รูปร่างหน้าตาที่ดูสะอาด ท่าทางที่สุภาพ การแต่งกายเหมาะสมตามกาลเทศะ ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้จะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาขอรับคำปรึกษาตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้พบ ส่วนคุณลักษณะภายในที่สำคัญจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาขอรับคำปรึกษามากขึ้น เช่น การให้คำแนะนำที่ดี มีความรู้ดี การศึกษาที่ดี และมีประวัติภูมิหลังที่ดี คุณลักษณะเหล่านี้จะนำมาความสัมพันธที่ดีและความน่าเชื่อถือไว้วางใจให้แก่ไลฟ์โค้ชเพิ่มขึ้นด้วย

ช่องทางการสื่อสารของไลฟ์โค้ช มีทั้งรูปแบบเผชิญหน้า (ออฟไลน์) และรูปแบบออนไลน์ โดยใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสาร สำหรับการให้คำปรึกษารูปแบบออฟไลน์นั้น นิยมใช้วิธีการอบรม/สัมมนา หรือขายคอร์ส ตามวันเวลา สถานที่ ที่กำหนด โดยส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายของการเข้าร่วมหลักสูตรหรือคอร์สอบรม จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของไลฟ์โค้ชที่ได้รับคำปรึกษา ข้อดีของการให้บริการรูปแบบออฟไลน์ คือ ทำให้ผู้ใช้บริการเลือกไลฟ์โค้ชที่ชื่นชอบเลือกเนื้อหาที่สนใจ และวันเวลาสถานที่ ที่จัดอบรม/สัมมนาได้ตามที่สะดวก นอกจากนี้ยังได้พบปะผู้คนหลากหลายประเภท สัมผัสบรรยากาศที่เป็นจริง พบเจอไลฟ์โค้ชแบบเผชิญหน้า มีข้อสงสัยซักถามได้ทันที แต่ต้องเสียเวลาในการเดินทางและเสียค่าใช้จ่ายในคอร์สอบรม/สัมมนาเป็นจำนวนมาก ส่วนการสื่อสารในรูปแบบออนไลน์ มีความแตกต่างจากรูปแบบออฟไลน์ คือ ให้ความสะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการติดต่อสื่อสารในเรื่องต่างๆ ได้รวดเร็วกว่าไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว อีกทั้งยังมีรูปแบบและวิธีการสื่อสารได้อย่างหลากหลาย เช่น รูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ อินโฟกราฟิก แอนิเมชันและอื่นๆ นอกจากนั้นยังสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วขึ้นโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายมากเหมือนรูปแบบออฟไลน์ จึงทำให้การสื่อสารในรูปแบบออนไลน์เป็นที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน รวมทั้งในวงการไลฟ์โค้ชด้วย

ปัจจุบันรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ยังมีหลากหลายช่องทางหรือแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นมากมาย เช่น ยูทูป เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และจากข้อมูลทีมงาน Fastket เป็นข้อมูลสถิติของเฟซบุ๊ก (Facebook) ทั่วโลกในปี ค.ศ. 2021 ได้สรุปไว้ว่ารูปแบบช่องทางแพลตฟอร์มที่ง่ายและสะดวก เข้าถึงกลุ่มคนได้ในทุกเพศ ทุกวัย และเป็นที่นิยมในปัจจุบัน คือ การสื่อสารช่องทางเฟซบุ๊กยังเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมจากคนทั่วโลกและทรงอิทธิพลที่สุดในปัจจุบัน เป็นเหมือนสถานที่ขนาดใหญ่และยังสามารถเข้าถึงประชากรทั่วโลกได้มากถึงร้อยละ 59 โดยเฟซบุ๊กนี้เป็นเพียงแพลตฟอร์มเดียวที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้งานโซเชียลมีเดีย (Social Media) ได้มากถึงร้อยละ 50 (Fastket, 2564) และจากความนิยมที่ได้รับเป็นจำนวนมาก ไลฟ์โค้ชหลายคนก็เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ที่ได้จากการ

สื่อสารผ่านเฟซบุ๊กและเลือกใช้ช่องทางนี้เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้นด้วย

เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ Social Networking ที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม (Social Community) เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน ส่วนในเรื่องการใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ช ไลฟ์โค้ชมักใช้เป็นช่องทางธุรกิจทำตลาดธุรกิจออนไลน์ได้โดยเปิดเป็นเฟซบุ๊กแฟนเพจหรือแฟนเพจ เพราะแฟนเพจไม่จำกัดจำนวนผู้ติดตาม มีการเสนอข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การโพสต์ และยังมีรูปแบบการสื่อสารได้หลากหลาย เป็นที่นิยมของคนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย เพราะรูปแบบการใช้งานไม่ยุ่งยาก และทำตลาดธุรกิจออนไลน์ในหน้าแฟนเพจได้ สามารถเพิ่มเพื่อน (หรือกลุ่มผู้ติดตาม) ได้ตลอด ไม่จำกัดจำนวนแบบ เฟซบุ๊กส่วนตัว (Profile) หากในหน้าแฟนเพจ มีคนกดไลค์เกิน 300 คนขึ้นไป จะทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนชื่อแฟนเพจนี้ได้ (ต่างกับกับหน้า Profile ที่สามารถเปลี่ยนชื่อได้ตลอด) อีกทั้งแฟนเพจยังเป็นช่องทางเข้าถึงกลุ่มผู้ติดตามหรือกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตามให้มีความใกล้ชิดกับแฟนเพจยิ่งขึ้น และจากประโยชน์และความสำคัญของแฟนเพจจึงทำให้ไลฟ์โค้ชหลายคนสนใจรูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร เพราะสามารถใช้ทดแทนรูปแบบการสื่อสารแบบออฟไลน์ได้อย่างดี โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ไลฟ์โค้ชมีความจำเป็นต้องใช้การสื่อสารรูปแบบออนไลน์เป็นหลัก ตามมาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้วยเหตุนี้ยังทำให้การสื่อสารในรูปแบบออนไลน์มีความสำคัญและจำเป็นอย่างมาก

นอกเหนือจากแพลตฟอร์มหรือช่องทางการสื่อสารที่ไลฟ์โค้ชจะต้องใช้ในการให้คำปรึกษา หรือส่งข้อมูลที่มีประโยชน์ ข่าวสารที่น่าสนใจ กับผู้ติดตาม ผู้สนใจและผู้มารับคำปรึกษาแล้ว เฟซบุ๊กยังมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น รูปแบบข้อความ รูปแบบรูปภาพ รูปแบบรูปภาพข้อความ อินโฟกราฟิก วิดีโอ เฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งผู้ติดตามสามารถเลือกใช้ได้ตามความสะดวกและรสนิยมของตน อย่างไรก็ตามในการสื่อสารของไลฟ์โค้ชนั้น เนื้อหา (Content) นับว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ไลฟ์โค้ชส่วนมากจึงนิยมนำเสนอเนื้อหาประเภท Positive การสร้างพลังบวก ซึ่งเนื้อหาจะเน้นในเรื่องการสร้างกำลังใจ ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ และให้คำปรึกษาในการสร้างพลังให้ชีวิตให้ดีขึ้น

ด้วยเหตุผลความเป็นมาดังกล่าว จะเห็นว่าปัจจุบันนี้ อาชีพไลฟ์โค้ชมีอิทธิพลมากขึ้นทุกวันและวิธีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปก็มีความสำคัญต่อความสำเร็จของไลฟ์โค้ชด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะบุคลิกภาพ รวมทั้งรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญ

และความจำเป็นในการศึกษาประเด็นและหัวข้อดังกล่าวให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในทางวิชาการ และนำไปต่อยอดในทางปฏิบัติต่อไป

2. ปัญหาการศึกษา

- 2.1 คุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย เป็นอย่างไร
- 2.2 การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย มีรูปแบบอย่างไร
- 2.3 การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย มีเนื้อหาอะไร

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 3.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย
- 3.2 เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย
- 3.3 เพื่อศึกษาเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

4. ขอบเขตการศึกษา

ไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทยที่ทำการศึกษาคัดเลือกจากไลฟ์โค้ชที่มีจำนวนยอดผู้ติดตามผ่านเฟซบุ๊กมากที่สุด ในช่วงระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม 2564 รวม 3 คน คือ

- 4.1 ดร.ปิ๊อบ ฐาวรา สิริพิพัฒน์ ผู้ติดตาม 1.7 ล้านคน (ยอดวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2564)
- 4.2 ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ผู้ติดตาม 1.3 ล้านคน (ยอดวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2564)
- 4.3 อ.จตุพล ชมพูนิช ผู้ติดตาม 9 แสนคน (ยอดวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2564)

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 **ไลฟ์โค้ช** หมายถึง นักพูดที่สร้างแรงบันดาลใจหรือที่ปรึกษาปัญหาชีวิต ไลฟ์โค้ชเปรียบเสมือนเป็นผู้ช่วยในการดำเนินชีวิต ให้คำปรึกษาพร้อมกำหนดจุดมุ่งหมายใหม่ที่สร้างสรรค์ และชัดเจน สร้างความเชื่อที่เป็นแรงบันดาลใจและทัศนคติที่ดีที่นำไปให้ถึงในอนาคตอย่างมีความสุขและประสบความสำเร็จ ทำให้ชีวิตดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

5.2 เฟซบุ๊กแฟนเพจ หมายถึง การสร้างหน้าเพจขึ้นมาใหม่โดยอาศัยบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวในการสร้างโดยแฟนเพจมีไว้สำหรับใช้งานในเชิงธุรกิจ ใช้ในช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจ เช่น สร้างแบรนด์ ธุรกิจ องค์กร หรือเพื่อสร้างตัวตนบนเฟซบุ๊กให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายธุรกิจได้มากขึ้น

5.3 อินโฟกราฟิก (Infographics) หมายถึง การนำข้อมูลความรู้มาสรุป เสนอในรูปแบบต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน โดยแสดงออกมาเป็นกราฟิกซึ่งอาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม ตาราง แผนที่ ฯลฯ ทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย และทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.4 คุณลักษณะบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะนิสัยและรูปแบบของความคิด ความรู้สึกของแต่ละบุคคลแต่ละคน โดย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ บุคลิกภาพภายนอก ได้แก่ รูปร่าง การแต่งกาย การปรากฏตัว กิริยาท่าทาง การใช้น้ำเสียง การสบตา การใช้ถ้อยคำภาษา และบุคลิกภาพภายใน ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตัวเอง ความกระตือรือร้น ความรอบรู้ ความคิดริเริ่ม ปฏิภาณไหวพริบ อารมณ์ขัน

5.5 รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง วิธีการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก มี 6 ประเภท ได้แก่ รูปภาพ ข้อความ รูปภาพและข้อความ อินโฟกราฟิก วิดีโอ เฟซบุ๊กไลฟ์

5.6 ไลฟ์สด หมายถึง การถ่ายทอดกิจกรรมหรือเหตุการณ์ผ่านทางเฟซบุ๊กในเวลาที่เกิดขึ้นจริง

5.7 เนื้อหา หมายถึง ข้อความหรือเรื่องราวที่ไลฟ์โค้ชสื่อสารผ่านทางเฟซบุ๊ก ซึ่งแบ่งได้เป็น 10 ประเภท คือ การสั่งสอน/แนะนำ การขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์ การให้กำลังใจ การสร้างพลังบวก การสอดแทรกหลักธรรมะ การให้ความรัก/ความเมตตา การช่วยเหลือสังคม การมีอารมณ์ขัน การสอดแทรกปัญหาสังคม การขอบคุณผู้สนับสนุนรายได้

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาในการสื่อสารของไลฟ์โค้ชและนักการสื่อสารที่ใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย

6.2 ได้กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของไลฟ์โค้ชในการสื่อสารสำหรับกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของไลฟ์โค้ช (Life Coach) แนวหน้าในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสวงหาความรู้ที่จะนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดและวิเคราะห์งานวิจัยดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory)
 - 1.1 ทฤษฎีบุคลิกภาพกลุ่มลักษณะนิสัย (Trait Theory)
 - 1.2 ทฤษฎีคุณลักษณะของผู้นำ (Trait Theory of Leadership)
2. ทฤษฎีจิตวิทยา (Psychology Theory)
 - 2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ (Theory of Human Motivation)
 - 2.2 ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology Theory)
3. แนวคิดความน่าเชื่อถือ (Credibility concept)
4. แนวคิดการสื่อสาร โน้มน้าวใจ (Persuasion concept)
5. แนวคิดการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory)

บุคลิกภาพของแต่ละคนเป็นสิ่งประจำตัวของคนคนนั้นที่ทำให้มีความแตกต่างจากคนอื่น และมีหลายสิ่งหลายอย่างที่จะประกอบกันทำให้คนแต่ละคนมีบุคลิกภาพเป็นของตัวเอง ซึ่งเป็นผลมาจากการทำงานประสานกันของสมองที่ขึ้นอยู่กับพันธุกรรม และประสบการณ์ที่ได้รับจากสิ่งแวดล้อม บุคลิกภาพจึงมีความสำคัญต่อชีวิตเราอย่างยิ่ง ทำให้เรารู้สึกถึงความสำคัญของตัวเอง เราจะต้องค้นพบตัวเองและเป็นตัวของตัวเองที่แตกต่างจากผู้อื่น

คำว่า บุคลิกภาพ (Personality) จึงหมายถึงลักษณะเฉพาะที่บ่งบอกความแตกต่างระหว่างบุคคล ดังมีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กันดังต่อไปนี้

กอร์ดอน ออลพอร์ท (Allport, 1937) ให้ความหมายว่า บุคลิกภาพ คือ ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล และลักษณะภายในบางประการที่เป็นตัวนำให้บุคคลกระทำกิจกรรมต่างๆ บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่สามารถทำความเข้าใจ และระบุนคุณสมบัติขั้นพื้นฐานที่ทำให้เกิดพฤติกรรมมนุษย์ และนับรวมไปถึงองค์ประกอบของพฤติกรรม ที่แสดงให้เห็นถึงความอดทน พื้นฐานจิตใจ และรวมถึงพฤติกรรมในสภาวะเหตุการณ์ต่างๆ

เออร์เนส อาร์ ฮิลการ์ด (Hilgard, 1962) กล่าวว่าบุคลิกภาพเป็นลักษณะส่วนรวมของบุคคล และการแสดงออกของพฤติกรรมซึ่งชี้ให้เห็นความเป็นปัจเจกบุคคล ในการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงลักษณะที่ส่งผลต่อการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ได้แก่ ความรู้สึกนับถือตนเอง ความสามารถ แรงจูงใจ ปฏิกริยาในการเกิดอารมณ์ และลักษณะนิสัยที่สะสมจากประสบการณ์ชีวิต

ฟิลลิป จี ซิมบาร์โด และฟลอยด์ แอล.รูช (Zimbardo & Ruch, 1980) อธิบายว่า บุคลิกภาพเป็นผลรวมของลักษณะเชิงจิตวิทยาของบุคคลแต่ละคน มีผลต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมหลากหลายของบุคคลนั้น ทั้งส่วนที่เป็นลักษณะภายนอกที่สังเกตได้ง่ายและพฤติกรรมภายในที่สังเกตได้ยาก ลักษณะที่หลากหลายดังกล่าวส่งผลให้บุคคลแสดงออกต่างกันในแต่ละสถานการณ์และช่วงเวลา

บุทซิน, เอฟสไตน์ และวูด (Bootzin, Epstein, & Wood, 1991) ให้ความหมายว่า บุคลิกภาพเป็นลักษณะนิสัยและรูปแบบของความคิด ความรู้สึก และการประพฤติปฏิบัติของบุคคลแต่ละคน

อัลลิส แจมเจริญ (2530) ให้ความหมายว่า บุคลิกภาพ หมายถึงลักษณะส่วนรวมของบุคคลทั้งหมด ที่แสดงออกมาปรากฏให้คนอื่นได้รู้ได้เห็น ซึ่งแตกต่างกันเพราะภาวะสิ่งแวดล้อมที่สร้างตัวบุคคลนั้นแตกต่างกันประการหนึ่ง และพันธุกรรมที่แต่ละบุคคลได้มาก็แตกต่างกัน

จากความหมายของคำว่า บุคลิกภาพ ที่นักทฤษฎีหลายท่านกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่บ่งบอกความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันไป โดยแบ่งเป็นลักษณะทางกายซึ่งสังเกตได้ง่าย ได้แก่ รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง น้ำเสียง คำพูด ความสามารถทางสมอง ทักษะการทำการกิจกรรมต่างๆ และลักษณะทางจิตภายใน ซึ่งสังเกตได้ค่อนข้างยาก ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ ค่านิยม ความสนใจ ความมุ่งหวัง อุดมคติ เป้าหมาย และความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ลักษณะทางกายและลักษณะทางจิตที่กล่าวมานั้นมีที่มาจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมของแต่ละคน

คาร์ล กุสตาฟ จุง (Carl Gustav Jung ค.ศ. 1875-1961) อธิบายใน บล็อก วัน อัยชะฮ์, 2559) แบ่งบุคลิกภาพได้ เป็น 2 ประเภท คือ บุคลิกภาพภายนอก และบุคลิกภาพภายใน

1) บุคลิกภาพภายนอก (External Personality) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนของแต่ละคน ซึ่งอาจหมายถึงสรีระทางกาย กิริยาท่าทางต่างๆ การเคลื่อนไหวรูปร่างหน้าตา ผิวพรรณ การแต่งกาย การใช้น้ำเสียง ศิลปะการพูด สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นบุคลิกภาพภายนอกทั้งสิ้น

2) บุคลิกภาพภายใน (Internal Personality) หมายถึง ลักษณะภายในของบุคคลที่เป็นความรู้สึกนึกคิดที่อยู่ภายในจิตใจ ซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้แต่สามารถสัมผัสและแสดงออกได้ เช่น ความเชื่อมั่นในตนเอง ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ปฏิภาณไหวพริบ ความรู้ ความสามารถ เป็นต้น และเนื่องจากบุคลิกภาพของมนุษย์นั้นถูกหล่อหลอมและประสมประสานด้วยพันธุกรรมวัฒนธรรม การเรียนรู้ รวมทั้งวิธีปรับตัวของบุคคลและสิ่งแวดล้อมที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม ทำให้บุคลิกภาพของแต่ละคนเป็นสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมทางสังคม

จากความหมายของของทฤษฎีบุคลิกภาพตามแนวความคิดของนักจิตวิทยาจะเห็นได้ว่า คำว่าบุคลิกภาพนั้นครอบคลุมลักษณะทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม ซึ่งลักษณะต่างๆ ที่ผสมผสานกันแล้วนี้ทำให้ผู้อื่นสามารถสังเกต บรรยาย อธิบาย หรือวัดพฤติกรรมของบุคคลได้เช่น ความมีเสน่ห์ ความมีชื่อเสียง ความเย็บขริม ความเป็นกันเอง การมีอารมณ์ขัน เป็นต้น นักจิตวิทยาได้พยายามอธิบายพัฒนาการความเป็นมาของบุคลิกภาพ ซึ่งแนวความคิดในการพยายามทำความเข้าใจในบุคลิกภาพนั้นสามารถทำนายลักษณะนิสัย ความสามารถ ความถนัด ความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคล และทายพฤติกรรมได้ ความสามารถดังกล่าวมีคุณค่าต่อการดำเนินชีวิต ทั้งส่วนตัวและการงานอาชีพในชีวิตประจำวันอย่างยิ่ง และจากการที่มนุษย์มีพันธุกรรมที่ต่างกันรวมทั้งเติบโตในสิ่งแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการเมืองที่แตกต่างกัน บุคลิกภาพของมนุษย์จึงมีมากมายหลายแบบ ซึ่งบางลักษณะก็เป็นลักษณะเฉพาะวัฒนธรรม เฉพาะศาสนา หรือเฉพาะเชื้อชาติ บางลักษณะก็เป็นแบบเฉพาะตัวอันซับซ้อนลึกซึ้งเหนือความเข้าใจของคนปกติทั่วไป

1.1 ทฤษฎีบุคลิกภาพกลุ่มลักษณะนิสัย (Trait Theory)

มนุษย์มีลักษณะนิสัยหรือคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จึงอาจจำแนกบุคคลตามแนวโน้มลักษณะนิสัย เช่น คนที่มีนิสัยขี้เหนียว จะมีความมุ่งมั่นในการใช้จ่ายให้น้อยที่สุดและเน้นการรักษาผลประโยชน์ อัลพอร์ต (Allport, 1937) เชื่อว่าบุคลิกภาพของมนุษย์ถูกกำหนดด้วยบุคลิกลักษณะนิสัย (Trait) ซึ่งเป็นลักษณะนิสัยหรือความเคยชิน เป็นโครงสร้างของระบบจิตประสาท (Neuropsychic Structures) ของแต่ละบุคคลที่สามารถทำให้สิ่งเร้าทำหน้าที่ได้อย่างสมดุล และเป็นตัวเริ่มให้เกิดการปรับตัวให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างสมดุล ลักษณะนิสัยของมนุษย์มีมากมาย และในแต่ละบุคคลก็ไม่มีบุคลิกลักษณะตายตัว แต่จะแสดงลักษณะนิสัยนั้นออกมาตามสิ่งแวดล้อมและความกดดันของสังคมในขณะนั้น

ในการอธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีบุคลิกภาพกลุ่มลักษณะนิสัยนั้น อัลล์พอร์ท กล่าวว่า ภายในตัวบุคคลจะมีการจัดระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ระบบภายในดังกล่าวมี 5 ระดับ คือ ระบบภายในตัวบุคคล

ระดับที่ 1 ได้แก่ การกระทำต่างๆ ที่เกิดจากการมีปฏิกิริยาโต้ตอบต่อสิ่งเร้า (Response)

ระดับที่ 2 ได้แก่ นิสัย (Habit) หรือการกระทำซ้ำที่เกิดจากการเรียนรู้

ระดับที่ 3 ได้แก่ ลักษณะนิสัย (Traits) เกิดจากการผสมผสานของนิสัยเฉพาะต่างๆ

ระดับที่ 4 ได้แก่ ตัวตน (Selves) เกิดจากการผสมผสานของลักษณะนิสัยต่างๆ อัลล์พอร์ท เชื่อว่า แต่ละคนจะมีตัวตนได้มากกว่าหนึ่ง เช่น เมื่ออยู่ที่ทำงานจะมีตัวตนอย่างหนึ่ง แต่เมื่ออยู่กับที่บ้าน จะมีตัวตนอีกแบบหนึ่ง

ระดับที่ 5 ได้แก่ บุคลิกภาพ (Personality) เกิดจากการผสมผสานของตัวตนหรือเป็นระบบรวมทั้งหมดภายในตัวบุคคลนั่นเอง

อัลล์พอร์ทเน้นว่าไม่มีอะไรที่จะสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพของบุคคลได้ดีเท่ากับ ลักษณะนิสัย เพราะลักษณะนิสัยจะเป็นสิ่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคลและเป็นแนวทางสำหรับการแสดงพฤติกรรม อัลล์พอร์ทได้แบ่งลักษณะนิสัยออกเป็น 2 ชนิดคือ

1) ลักษณะนิสัยสามัญ (Common Traits) ได้แก่ ลักษณะนิสัยที่ปรากฏให้เห็นร่วมกันในบุคคลต่างๆ ที่อยู่ในสังคมวัฒนธรรมเดียวกัน ซึ่งมีค่านิยมทางสังคม ศาสนา และการเมืองคล้ายกัน เช่น ลักษณะนิสัยสามัญของคนไทย ได้แก่ ความเกรงใจ และความมีน้ำใจ

2) ลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Traits) ได้แก่ ลักษณะนิสัยเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล ทำให้แต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันออกไป

กล่าวโดยสรุป บุคลิกภาพ คือ การผสมผสานคุณลักษณะภายนอก เช่น รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง การวางตัว พฤติกรรมต่างๆ กับคุณลักษณะภายใน เช่น ความคิด ความเชื่อมั่นในตัวเอง ค่านิยม อารมณ์ที่มาหลอมรวมเป็นแบบอย่างเฉพาะของบุคคล ซึ่งทำให้แต่ละบุคคลมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันออกไปจนเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัย ได้แก่

1) พันธุกรรมเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ และเป็นปัจจัยที่ส่งผลในการกำหนดพื้นฐานของบุคลิกภาพขั้นต้นเช่น รูปร่าง ลักษณะสีผิว สีผม สีตา เพศและลักษณะประจำเพศ โรคต่างๆ รวมถึงเขาวัวปัญญาและความถนัด

2) สภาพแวดล้อม เป็นสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรา ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ ค่านิยม ความเชื่อ ทักษะคิด คำสั่งสอน การอบรมเลี้ยงดู สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพื้นฐานของบุคลิกภาพที่ได้มาจากพันธุกรรมที่ทำให้บุคลิกภาพนั้นดีขึ้นหรือแย่ลง

นอกจากบุคลิกภาพดังกล่าวแล้ว อัลล์พอร์ท ได้อธิบายถึงบุคคลที่มีบุคลิกภาพที่มี ภาวะโดยอธิบายว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพที่มีภาวะ คือ บุคคลที่มีอิสรภาพจากแรงจูงใจต่างๆ โดยสรุป คุณลักษณะของบุคคลที่มีภาวะมีบุคลิกภาพ 6 ประการ ดังนี้

1) เป็นบุคคลที่สามารถขยายความสนใจที่นอกเหนือจากตัวตน (Extension of the Sense of Self) มีจิตสาธารณะ สามารถสร้างสรรค์และแบ่งปันความคิดและพลังเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อบุคคลอื่นและสังคม

2) สามารถสร้างสัมพันธภาพที่อบอุ่น (Warm Relatedness to Others) มีความเห็นอกเห็นใจ ไม่วิจารณ์ถากถางหรือล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น สามารถปรับตัวกับบุคคลอื่นได้ในทุกสถานการณ์

3) ยอมรับตนเอง (Self-acceptance) มีความมั่นคงทางอารมณ์และรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง มีความอดทนอดกลั้นต่อความคับแค้นใจสูง สามารถควบคุมตนเองได้

4) รับรู้ความจริงอย่างถูกต้อง (Realistic Perception of Reality) ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง มุ่งแก้ปัญหาที่ต้นเหตุมากกว่าการแก้ปัญหาโดยยึดอารมณ์ความรู้สึกหรือผลประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก

5) ทำตนเป็นคนที่สามารถเข้าถึงง่าย (Self-objectification) ยอมรับความเด่นและความด้อยส่วนตัว เปิดเผยตรงไปตรงมา ไม่ทำตนเป็นผู้ลึกลับหรือทำตนอวดรู้เหนือคนอื่น

6) มีเอกภาพแห่งปรัชญาชีวิต (Unifying Philosophy of Life) ความเข้าใจจุดมุ่งหมายของชีวิตอย่างชัดเจน มีอุดมการณ์ มีความมุ่งมั่นบากบั่นในการต่อสู้กับอุปสรรคเพื่อการบรรลุเป้าหมายแห่งชีวิต

นอกจากนี้ แมคครี และคอสต้า (McCrae & Costa, 1992) ได้กล่าวถึงทฤษฎีทางจิตวิทยา ซึ่งถูกนำมาในใช้อธิบายบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลมากที่สุด เนื่องจากมีความครอบคลุมในหลายกลุ่มอายุและรูปแบบวัฒนธรรม โดยแบ่งโครงสร้างบุคลิกภาพเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ (Five Factors) หรือที่เรียกว่า “The Big Five” บุคลิกภาพ 5 ประการนี้มีชื่อย่อเป็น OCEAN ซึ่งสามารถอธิบายบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแต่ละคน ได้ชัดเจนขึ้น



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของบุคลิก 5 ประการ

ที่มา: Wikimedia Commons (2019)

1) การเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience) บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านนี้สูงจะเป็นคนที่ค่อนข้างมีจินตนาการ ไวต่อความรู้สึก รับรู้ความงามของศิลปะ ไวต่อความงาม ชอบใช้สติปัญญา รับรู้อารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ดี ส่วนบุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านนี้ต่ำ มักชอบมีความคิดแบบอนุรักษ์นิยม ชอบคิดตามกรอบประเพณีดั้งเดิม ชอบสิ่งที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อนหรือลึกซึ้งมากนัก ไม่สนใจด้านศิลปะหรือวิทยาศาสตร์ การตอบสนองทางอารมณ์ไม่มากนัก

2) การมีจิตสำนึก (Conscientiousness) เป็นแนวโน้มของบุคคลที่จะแสดงความมีวินัยในตนเอง รู้จักหน้าที่ มีจุดมุ่งหมายที่จะประสบความสำเร็จ บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านนี้สูง มักจะชอบวางแผนล่วงหน้า ส่งผลให้เป็นการควบคุมการกระทำของตนเอง และกำหนดทิศทางความต้องการภายในให้มีการแสดงออกอย่างเหมาะสม หลีกเลี่ยงที่จะไม่กระทำในสิ่งที่มองเห็นว่าจะมีปัญหาเกิดขึ้น ถูกมองจากผู้อื่นว่าเป็นคนฉลาด เชื่อถือได้ ส่วนในแง่ลบ มักเป็นคนทำงานหนักมากเกินไป มีแนวโน้มต้องการความสมบูรณ์แบบ จริงจังกับทุกเรื่อง จึงดูเป็นคนเคร่งเครียดตลอดเวลา ไม่มีชีวิตชีวา น่าเบื่อ บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านนี้ต่ำจะเป็นคนที่ไม่ค่อยมีความทะเยอทะยาน ไม่มีจุดมุ่งหมายในชีวิต ดูไม่น่าเชื่อถือ ดำรงชีวิตไปตามความต้องการระยะสั้นของตนเอง ไม่สามารถทำตามแบบแผนที่ถูกกำหนดได้ แต่ก็จะเป็นบุคคลที่ไม่น่าเบื่อและไม่เครียดกับสิ่งต่างๆ มากเกินไป

3) การเปิดตัว การเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extraversion) เป็นลักษณะของบุคคลที่ชอบเข้าสังคม ชอบการพบปะพูดคุยกับผู้อื่น ชอบอยู่ในกลุ่มคน มีลักษณะเป็นคนเปิดเผยตนเอง มีอารมณ์ทางบวกเกินขึ้นได้บ่อย มีแนวโน้มที่จะเป็นคนมีนิสัยร่าเริง มองโลกในแง่ดี

กระตือรือร้น ชอบเหตุการณ์ที่ตื่นเต้นเร้าใจ และเรียกร่องสิทธิ์ของตนเองบุคคลที่มีลักษณะตรงกันข้ามเรียกว่า Introvert มักเป็นคนที่ค่อนข้างเงียบ ไม่ชอบเข้าสังคม ชอบอยู่คนเดียว แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า เป็นคนที่ขาดทักษะทางสังคมหรือขี้อาย หากแต่เป็นบุคคลที่ต้องการอยู่คนเดียว ไม่ชอบการกระตุ้นจากสังคม จึงดูเหมือนเป็นคนที่ไม่เป็นมิตรหรือไม่สนใจผู้อื่น

4. ความเป็นมิตร (Agreeableness) เป็นแนวโน้มของบุคคลที่จะยอมตามผู้อื่น ชอบที่จะร่วมมือ ชอบความกลมกลืนทางสังคม เห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่นก่อนตนเอง บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านนี้สูงมักจะมีค่านิยมที่เกี่ยวกับการอยู่ร่วมกับผู้อื่น มองธรรมชาติของมนุษย์ในแง่ดี มีความซื่อสัตย์จิตใจดี และไว้วางใจได้ จึงมักจะมีลักษณะนิสัยที่มีความเป็นกันเอง เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ชอบช่วยเหลือผู้อื่น ชอบความปรองดองบุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านนี้ต่ำ มักจะสนใจในผลประโยชน์ของตนเองเป็นหลัก มากกว่าการได้อยู่ร่วมกับผู้อื่น มักจะไม่สนใจในทุกข์สุขของผู้อื่น

5. ความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (โรคประสาท) (Neuroticism) เป็นแนวโน้มในการเกิดประสบการณ์อารมณ์ทางลบของบุคคล เป็นความบกพร่องในการปรับตัวทางอารมณ์ของบุคคล ซึ่งเป็นแนวโน้มที่จะเกิดภาวะความเครียดทางจิตใจ เช่น ความรู้สึกวิตกกังวล ไม่มั่นคง ประหม่า กลัว ซึมเศร้า โกรธ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงภาวะอารมณ์ที่สับสนที่แทรกซ้อนต่อการปรับตัวด้วย บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านนี้สูงมีแนวโน้มที่จะมีความคิดที่ขาดเหตุผล มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ของตนเองน้อย และเผชิญต่อความเครียดได้ไม่ดีเท่าคนอื่น และอาจเสี่ยงต่อการมีปัญหาทางจิตบางชนิดได้

แบสและอโวลิโอ (Bass & Avolio, 1990) แสดงความคิดเห็นว่าคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ (Personality) ประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ 1. การมีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence) 2. มีความซื่อสัตย์ (Integrity) 3. อดทนต่อความเครียด (Tolerance of stress) 4. การควบคุมอารมณ์ได้ดี (Emotional control) 5. มีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) ความตื่นตัว (Alertness) 6. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Original, originality) มีความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) เป็นคนเปิดเผยไม่เก็บตัว (Open-minded)

1.2 ทฤษฎีคุณลักษณะของผู้นำ (Trait Theory of Leadership)

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญของคุณสมบัติของผู้นำ (Trait) เช่น ทักษะ (Skill) บุคลิกภาพ (Personality) รูปร่างหรือลักษณะทางกายภาพ เชื่อว่าบุคคลเป็นผู้นำโดยกำเนิด จะมีความสามารถ ความมีจริยธรรม สติปัญญา ความรู้ ความสามารถในการพูด การตัดสินใจ รูปแบบลักษณะของความเป็นผู้นำขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้นำแต่ละคน ทั้งผู้นำที่ประสบความสำเร็จและผู้นำที่ไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งคุณลักษณะผู้นำใช้ในการทำนายประสิทธิภาพของความเป็นผู้นำได้ นักทฤษฎีที่ใช้แนวทางลักษณะนี้พยายามที่จะระบุลักษณะทางสรีรวิทยาบุคลิกภาพความเป็นผู้นำเช่น ความมั่นใจ

ในตนเองและความสามารถทางปัญญา ความมุ่งมั่นงานและประโยชน์ต่อสังคม ผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะมีความสนใจความสามารถและลักษณะบุคลิกภาพที่แตกต่างจากผู้นำที่มีประสิทธิผลน้อย มาร์แชล (Marshall, 1995) กล่าวว่า คุณลักษณะความเป็นผู้นำ ควรมีคุณลักษณะสำคัญ 6 ประการ ได้แก่

- 1) คุณลักษณะทางกายภาพ โดยจะต้องเป็นผู้ที่แข็งแรง ร่างกายสง่างาม
- 2) ภูมิหลังทางสังคม อันได้แก่ การมีความรู้
- 3) สภาพทางสังคมที่ดี
- 4) สติปัญญา มีสติปัญญาสูง
- 5) มีการตัดสินใจที่ดี
- 6) มีทักษะในการสื่อความหมายและการพูดจา

ตามทฤษฎีและแนวคิดตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ถึงคุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ช โดยสรุปรวมกันให้ชัดเจนได้ว่า ไลฟ์โค้ชมีคุณลักษณะบุคลิกภาพ 2 ประเภท คือ 1. คุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกและ 2. คุณลักษณะบุคลิกภาพภายใน เพื่อให้เห็นคุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกและคุณลักษณะบุคลิกภาพภายในให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปคุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกของไลฟ์โค้ชไว้ 7 ประเภท และคุณลักษณะบุคลิกภาพภายใน 7 ประเภท ดังนี้

ตารางที่ 2.1 คุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกและภายในของไลฟ์โค้ช 7 ประเภท

คุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอก	คุณลักษณะบุคลิกภาพภายใน
รูปร่าง	ความเชื่อมั่นในตัวเอง
การแต่งกาย	ความกระตือรือร้น
การปรากฏตัว	ความรอบรู้
กิริยาท่าทาง	ความคิดริเริ่ม
การใช้น้ำเสียง	ปฏิภาณไหวพริบ
การสบสายตา	ความจำ
การใช้ถ้อยคำภาษา	อารมณ์ขัน

2. ทฤษฎีจิตวิทยา (Psychology Theory)

ทฤษฎีจิตวิทยา (Psychology Theory) เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับจิตใจ (กระบวนการของจิต) กระบวนการความคิด และพฤติกรรม ของมนุษย์ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เป็นวิทยาศาสตร์ที่ว่าด้วยพฤติกรรม โดยเน้นพฤติกรรมทางจิตของบุคคลทั่วไป เนื้อหานักจิตวิทยา ศึกษาเช่น การรับรู้ อารมณ์ บุคลิกภาพ พฤติกรรม และรูปแบบความสัมพันธ์ จิตวิทยามีความสำคัญมากเพราะเราต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ อยู่ตลอดเวลา เป็นศาสตร์ที่ทำให้บุคคลมีความเข้าใจตนเองและผู้อื่นได้เป็นอย่างดี การอยู่ร่วมกันในสังคมมนุษย์มักมีเรื่องกระทบกระทั่งกัน ได้จากการไม่เข้าใจกัน จิตวิทยาจึงเป็นศาสตร์ที่ทำให้มีความเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์ ทำให้สามารถปรับตัวอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุขและลดปัญหาจากการอยู่ร่วมกันในสังคม (วิไลวรรณ ศรีสงคราม, สุชญญา รัตนสัญญา, โรจนร์วิ พจน์พัฒนา และพิรพล เทพประสิทธิ์, 2549)

จิตวิทยา มาจากคำในภาษาอังกฤษว่า Psychology ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษากรีก 2 คำ คือ Psyche หมายถึง จิตวิญญาณ (mind, soul) กับคำว่า Logos หมายถึง ศาสตร์ วิชา วิทยาการ (science, study) (กันยา สุวรรณแสง, 2542) ในศตวรรษที่ 19 เป็นยุคแห่งวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ มีผู้คิดทฤษฎีต่างๆ ทางจิตวิทยาขึ้นมามากมายและที่สำคัญคือ วิลเฮล์ม แมกซ์ วุนท์ (Wilhelm Max Wundt) ได้สร้างห้องทดลองทางจิตวิทยาและเริ่มมีการทดลองขึ้นที่เมือง Leipzig ประเทศเยอรมัน ได้ทดลองเกี่ยวกับเรื่องความรู้สึก การจินตนาการ การคิดหาเหตุผล จนได้รับสมญาว่า บิดาแห่งจิตวิทยา การทดลองนี้นับเป็นการเริ่มต้นในการศึกษาจิตวิทยาตามวิธีการทางวิทยาศาสตร์เป็นต้นมา อาจกล่าวได้ว่า วิชาจิตวิทยาเป็นวิทยาศาสตร์สาขาหนึ่งที่ได้รับการยอมรับ และวิธีการศึกษาก็ใช้แนวทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้ทฤษฎีการทดลอง การหาเหตุผล ตลอดจนการวิเคราะห์พฤติกรรม นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ได้กล่าวถึงจิตวิทยา ไว้หลากหลาย เช่น

จิตวิทยาเป็นวิทยาศาสตร์ที่ว่าด้วยพฤติกรรม โดยเน้นพฤติกรรมทางจิตของบุคคลทั่วไป (ปราณี รามสูต, 2542)

จิตวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาค้นคว้าเพื่อนำข้อมูลต่างๆ ความรู้ที่ได้จากแนวคิดทฤษฎี และการทดลองนำมาเสนอเพื่ออธิบายและควบคุมพฤติกรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ (สุปราณี สนธิรัตน์, 2537)

จิตวิทยา (psychology) เป็นการศึกษาเรื่องของจิตใจ พฤติกรรมและสภาพแวดล้อมของบุคคลและสัตว์โดยวิธีการทดลอง สังเกต สัมภาษณ์เป็นวิทยาศาสตร์ มักเน้นการศึกษาแต่ละคนหรือกลุ่มเล็กๆ มากกว่า แบ่งเป็นแขนงต่าง เช่น จิตวิทยาการทดลอง (experimental psychology)

เน้นวิธีการศึกษากระบวนการทางจิตใจและพฤติกรรมอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ จิตวิทยาสังคมจิตวิทยาการศึกษา จิตวิทยาอาชีพ จิตวิทยาคลินิก (วิทยาการ เชียงกุล, 2552)

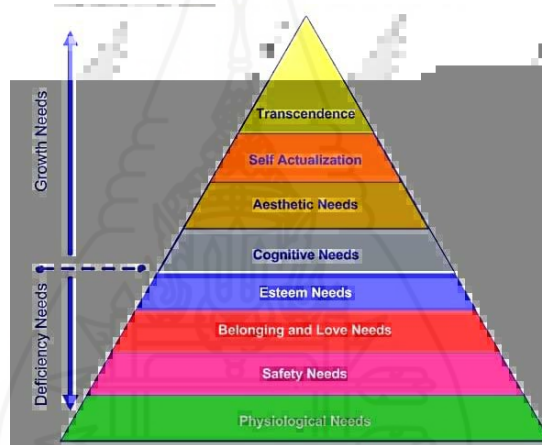
ทฤษฎีจิตวิทยาเป็นทฤษฎีที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม โดยเน้นพฤติกรรมทางจิตของบุคคลทั่วไปเป็นการศึกษาพฤติกรรมกระบวนการทางจิตเชิงปรนัย เป็นทฤษฎีที่มีขอบเขตกว้างขวางเป็นองค์ความรู้ทั้งเชิงศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ และในปัจจุบันการเรียนรู้ทฤษฎีด้านจิตวิทยาในประเทศไทยเป็นที่ยอมรับมากขึ้น เนื่องจากองค์ความรู้ต่างๆ ด้านจิตวิทยานำไปประยุกต์ใช้ได้กับการทำงานและการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจ หรือการทำงานด้านต่างๆ เช่น การสื่อสารและการโฆษณา นักวิศวกร นักพัฒนาธุรกิจ นักพัฒนาองค์กร ครู ที่ปรึกษาทางด้านธุรกิจ สถาปนิก นักเขียนนักแสดง และในทุกอาชีพจำเป็นต้องใช้ศาสตร์ด้านจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้องกับทั้งสิ้น จึงนับว่าจิตวิทยาเป็นทฤษฎีที่มีความจำเป็นต่อบุคคล สังคม อีกทั้งยังช่วยพัฒนาให้บุคคลสังคมเติบโตได้อีกด้วย (จิราภา เต็งไตรรัตน์ และคณะ, 2550)

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ทฤษฎีจิตวิทยาเป็นทฤษฎีที่ศึกษาค้นคว้าในด้านพฤติกรรมหรือการกระทำของมนุษย์เพื่อค้นหาสาเหตุสำคัญอันเกิดจากร่างกายและจิตใจ คลอบคลุมทุกด้านเกี่ยวกับชีวิตมนุษย์ทั้งทางกาย สังคม อารมณ์ จิตใจ ความคิดสติปัญญา จุดมุ่งหมายสำคัญของการศึกษาทฤษฎีนี้คือ เพื่อที่จะเข้าใจ อธิบายทำนาย พัฒนาและควบคุมพฤติกรรมด้านต่างๆ การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์เพื่อที่จะสร้างความรู้ ความเข้าใจในการกระทำของตนเองและการกระทำของผู้อื่นเพื่อหาคำตอบในการกระทำนั้น และด้วยเหตุนี้จิตวิทยาจึงมีความสำคัญต่อมนุษย์เพราะมนุษย์ต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ อยู่ตลอดเวลาโดยใช้การสื่อสารในการติดต่อสัมพันธ์กัน จิตวิทยาจึงเป็นทฤษฎีที่ทำให้บุคคลมีความเข้าใจตนเองและผู้อื่นได้เป็นอย่างดี และการสื่อสารก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องใช้ทฤษฎีด้านจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อให้คนเข้าใจกันมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ทฤษฎีจิตวิทยาจึงเป็นทฤษฎีที่มีความจำเป็นต่ออาชีพไลฟ์โค้ช โดยไลฟ์โค้ชใช้ทฤษฎีนี้เพื่อที่จะเข้าใจพฤติกรรม หรือการกระทำของมนุษย์เพื่อค้นหาสาเหตุสำคัญอันเกิดจากร่างกายและจิตใจ และพัฒนาความสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจในการกระทำ จุดมุ่งหมายสำคัญของการศึกษาทฤษฎีนี้คือ เพื่อที่จะเข้าใจ อธิบาย ทำนาย พัฒนาและควบคุมพฤติกรรมด้านต่างๆ (จิราภา เต็งไตรรัตน์และคณะ, 2550) ทฤษฎีจิตวิทยา (Psychology Theory) นี้ ไลฟ์โค้ชนำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้ติดตามในการตอบสนองหรือการแสดงความรู้สึก (Reaction) ในรูปแบบการสื่อสารที่นำเสนอไป ทำให้รู้ถึงรูปแบบการสื่อสารที่เป็นที่สนใจและตรงตามพฤติกรรมความต้องการของผู้ติดตาม ซึ่งช่วยทำให้รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ช มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

ทฤษฎีจิตวิทยา (Psychology Theory) ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ยังมีทฤษฎีที่น่าสนใจอีก 2 ทฤษฎี คือทฤษฎีแรงจูงใจ (The Theory of Human Motivation) และ ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychology)

2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ (The Theory of Human Motivation)

ทฤษฎีแรงจูงใจ มีความสำคัญมากต่อการดำรงชีวิตให้มีคุณภาพ นักทฤษฎีหลายท่านให้ความสำคัญของทฤษฎีนี้ กล่าวคือ ถ้ามนุษย์มีแรงจูงใจ จะมีความตั้งใจในการใช้ชีวิตอย่างมีเป้าหมายมีความคิดสร้างสรรค์ และมีความตั้งใจ กระตือรือร้นและมีความสมรรถใจ ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's general theory of human motivation) มีข้อสรุป ดังนี้



ภาพที่ 2.2 โมเดลทฤษฎีความต้องการของ Maslow

ที่มา: Maslow (1970)

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's general theory of human motivation) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยา เริ่มเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2486 ในช่วงแรกมาสโลว์เผยแพร่แนวคิดลำดับขั้นความต้องการมีเพียง 5 ขั้น แต่ในช่วงเวลาต่อมามาสโลว์ได้เพิ่มความต้องการจาก 5 ขั้นมาเป็น 8 ขั้น โดยการขยายแนวคิดออกไป เกิดจากการตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับความมีแนวคิดที่ว่า ความต้องการของมนุษย์จะมีลำดับขั้นความต้องการแตกต่างกันไป ความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐานไปยังระดับสูงสุด ซึ่งถือเป็นฐานคิดหรือสมมติฐานของทฤษฎี อีกทั้งยังมีการแบ่งระดับความต้องการในแต่ละชั้นไว้อย่างชัดเจน ทฤษฎี 8 ขั้นมีความต้องการแตกต่างกันไป โดยแบ่งเป็นลำดับขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 Physiological Needs ความต้องการพื้นฐานหรือที่เราเรียกกันว่าปัจจัย 4 หากมองในยุคสมัยนี้บางคนอาจจะบอกว่าก็เงิน เพราะเงินคือปัจจัยแรกซึ่งก็ไม่ผิดเพราะแต่ละยุคสมัยความต้องการแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงจะขอสรุปว่าความต้องการขั้นแรกจะเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตอย่างมากและจะขาดไปไม่ได้หรือขาดไปแล้วเราจะลำบากมาก

ขั้นที่ 2 Safety Needs ความต้องการด้านความปลอดภัยสิ่งที่ต้องการ คือ ความต้องการด้านความปลอดภัยเสริมความต้องการทางด้านชีวภาพ การใช้ชีวิต เมื่อมีปัจจัยสี่ มีอาหาร มีที่อยู่อาศัย ก็ยังต้องการความปลอดภัยที่จะดำเนินชีวิต การใช้ชีวิตยามแก่ การหาเงินหารายได้ในการใช้ชีวิตยามแก่ ความต้องการความปลอดภัยด้านการเงินเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงชีวิต เพื่อให้มั่นคงขึ้น ดังนั้นก็ควรจะทำประกันสุขภาพไว้เพื่อตอนป่วย เนื่องจากปัจจุบัน มีโรคใหม่ๆเกิดขึ้นมากมาย เช่น โรคโควิด-19 ซึ่งยังโรคที่สร้างปัญหาหนักมากกับทุกภาคส่วนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 จนถึงปัจจุบันเป็นโรคในสมัยใหม่ที่ต้องเสียค่ารักษาในราคาแพง และวิธีการรักษา ยังอยู่ในขั้นตอนวิจัยทั้งวัคซีนป้องกันทั้งยาฯ ดังนั้นมนุษย์ควรต้องขยันทำงานและ ต้องการหาทำงานดีๆ ตำแหน่งสูงๆ รายได้สูง เพื่อเก็บเงินออมไว้ใช้ในตอนที่แก่ ในการใช้ดูแลตัวเองทั้งในยามปกติและในตอนที่ยเจ็บป่วย สิ่งเหล่านี้ถือเป็นความต้องการในขั้นที่ 2 ทั้งสิ้น

ขั้นที่ 3 Love and Belonging Need ความต้องการทางด้านความสัมพันธ์ โดยความต้องการด้านความสัมพันธ์นั้นไม่ได้หมายถึงคู่ครองเสมอไป แต่มันรวมไปถึงกลุ่มเพื่อนด้วย ในทางจิตวิทยาสังคม เราจะเรียกมันว่า Group Dynamics (พลวัตกลุ่ม) พลวัตหมายถึงการขับเคลื่อน ไม่หยุดนิ่งนั้นหมายถึงชีวิตของเราดำเนิน ขับเคลื่อนด้วยกลุ่ม เราย่อมต้องการการยอมรับจากตัวเอง แน่นอนเราต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนด้วย ในขั้นที่ 3 เราต้องการเด่น หรือทำอะไรสักอย่างให้เด่น ฟังดีใจเพื่อน หรือคนที่เราชอบ ในสังคมบางครั้งเราอาจเจอคนที่เก็บตัว ไม่อยากยุ่งกับใคร และเราจะพบว่าคนเหล่านั้น ไม่มีอะไรที่เป็นที่โดดเด่น หรือมีแต่ตัวเค้าไม่รู้ หรือไม่แสดงออกมา เค้าจึงรู้สึกไม่ค่อยมีความสุขในสังคม ต่างจากเพื่อนที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ที่มีความสุข เป็นตัวแสบ เป็นผู้นำ ต้องการการสนใจจากคนในกลุ่ม เรามักพบบ่อยในสังคมของเรา คนทั่วไปเวลาที่อยู่เป็นกลุ่มจะมีความกล้า รู้สึกว่าตนเองมีพลัง แต่เวลาที่อยู่คนเดียวกลับแสดงที่ทำตรงกันข้าม ทั้งหมดนี้เกิดจาก Group Dynamics

ขั้นที่ 4 Esteem Need ความต้องการการยอมรับ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับขั้นที่ 3 เช่นเดียวกับขั้นที่ 2 เสริมขั้นที่ 1 ขั้นที่ 4 ก็เสริมขั้นที่ 3 เช่นเดียวกัน กล่าวคือในตอนแรกจะเป็นความต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ในการรับรู้ข้อดีของเรา เช่น ชอบเล่นกีฬา ชอบเล่นเกม เรียนเก่ง เราก็จะพัฒนาตัวเองให้เป็นที่ได้รับการยอมรับที่กว้างออกไปอีก ถึงเป็นการได้รับการยอมรับจากสังคมด้วยการลงแข่งขันและได้รับรางวัลก็จะรู้สึกดีที่สังคมให้การยอมรับที่เป็นคนเก่ง หรือแม้กระทั่งได้

รับคำชมจากผู้ที่เราชื่นชมในสังคม ซึ่งจะคล้ายกันกับขั้นที่ 3 แต่สิ่งที่แตกต่างกันก็คือ ขั้นที่ 3 จะเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ที่ต้องการยอมรับจากกลุ่ม แต่ขั้นที่ 4 เป็นการพัฒนาทักษะเพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม

ขั้นที่ 5 Cognitive Need ความต้องการความรู้ ขั้นนี้เป็นขั้นที่เราต้องการความรู้อะไรบ้าง อย่างเช่น เราเกิดความสนใจทางด้านธุรกิจ และเราหาข้อมูลความรู้เพื่อพัฒนาตัวเอง เพื่อเสริมความสนใจของเรา ในสมัยก่อนการหาข้อมูลไม่ได้ง่ายดายเหมือนกับในสมัยนี้ ในสมัยก่อนจะต้องค้นหาตำรา หาหนังสืออ่าน และการอ่านก็คือความรู้ ถ้าในสมัยนี้เราสนใจด้านไหนก็สามารถหาความรู้ได้ อย่างง่ายดาย มองดูเหมือนเป็นเรื่องพื้นฐาน แต่จริงๆ แล้วการที่เราจะสนใจบางสิ่งบางอย่าง อย่างแท้จริง และหาความรู้ประกอบเพื่อพัฒนาความสนใจหรือแม้กระทั่งทักษะบางอย่างนั้นเป็นเรื่องที่ยาก หรือแม้กระทั่งการหาความรู้เพื่อเข้าใจสิ่งที่อยู่รอบตัวเราให้มากขึ้นด้วยเช่นกัน

ขั้นที่ 6 Aesthetic Need ความต้องการความงาม ในขั้นนี้เราจะมองเห็นความงามในสภาพแวดล้อม เรารู้สึกจรจโรจใจ ไม่ใช่ที่เรามองเห็นความสวยงามของท้องทะเลแล้วเรารู้สึกพอใจแต่มันจะเริ่มจากการมองเห็นความงามของโลกนี้ ไม่ว่าจะเป็นรอยยิ้มของทารก หรือเด็กเดินจูงมือ มดที่เดินกันเป็นฝูง หรือแม้กระทั่งเห็นความงามในสิ่งที่แปลกๆ เช่น ห้อยที่มีดมิด หรืองานศิลปะที่มันดูแปลกๆ Abstract เมื่อเรามองเห็นความงามของโลกใบนี้ เราจะมีความต้องการในขั้นนี้ ต้องการเป็นเจ้าของความงาม เดินทางไปต่างประเทศเพื่อไปถ่ายรูปในเมืองที่เราชอบ สถานที่ที่เราชอบ หรือต้องการความงามจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา ของประดับตกแต่งเพื่อทำให้เรารู้สึกดีมากขึ้น เมื่อเราอยู่ในบ้าน

ขั้นที่ 7 Self-Actualization Need ความต้องการค้นพบอัตลักษณ์แห่งตน รู้ว่าตัวเองคือใคร ตั้งคำถามกับตัวเอง เรื่องนี้สำคัญมาก คือการตั้งคำถามกับตัวเอง เกิดมาทำไม ตายไปจะไปไหน จะทำอะไรต่อไป หน้าที่อะไร จะพัฒนาตัวเองได้อย่างไร ทำไมโลกนี้ถึงเลวร้ายขนาดนี้ ทำไมโลกนี้ถึงงดงามขนาดนี้ คำถามต่างๆ จะหล่อหลอมเป็นบุคลิกภาพของตัวเองและจะเกิดอัตลักษณ์แห่งตน ที่เป็นรูปแบบเฉพาะของตน เป็นลายเซ็นของตนเอง มาสโลว์ ยกตัวอย่างของ Abraham Lincoln และ Albert Einstein ซึ่งทั้งคู่ค้นพบตัวเองและทำในสิ่งที่ยิ่งใหญ่ให้กับโลกใบนี้ ขั้นนี้สำหรับบางคนไม่ใช่ อะไรที่ซับซ้อน แค่ตั้งคำถามกับตัวเอง และต้องการที่จะเปิด พยายามจะเป็น นั่นคือการค้นพบ Self-actualizations

ขั้นที่ 8 Transcendence Need ความต้องการอยู่เหนือสามัญสำนึกความต้องการเป็นบุคคลที่ยอดเยี่ยมในการอุทิศตนเพื่อมวลมนุษยชาติ (transcendence) เป็นอัจฉริยะบุคคลที่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับมนุษยชาติอย่างถึงที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ มีชีวิตอยู่เพื่อผู้อื่น ในขั้นนี้จะคล้ายของภาวะนิพพานของศาสนาพุทธ เราต้องการที่จะมองโลกเปลี่ยนไป ต้องการที่จะ

อยู่เหนือความเข้าใจที่ว่า ไปของมนุษย์ หรือเรียกว่าสามัญสำนึกของมนุษย์ อาจจะได้พูดถึงชาติหน้าหรือการไม่เกิดแบบนิพพานเชิงพุทธศาสนา แต่เป็นภาวะที่เข้าใจกลไกทั้งหมดที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัวเอง กฎที่สำคัญของแนวคิดของมาสโลว์ คือ ทุกชั้นจะข้ามไปไม่ได้ จะต้องค่อยๆ ไต่ขึ้นไปทีละชั้น

จะเห็นว่า ชั้นที่ 1-3 เป็นความต้องการทั่วไป ที่เรียกว่า Basic needs และที่ 3-8 จะเป็นความต้องการ Being needs (ชั้นที่ 3 เป็นจุดเชื่อม) ชั้นที่ 1-7 มนุษย์สามารถไปถึงได้ไม่ใช่เรื่องที่ยากนัก เป็นเรื่องทั่วไป แต่ชั้นที่ 8 เป็นชั้นที่อาจไม่ได้รับการยอมรับมากนัก เพราะเป็นเรื่องจิตวิญญาณเกินไป เป็นชั้นที่ไปถึงได้ยากและในมุมมองของบางคนไม่จำเป็นจะต้องอยู่เหนือที่สรรพสิ่งเหล่านี้ เพียงแค่ค้นพบตัวเองไม่ดำเนินชีวิตไปตามบทบาทของผู้อื่น ของวัฒนธรรม ของสังคม และควรที่จะมีอิสระและมีสิทธิในการกำหนดทางเดินหรือเส้นทางของตัวเอง พัฒนาตัวเองตามแบบฉบับของตัวเอง หากมีทัศนคติแบบนี้ นั่นคือกำลังอยู่ในชั้นที่ 7 ในทฤษฎี Maslow's Hierarchy of Needs ความต้องการทั้ง 8 อย่างเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ความต้องการที่เกิดจากความขาดแคลน (deficiency needs) เป็นความต้องการระดับพื้นฐาน ได้แก่ ความต้องการทางกายและความต้องการความปลอดภัย และกลุ่มที่ 2 ความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต จัดเป็นความต้องการระดับสูง โดยความต้องการระดับต่ำจะได้รับการตอบสนองจากปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง ส่วนความต้องการระดับสูงเป็นความต้องการที่จะเป็นบุคคลที่ยอดเยี่ยมในการอุทิศตนและทำประโยชน์เพื่อสังคม

จากการศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจ 8 ชั้นของของมาสโลว์ ที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีนี้มาใช้ประโยชน์ในงานวิจัย เกี่ยวกับการเลือกเนื้อหาการนำเสนอข้อมูลของไลฟ์โค้ชให้เหมาะสมกับความต้องการหรือความสนใจของผู้ติดตาม ไลฟ์โค้ชจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงความต้องการเกี่ยวกับการหาข้อมูลเนื้อหาที่จะสื่อสารให้เหมาะสมกับระดับความต้องการของผู้ติดตาม ทฤษฎีนี้ทำให้รู้ว่าผู้ติดตามเป็นผู้ที่มีความต้องการของคนกลุ่มที่ 2 คือ ความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต ซึ่งเป็นความต้องการระดับสูง เป็นความต้องการที่จะเป็นบุคคลที่ยอดเยี่ยมในการอุทิศตนและทำประโยชน์เพื่อสังคม คนกลุ่มนี้จะเริ่มจากระดับชั้นที่ 4 Esteem Need คือ คนที่มีความต้องการเป็นที่ยอมรับ และต้องการที่จะพัฒนาทักษะในบางอย่างที่สนใจ ให้เป็นผู้มีความชำนาญและให้มีความสามารถเพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม ส่วนคนที่อยู่ในระดับที่ชั้นที่ 1-3 เป็นความต้องการทั่วไป ที่เรียกว่า Basic needs คนเหล่านี้จะยังไม่มีแรงบันดาลใจที่จะสร้างพลังให้ตนเอง เป็นกลุ่มคนที่ต้องการความเป็นอยู่ขั้นพื้นฐาน คนกลุ่มนี้จึงไม่ใช่เป้าหมายในการที่จะสนใจในเรื่องการสื่อสารของไลฟ์โค้ช ที่จะสร้างความสำเร็จหรือเป้าหมายเกินความจำเป็น ไลฟ์โค้ชจึงใช้ทฤษฎีนี้เลือกกลุ่มคนในการนำเสนอเนื้อหาที่จะสื่อสาร โดยเริ่มจากชั้นที่ 4 Esteem Need ความต้องการการยอมรับ เป็นขั้นเริ่มต้นไปจนถึงชั้นที่ 7-8 ส่วนความต้องการการยอมรับชั้นที่ 3 ก็เป็นความต้องการเช่นกันแต่มีความแตกต่างจากความต้องการชั้นที่ 4 กล่าวคือความต้องการชั้นที่ 3

เป็นความต้องการการยอมรับ และต้องการความสัมพันธ์ซึ่งกันเป็นความต้องการการยอมรับจากกลุ่มเล็กๆ กลุ่มเพื่อน แต่ความต้องการขั้นที่ 4 เป็นความต้องการที่ต้องพัฒนาทักษะเพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม

2.2 ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychology)

จิตวิทยาเชิงบวกเป็นทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วในโลกตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่ง ศาสตราจารย์มาร์ติน เซลิเกแมน (Martin Seligman) ผู้เปรียบได้ว่าเป็นบิดาของทฤษฎีนี้ ได้ให้ความหมายว่าเป็นจิตวิทยาของชาวตะวันตกสมัยใหม่ที่ยึดเอาจุดแข็งของมนุษย์เป็นจุดหลักของการพัฒนา เช่น การพัฒนาด้านคุณค่า สติรับรู้ในการปฏิบัติกิจต่างๆ การมองโลกในแง่ดี การมีความหวัง และการมีความสุข จิตวิทยาเชิงบวกจึงเป็นทฤษฎีใหม่ที่เน้นการพัฒนาบุคลิกภาพของมนุษย์ให้มีความสุข โดยมีพื้นฐานมาจากการพัฒนาตนเอง เป็นคนดี และมองโลกในแง่ดี จิตวิทยาเชิงบวกเป็นจิตวิทยาแนวทางใหม่ซึ่งศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ที่ทำให้เกิดอารมณ์ด้านบวก มีความสุข และเกิดพฤติกรรมเชิงบวก ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับการเรียนรู้ การทำงาน และการดำเนินชีวิตให้มีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยให้บุคคลเปลี่ยนความคิดเชิงลบ เพื่อเปลี่ยนความรู้สึกของตน โดยนักจิตวิทยาเชื่อว่าถ้าสามารถหลีกเลี่ยงการสร้างอารมณ์ด้านลบจากการถูกเปรียบเทียบ ตำหนิ และลงโทษ จะทำให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะการต้องเผชิญกับความรู้สึกด้านลบอยู่ตลอดเวลาจะทำให้เกิดการใช้ชีวิตแบบป้องกันความผิดพลาด ติดอยู่ในพื้นที่ปลอดภัย (Comfort zone) (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2564)

ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) โดย มาร์ติน เซลิเกแมน (Seligman, 2011) สรุปหลักได้ 5 องค์ประกอบ คือ P - E - R - M - A (PERMA Model) เป็นหลักการที่ช่วยเติมเต็มความสุขในชีวิต ดังนี้

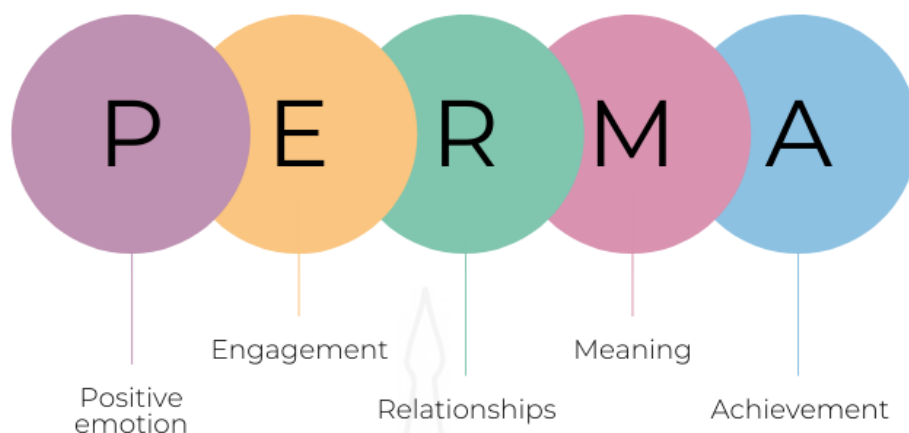
P - Positive Emotion คือ การมีความรู้สึกเชิงบวก เช่น สนุก ตื่นเต้น ทำทาย อยากรู้ อยากเอาชนะ ชื่นชมตนเอง และชื่นชมผู้อื่น

E - Engagement คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม การเรียนรู้ การทำงาน มีส่วนในการรับผิดชอบมีส่วนในการเป็นเจ้าของ

R - Relation คือ การมีปฏิสัมพันธ์ มีความร่วมมือร่วมใจ (Collaboration) มีการสื่อสาร (Communication) มีการแบ่งปันทุกข์สุข (Sharing)

M - Meaning คือ สิ่งที่มีคุณค่าและมีความหมาย ต่อเป้าหมายของชีวิต ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือเป็นแรงจูงใจให้ทำต่อไป

A - Accomplishment คือ การได้กระทำสิ่งนั้นจะทำให้เกิดความสำเร็จ ทั้งเรื่องเล็กน้อย เช่น ได้เกิดการเรียนรู้ ได้ทักษะ ได้ทัศนคติ รวมถึงเรื่องสำคัญอย่างการสำเร็จ ใจทย์เป้าหมายของชีวิต



ภาพที่ 2.3 PERMA Model

ที่มา: Brewerton (2021)

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้น ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกจึงเป็นทฤษฎีที่ไลฟ์โค้ชนำมาใช้สำหรับการเลือกข้อมูลเนื้อหาในการสื่อสารไปยังผู้ติดตาม โดยจะเน้นเนื้อหาการสั่งสอน/แนะนำ สร้างแรงจูงใจและสร้างพลังในแง่บวก เพื่อให้เกิดแนวคิดในเชิงบวก เป็นการสร้างคุณค่าให้ชีวิต และเพื่อใช้เป็นพลังในการพัฒนาตนเองให้ดีขึ้นและมีอนาคตที่ดี มีความสำเร็จตามเป้าหมายที่มุ่งหวังไว้ ทำให้มีชีวิตดีขึ้นกว่าปัจจุบัน

3. แนวคิดความน่าเชื่อถือ (Credibility concept)

ความน่าเชื่อถือ คือ สถานภาพที่สร้างขึ้นมาจากพฤติกรรมของตัวเองที่ทำงานร่วมกับคนอื่น ๆ เป็นพฤติกรรมที่ดี ที่สะสมไว้ทุกๆ วัน เป็นเวลายาวนานจากอดีตถึงปัจจุบัน การจะมีความน่าเชื่อถือ จะต้องใช้เวลาสร้างขึ้นมาจากการกระทำของตนเอง จากการพัฒนาบุคลิกภาพตั้งแต่ความแข็งแกร่งของสภาพจิตใจ ความสามารถในการเรียนรู้ การเข้าใจในโอกาสและเปลี่ยนโอกาสนั้นให้เป็นประโยชน์ จนทำให้ผู้อื่นเกิดความน่าเชื่อถือซึ่งเป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกรักของผู้อื่นที่มีต่อผลการกระทำของเรา (จ๊อบส์คีย์ ประเทศไทย, 2557)

องค์ประกอบในการสร้างความน่าเชื่อถือ ถือเป็นตัวแปรที่สำคัญ เนื่องจากหลายคนมีความเชื่อว่า การสื่อสารจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด มาจากความน่าเชื่อถือ ของผู้ส่งสาร เป็นสำคัญ เบอร์โต, เลเมอร์ส และเมอร์ส (Berto, Lemert & Mertz, 1996) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของผู้รับสารมักจะใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร 3 ประการ ได้แก่

1) ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (Safety Factor) ผู้ส่งสารต้องมีคุณสมบัติ คือ เข้ากับคนอื่นได้ง่าย (Congenial) ความเป็นเพื่อน (Friendly) ไม่ขัดคอใคร (Agreeable) สงบเยือกเย็น (Calm) น่ารัก (Pleasant) รู้จักให้อภัย (Forgiving) ร่าเริง (Cheerful) สุภาพ (Gentle) ไม่เห็นแก่ตัว (Unselfish) ยุติธรรม (Just) อื้อเฟื้อ (Hospitable) อดทน (Patient) และมีศีลธรรม (Ethical)

2) ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) ได้แก่ การมีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ของผู้ส่งสาร ซึ่งประกอบด้วย การมีประสบการณ์ (Experienced) ได้รับการฝึกฝน (Trained) มีอำนาจหน้าที่ (Authoritative) มีความชำนาญ (Skilled) มีความสามารถ (Able) และมีไหวพริบ (Intelligent)

3) ปัจจัยด้านพลวัตรของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor) แสดงถึงความไม่เฉื่อยชา เช่น ความเป็นฝ่ายรุก (Aggressive) รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathic) ตรงไปตรงมา (Frank) กล้าหาญ (Bold) คล่องแคล่ว (Energetic) กระตือรือร้น (Active) และรวดเร็ว (Fast) นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายไว้อีกหลากหลาย เช่น

แนวคิดความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่แข็งแกร่งสำหรับทัศนคติที่มีต่อผู้ฟัง โดยถ้าจะกล่าวถึงการสื่อสารผ่านโลกออนไลน์ โลกโซเชียลต้องมีคุณลักษณะบุคลิกภาพที่มีความน่าเชื่อถือ การสร้างความเชื่อถือให้แก่ผู้ติดตามนั้นเป็นสิ่งสำคัญ และการสร้างความเชื่อถือก็จะทำให้เกิดความน่าเชื่อมั่นตามมาด้วย การสร้างความน่าเชื่อถือของไลฟ์โค้ช สามารถทำได้ด้วยตนเอง เช่น การพูดนำกล่าวถึงประวัติการศึกษา หรือประวัติครอบครัว หน้าที่การทำงานทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน หรือการพูดถึงการเข้ามีส่วนร่วมกับองค์กรที่มีความน่าเชื่อถืออื่นๆ เช่น เป็นที่ปรึกษาสถาบันการศึกษา หรือองค์กรที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักจะเป็นที่รู้จักจะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการรับฟังข้อมูลเนื้อหาแก่ผู้ติดตามของไลฟ์โค้ชได้มากยิ่งขึ้น

4. แนวคิดการสื่อสารโน้มน้าวใจ

แนวคิดการสื่อสารโน้มน้าวใจ คือ การสื่อสารที่ตั้งใจจะมีอิทธิพลต่อการเลือก (Communication intended to influence choice) โดยที่การสื่อสารโน้มน้าวใจ นั้นเป็นการแสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นมีการใช้สัญลักษณ์ และมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารโดยมีความตั้งใจโน้มน้าวเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และมีอิทธิพลต่อความมุ่งหมายที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และการเลือกรับสารของผู้รับสารที่มีสิทธิที่จะเลือกได้ขณะที่ ไชมอน (Simon, 1976) กล่าวว่า การโน้มน้าวใจปรากฏขึ้นได้ใน 4 มิติ คือ การโน้มน้าวใจในเจตนาให้เกิดผลโดยตรง การโน้มน้าวใจในกระบวนการสื่อสาร การโน้มน้าวใจเพื่อให้เกิดการตัดสินใจ และการโน้มน้าว

ใจที่เกิดจากความเชื่อและทัศนคติ ซึ่งทั้ง 4 มิติดังกล่าวสามารถทำได้หลายวิธี ทั้งการสื่อสารตัวต่อตัว สื่อสารสู่สาธารณะ และการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน กระบวนการโน้มน้าวใจเป็นขั้นตอนการเรียนรู้ ขั้นตอนหนึ่ง ทั้งทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม สามารถเรียนรู้ได้มากขึ้นอยู่กับประสบการณ์โดยตรง ที่บุคคลๆ หนึ่ง เข้าไปสัมผัสโดยตรง ขณะที่บางกรณีอาจเกิดขึ้นจากแรงปรารถนา หรือการกระตุ้นให้เชื่อและมีรางวัล (Reward) ตอบแทน ทั้งนี้สารหรือข้อมูลที่น่าส่งมาจากผู้ส่งสารนั้นก็ต้อง มีความสำคัญ ด้วยเช่นกัน

อีกประการหนึ่งการโน้มน้าวใจ หมายถึงการสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยการเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติ เบอร์เบคและโฮเวล (Bermbeck & Howell, 1976) กล่าวว่า การโน้มน้าวใจเป็นความพยายามอันแน่วแน่ที่จะเปลี่ยนความคิด การกระทำ โดยการควบคุมแรงกดดันของมนุษย์ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ล่วงหน้า หรือพยายามที่จะสร้างอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยการควบคุมแรงผลักดันของมนุษย์ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ล่วงหน้า หรือความพยายามที่จะสร้างอิทธิพลเหนือผู้อื่น

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดของแม็คไควร์ (McGuire, 1973) เป็นแนวคิดที่น่าสนใจซึ่งเสนอ ขั้นตอนการโน้มน้าวใจไว้ 6 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นนำเสนอ (Presentation) การนำเสนอข่าวสารในการโน้มน้าวใจ ผู้โน้มน้าวใจ ต้องคำนึงถึงวิธีการนำเสนอสารให้เหมาะสม โดยเลือกช่องทางในการสื่อสารให้เหมาะสมกับเนื้อหา ข่าวสาร ตลอดจนต้องให้ผู้รับสารอยู่ในสถานที่และเวลาที่เหมาะสมในการรับสารด้วย

2) ขั้นให้ความสนใจ (Attending) การโน้มน้าวใจจะต้องก่อให้เกิดความสนใจจากผู้รับสารอีกด้วย

3) ขั้นเข้าใจ (Comprehending) เป็นขั้นที่มีความสำคัญในกระบวนการโน้มน้าวใจเพราะ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในความหมายของสาร การโน้มน้าวใจก็จะไม่ประสบความสำเร็จ

4) ขั้นคล้อยตาม (Yielding) เมื่อผู้รับสารเกิดความเข้าใจในสารแล้วควรทำให้ผู้รับสารคล้อยตามสารนั้นด้วย เช่น คำนึงถึงผลดีที่จะได้รับ หรือเกิดความประทับใจในสาร เป็นต้น

5) ขั้นยึดเหนี่ยวสิ่งใหม่ (Retaining the New Position) เมื่อผู้รับสารเกิดความคล้อยตามแล้วขั้นต่อไป คือ ให้ผู้รับสารเกิดการยึดเหนี่ยวสิ่งใหม่ เช่น การย้ำเตือนเนื้อหาในสารก่อนที่ผู้รับสารจะลืมสารนั้น

6) ขั้นการกระทำ (Acting) คือ การนำเอาแนวคิดใหม่นั้น ไปกระทำ อาจเป็นการกระทำทันทีหรือที่ระยะไว้แล้วจึงค่อยนำไปสู่การกระทำก็ได้ความสำเร็จของการโน้มน้าวใจ นอกจาก 6 ขั้นตอนดังกล่าวมาความโน้มน้าวใจยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร คือ โคลฟ์โค้ชซึ่งมีส่วนสร้างสถานภาพของการสื่อสารให้มีความหนักแน่นมากขึ้น

อริสโตเติล (Aristotle) นักปราชญ์ชาวกรีกผู้ที่มีชื่อเสียงและผลงานมากมายซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 384-322 ปีก่อนคริสตกาล ได้ให้เหตุผลว่า การโน้มน้าวใจ (การจูงใจ) ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบร่วม 3 องค์ประกอบด้วยกัน หรือเปรียบเสมือน 3 ขา อันได้แก่ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2550)

ขาที่ 1 บุคลิกลักษณะ - เอทอส (Ethos) หมายถึง บุคลิกลักษณะของผู้พูดที่ดึงดูดใจคน ลักษณะภายนอกที่ดูน่าเชื่อถือ

ขาที่ 2 เหตุผล - โลโกส (Logos) หมายถึง การให้เหตุผล ข้อโต้แย้งที่มีตรรกะ มีเหตุผลที่หนักแน่น

ขาที่ 3 ความเข้าใจผู้อื่น - แพททอส (Pathos) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ความรู้สึกของผู้ฟัง

นอกจากนั้น ลลิตา สุวรรณแจ่ม (2563) ได้อธิบายองค์ประกอบ 3 ขา ไว้ดังนี้

1) ทศนคติและความเชื่อ (Ethos) หมายถึง บุคลิกลักษณะของผู้พูดที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือความศรัทธา และความประทับใจ ฉะนั้นผู้พูดจะต้องมีความรู้ในเรื่องที่พูดมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ฟังและแสดงออกถึงความเป็นผู้มีคุณธรรม

2) ตรรกวิทยา (Logos) หมายถึง การชี้แจงเหตุผลเนื้อหาสาระหรือวาทของผู้พูดเป็นการแสดงให้เห็นความเป็นจริงอันประกอบด้วยข้อเท็จจริง เหตุผล และหลักฐานต่างๆ ที่สอดคล้องกับทัศนคติความเชื่อและค่านิยมของผู้ฟัง

3) ความรู้สึก (Pathos) หมายถึง สภาพอารมณ์ของผู้พูดและผู้ฟังที่มีร่วมกัน โดยผู้พูดเป็นฝ่ายสร้างขึ้นเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดความชอบ ความเกลียด ความเจ็บปวด หรือความสนุกสนานจากแนวความคิดสื่อสารโน้มน้าวจิตใจ

จะเห็นว่าแนวความคิดการโน้มน้าวใจจึงมีความจำเป็นต่อการสื่อสารของไลฟ์โค้ชที่ต้องการมีอิทธิพลเหนือคนอื่น จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างความศรัทธาต่อผู้ติดตาม โดยใช้ขั้นตอนการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการสื่อสารที่ประกอบด้วย 1) ผู้ส่งสาร คือ ไลฟ์โค้ช 2) ช่องทางการสื่อสารคือ เฟซบุ๊ก 3) ผู้รับสาร คือ ผู้ติดตามแฟนเพจ และ 4) สาร คือ เนื้อหาที่น่าสนใจ ซึ่งเนื้อหาต้องเป็นความรู้ และมีข้อมูลที่ดีในการที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อและคล้อยตาม โดยดูจากปฏิกิริยาตอบกลับ (Reaction) ของผู้รับสาร หรือ ผู้ติดตามว่ามีพฤติกรรมอย่างไรในการรับฟัง

ดังนั้นแนวความคิดการโน้มน้าวใจ จึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญที่ไลฟ์โค้ชใช้ในการสื่อสารกับผู้ติดตามให้เกิดความน่าเชื่อถือระหว่างการสื่อสาร การใช้แนวความคิดการโน้มน้าวใจจึงมีความสำคัญอีกแนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจในงานวิจัยนี้

5. แนวคิดการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊กก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ ปี ค.ศ. 2004 โดยมาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) โดยขณะที่คิดค้นเว็บไซต์นี้ มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก เป็นนักศึกษาแผนกจิตวิทยาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด สหรัฐอเมริกา และเว็บไซต์เปิดให้บริการเฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดในการเชื่อมโยงและติดต่อสื่อสารกันเท่านั้น ต่อมาได้ขยายเครือข่ายไปยังนักศึกษาในมหาวิทยาลัยอื่นๆ ที่อยู่ Ivy League เช่น โคลัมเบีย, สเตนฟอร์ด, และเยล จนมีสมาชิกมาใช้บริการกันอย่างมากมาย จึงทำให้มีการขยายเครือข่ายมากขึ้นและพัฒนาถึงหลายล้านคนในโลกปัจจุบัน (เพ็ญทิมล คงมนต์, ม.ป.ป.)

เฟซบุ๊ก คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตหรือช่องทางออนไลน์ช่องทางหนึ่ง ที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดๆ กิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่นๆ ได้ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โปสต์รูปภาพ โปสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือ ไลฟ์วิดีโอแบบสดๆ ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นเครือข่ายหรือสังคมขนาดใหญ่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมไปถึงในเชิงธุรกิจด้วย และสามารถบล็อกในกรณีที่ไม่ต้องการให้ติดต่อได้ และหากต้องการในเรื่องเชิงธุรกิจ นอกจากจะต้องทำเฟซบุ๊กส่วนตัวแล้ว จำเป็นต้องสร้าง เฟซบุ๊กเพจ เพื่อนำเสนอธุรกิจ และจะได้เพิ่มยอดผู้ติดตามได้มากกว่า โดยเฟซบุ๊กซึ่งทั้ง 2 พื้นที่ มีความแตกต่างกัน ดังนี้

5.1 เฟซบุ๊กส่วนตัว (Facebook profile)

เฟซบุ๊กส่วนตัว จะมีชื่อและรูปโปรไฟล์เป็นชื่อของตัวเอง ที่จะประวัติส่วนตัวทั้งหมด หรือตามที่เจ้าของเฟซบุ๊กต้องการบันทึกไว้ เช่น สถานที่เกิด ประเทศ การศึกษา ความชอบ ความสนใจ หนึ่งเกมและอื่นๆ ซึ่งคล้ายกับเป็นหน้าสมุดบันทึก ไว้เล่าเรื่องราวของตนเอง และยังเป็นพื้นที่ที่ไว้ติดต่อกับเพื่อนๆ ส่วนตัว โดยสามารถแชร์เรื่องส่วนตัว ชีวิตประจำวันส่วนตัวได้ด้วยรูปภาพ วิดีโอ หรือข้อความ เพื่อติดต่อกับเพื่อน ได้ตลอดเวลา เฟซบุ๊กส่วนตัวจึงเป็นเฟซบุ๊กที่สร้างขึ้นมามาเพื่อใช้สำหรับส่วนตัว เมื่อเข้าสู่ระบบ เฟซบุ๊กส่วนตัวจะพบหน้าฟีดข่าว ที่เห็นความเคลื่อนไหวของเพื่อน ที่กดติดตามรวมไปถึงโพสต์ที่เกิดจากหน้าโปรไฟล์ของตัวเอง ซึ่งหน้าฟีดข่าวและหน้าโปรไฟล์ถือเป็นส่วนหนึ่งของเฟซบุ๊กส่วนตัว ผู้ที่จะเห็นข้อมูลที่โพสต์จะต้องเป็นเพื่อนกันในเฟซบุ๊ก ส่วนในเรื่องประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กส่วนตัวจะเหมาะสำหรับแชร์เรื่องราวพูดคุยกับเพื่อน คนรัก หรือครอบครัว เป็นต้น

5.2 เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fan page) หรือแฟนเพจ

การสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจ หรือแฟนเพจ ต้องใช้บัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวในการสร้างแฟนเพจ ซึ่งการทำงานจะแยกอิสระจากกัน แฟนเพจสามารถปิดไม่ให้รู้ว่าใครเป็นเจ้าของแฟนเพจก็ได้ความสามารถหลักๆ ก็คล้ายกับเฟซบุ๊กส่วนตัว แต่แฟนเพจเป็นการสร้างหน้าเพจ ซึ่งในหน้าเพจนี้ อะไรก็ตามที่โพสต์ เช่น ข่าวสาร รูปภาพ เมื่อมีผู้เข้ามาที่หน้าเพจ ก็สามารถเห็นข้อความนั้นได้โดยทันที โดยไม่จำเป็นต้องเพิ่มเป็นเพื่อน เหมือนกันกับหน้าเว็บที่ดูได้ทั่วไป อีกทั้งในหน้าแฟนเพจ สามารถเพิ่มเพื่อน หรือกลุ่มเป้าหมายได้ตลอดไม่จำกัดจำนวนเพื่อน ซึ่งแตกต่างจากเฟซบุ๊กส่วนตัวจะกำหนดจำนวนเพื่อนไว้ 5,000 คน และอีกประการหนึ่งถ้าหากหน้าแฟนเพจมีคนกดไลค์เกิน 300 คนขึ้นไป แฟนเพจก็จะไม่สามารถเปลี่ยนชื่อแฟนเพจนี้อีก ต่างกันกับหน้าเฟซบุ๊กส่วนตัวที่สามารถเปลี่ยนชื่อได้ตลอดเวลา

การสร้างแฟนเพจ มีวัตถุประสงค์ และจุดประสงค์ทางธุรกิจ เพื่อที่จะประชาสัมพันธ์สิ่งต่างๆ เช่น ข่าวสาร กิจกรรม ตลอดจนสินค้าและบริการต่างๆ ให้กับเพื่อน หรือบุคคลอื่นที่กำลังมองหาหรือมีความสนใจในสิ่งที่ประชาสัมพันธ์ แฟนเพจมีประโยชน์ได้ในหลายๆ ด้านเช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โฆษณาสินค้า และสร้างเพื่อเผยแพร่ข้อมูลจากเว็บไซต์และบริการต่างๆ ในเชิงธุรกิจ นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มบุคคลได้อย่างกว้างขวาง และเนื่องจากแฟนเพจมีไว้สำหรับใช้งานในเชิงธุรกิจ ใช้เป็นช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจ เช่น สร้างแบรนด์ ธุรกิจ องค์กร หรือบุคคลสาธารณะ เพื่อสร้างตัวตนบน เฟซบุ๊กให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ดังนั้นแฟนเพจสามารถเพิ่มผู้ดูแล เพื่อช่วยในการแก้ไขข้อมูล อัปเดตข่าวสาร และข้อมูลสำคัญต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สร้างยอดผู้ติดตาม แฟนเพจจึงไม่จำกัดจำนวนเพื่อนหรือผู้ติดตาม และการกดถูกใจ กดติดตาม กดไลค์ กดแชร์ของเพื่อนหรือผู้ติดตามทำให้เพิ่มโอกาสที่ทำให้มีคนอื่นจะเข้ามาพบเห็นโพสต์มีจำนวนมากขึ้นด้วย

facebook profile กับ facebook page



ภาพที่ 2.4 ความแตกต่างระหว่างเฟซบุ๊กส่วนตัวกับแฟนเพจ

ที่มา: Wande (2561)

เพื่อให้เข้าใจถึง ความแตกต่างระหว่างเฟซบุ๊กส่วนตัวกับแฟนเพจ ในการทำสื่อสาร ด้านธุรกิจจึงสรุปมาให้ตามรูปภาพที่ 2.4

ดังนั้น การสื่อสารผ่านออนไลน์ที่ใช้แฟนเพจในการสื่อสาร แฟนเพจก็เป็นตัวเลือกที่ดี เพราะได้รับความนิยม สามารถเผยแพร่ข้อมูลออกไปเป็นวงกว้างและยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แบบเจาะจงอีกด้วย

5.3 ประโยชน์ของการใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจของไลฟ์โค้ช

ในปัจจุบันนั้นเรียกได้ว่าเป็นยุคของโลกออนไลน์ และอาจเรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการใช้ชีวิตประจำวันของหลายๆ คน โดยเฟซบุ๊ก เป็นสื่อออนไลน์ที่ใช้งานง่ายและครอบคลุมในหลายๆ รูปแบบ ทั้งคู่มือ ฟังเพลง ทำธุรกิจ ติดตามข่าวสาร และอีกมากมาย ไลฟ์โค้ช จึงมองเห็น โอกาสและนำสิ่งเหล่านี้มาใช้ให้เป็นประโยชน์ และสร้างประโยชน์ในการใช้ เฟซบุ๊ก โดยสร้างแฟนเพจ เพื่อสร้างประโยชน์ในการสื่อสารที่ดีขึ้น ด้วยคุณสมบัติของ แฟนเพจ จึงทำให้ ไลฟ์โค้ชนิยมใช้ โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

1) สร้างช่องทางในการทำธุรกิจแฟนเพจสามารถช่วยให้ไลฟ์โค้ชโปรโมท ข่าวสาร ที่ต้องการเป็นของตัวเองอย่างเต็มที่ที่จะทำให้เกิดความน่าสนใจและมีคนติดตามแฟนเพจมากยิ่งขึ้น

เป็นการสร้างโอกาสเพิ่มผู้รับฟังคนที่สนใจ อีกทั้งยังมีโอกาสที่แฟนเพจ จะถูกนำไปโฆษณาจากเว็บอื่น หรือคนที่ชื่นชอบนำไปบอกต่อๆ เป็นการเพิ่มยอดกลุ่มคนที่สนใจโดยไม่ต้องเสียค่าโฆษณาด้วย

2) สร้างจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์มากขึ้นกรณีที่ไลฟ์โค้ชมีแฟนเพจ จะสามารถนำลิงก์เว็บไซต์ ข้อมูลของเราไปส่งไปได้ หากผู้ที่เข้าชมหน้าแฟนเพจสนใจอยากดูรายละเอียดต่างๆ เพิ่มขึ้น ก็สามารถคลิกลิงก์เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ทันที ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่เยี่ยมชมเว็บไซต์สามารถกดไลค์หน้าแฟนเพจได้เช่นกันซึ่งเป็นการสร้างจำนวนผู้เข้าชมได้มากขึ้น

3) เพิ่มโอกาสให้เว็บไซต์ติดอันดับการค้นหากรณีเนื้อหากระจายอยู่ในหลายๆ เว็บไซต์จะช่วยทำให้การค้นหาผ่าน search engine อย่าง google มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเมื่อมีคนสนใจไลฟ์โค้ช หรือ เว็บไซต์ จะทำให้เกิดการค้นหาจากกลุ่มผู้ที่ไม่ทราบช่องทางการรับข้อมูลได้อีกด้วย นอกจากนี้ social search บริการใหม่จาก google ยังช่วยให้ผู้ค้นหาสามารถอ่านความเห็นที่เกี่ยวข้องธุรกิจบริการ ได้ทันทีจากหน้าแสดงผลการค้นหา การลิงค์แฟนเพจเข้ากับเว็บไซต์หลัก จึงเป็นวิธีที่เยี่ยมประสิทธิภาพในการช่วยต่อยอดจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้อีกทางหนึ่ง

4) ไล่ตามคู่แข่งการทำธุรกิจต่างๆ นั้น ย่อมมีคู่แข่งอยู่เสมอ หากคู่แข่งมีจำนวนแฟนเพจที่มาก ไลฟ์โค้ชก็ควรสร้างแฟนเพจให้เกิดประโยชน์ ด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ และสร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตาม

5) การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ในกรณีที่ทางแฟนเพจมีการจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ สามารถส่งข้อความถึงผู้ติดตามได้โดยตรง ซึ่งสามารถเลือกได้ว่าจะส่งให้ใครบ้าง เช่น หากไลฟ์โค้ชทำกิจกรรมในจังหวัดหนึ่งก็สามารถเลือกส่งข้อความเชิญชวนให้เฉพาะผู้ติดตามที่อยู่ในจังหวัดนั้นๆ ให้มาร่วมกิจกรรมได้ และไม่ใช้แค่พื้นที่เท่านั้น แต่ยังสามารถเลือก อายุ หรือ เพศ ก็สามารถกำหนดได้เช่นกัน

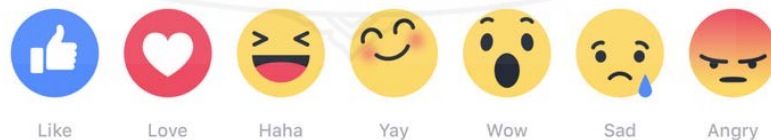
6) สร้างกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ไม่เสียค่าใช้จ่ายการสร้างแฟนเพจใน เฟซบุ๊กสามารถอัปเดตข้อมูลข่าวสาร โพสต์รูปภาพ วิดีโอ และอื่นๆ ลงบนแฟนเพจเพื่อแชร์ให้ผู้ติดตามและคนอื่นได้เข้าชมและร่วมแสดงความคิดเห็นกัน โดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทำให้ ไลฟ์โค้ชสามารถนำข้อมูลจากผู้ติดตามไปพัฒนาในงานให้ดียิ่งขึ้นในด้านต่างๆ อีกด้วย

7) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ติดตามการสร้างแฟนเพจถือว่าเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่ง่ายและรวดเร็ว ทำให้สามารถพูดคุยโต้ตอบกับผู้ติดตาม ได้ตลอดเวลา ดังนั้น ไลฟ์โค้ชควรพูดคุยสนทนากับผู้ติดตามเพื่อแสดงถึงความใส่ใจเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

ข้อดีอีกประการหนึ่งของเฟซบุ๊ก คือเมื่อเข้าไปเฟซบุ๊กทั้งเฟซบุ๊กส่วนตัวและเฟซบุ๊กแฟนเพจจะเห็นว่ามันมีปุ่มอยู่ 2 ปุ่มที่อยู่ด้านบนของแฟนเพจคือ Like กับ Follow ซึ่งทั้ง 2 ปุ่มมีความหมายและมีประโยชน์แตกต่างกัน คือ 1) ปุ่ม Like คือเป็นการแสดงออกว่าชอบแฟนเพจนั้น

เป็นการกดเพื่อถูกใจแฟนเพจ 2) Follow คือต้องการติดตามโพสต์ที่มาจากแฟนเพจนั้น โดยปกติแล้วถ้ามีการกด Like แฟนเพจใดก็ตามระบบจะทำการกด Follow ให้ติดตามแฟนเพจนั้น โดยอัตโนมัติ เพราะถ้ามีการแสดงออกว่าชอบแฟนเพจนั้น ผู้ชอบก็พร้อมที่จะติดตามโพสต์ของแฟนเพจนั้นๆ ด้วย แต่ผู้ชอบหรือผู้ติดตามสามารถเลือกที่จะ Unfollow เพื่อที่จะไม่ติดตามโพสต์ของแฟนเพจนั้นได้ แม้ว่าจะยังคงกดไลค์แฟนเพจนั้นอยู่ ผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถเลือกที่จะกดไลค์แฟนเพจและทำการ Unfollow เพื่อไม่ติดตามโพสต์จากแฟนเพจได้เหมือนกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้แฟนเพจจะมีคนกดไลค์เป็นล้านแต่ถ้าคนส่วนใหญ่เลือกที่จะ Unfollow ไม่ติดตามโพสต์ของแฟนเพจ ผู้ติดตามก็จะไม่เห็นโพสต์ของแฟนเพจ และเช่นกันผู้ใช้หรือผู้ติดตามสามารถที่จะกด Follow เพื่อติดตามโพสต์จากแฟนเพจ เพื่อดูโพสต์ใน feed ได้ตามปกติโดยไม่จำเป็นต้องกดไลค์เพื่อแสดงความถูกใจแฟนเพจก็ได้ Like กับ Follow จึงมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ บางแฟนเพจยอด Like กับ Follow ตัวเลขทั้ง 2 ไม่เท่ากัน บางเพจยอด Like สูงกว่า บางเพจยอด Follow สูงกว่า แล้วตัวเลขไหนสำคัญกว่ากัน

ผู้วิจัยได้หาข้อมูลสรุปได้ว่า ยอด Live จะไม่มีความสำคัญมากนัก เพราะยอด Live สามารถซื้อได้มีบริการรับเพิ่มยอด Like มากมายในอินเทอร์เน็ต แต่ยอด Follow เป็นยอดที่ซื้อไม่ได้ เป็นยอดตัวเลขจริง ที่ได้มาจากคุณภาพของแฟนเพจที่มียอดผู้ติดตามด้วยความชื่นชอบในเนื้อหา (Content) จริงๆ หรือแฟนเพจนั้นมีอิทธิพลต่อผู้ติดตามจริงๆ ไม่สามารถซื้อได้ ทำให้เห็นว่าแฟนเพจที่มียอด Follow มากจะเป็นแฟนเพจที่มีผู้ติดตามสนใจจริง มากกว่าการดูตัวเลขจากยอด Live นอกจากนี้ ในการที่ผู้เข้าชมและผู้ติดตามเนื้อหา (Content) ในแฟนเพจ ในแต่ละรูปแบบ เช่นรูปภาพ ข้อความ เฟซบุ๊กไลฟ์ ผู้เข้าชมและผู้ติดตาม ยังสามารถแสดงความรู้สึกต่างๆ บนแฟนเพจได้อีกด้วย เป็นปุ่มแสดงอารมณ์ หรือที่เรียกว่า Facebook Reactions (Reactions แปลว่า การแสดงความรู้สึก หรือการตอบสนอง) ให้กดค้างที่ Like ก็จะมีตัว Reactions มี pop up ตัว Reactions ขึ้นมาให้เลือก โดยจะมี 6 แบบ นั่นคือ รัก (Love) ฮาฮา (Haha) เย้! (Yay) ว้าว!! (Wow) เสียใจ (Sad) และ โกรธ (Angry) โดยมีรูปไอคอนแสดงแต่ละอารมณ์ ดังรูปภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 ไอคอนแสดงแต่ละอารมณ์

ที่มา : Thai Ware (2558)

ความหมายและสถานการณ์ที่ควรใช้ของแต่ละปุ่ม เมื่อเรามีปุ่มแสดงอารมณ์ให้กดมากกว่าปุ่มความหมาย รวมถึงความเหมาะสมที่จะใช้ปุ่มแสดงอารมณ์นี้ในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่างๆ บนเฟซบุ๊ก เพื่อให้เข้าใจตรงกัน

ถูกใจ (Like) – เรียกว่าปุ่มนี้เป็นปุ่มที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุด โดยความหมายของมันตรงตัวก็คือ แสดงออกเมื่อเรา “ถูกใจ” สดุดี, รูปภาพ, วิดีโอ ของบุคคลกลุ่มสนทนา โดยปกติเราจะใช้ปุ่มถูกใจในทุกเรื่อง ทุกกรณี แต่เมื่อมีปุ่มแสดงอารมณ์อื่นๆ เพิ่มเข้ามาก็จะมีการกดปุ่มเพื่อแสดงความรู้สึกต่างกันไป

รัก (Love) – ปุ่มรัก น่าจะเป็นปุ่มที่มีความหมายตรงตัว เพื่อบอกว่ารัก เป็นความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งกว่าการ “ถูกใจ”

หัวเราะ (Haha) – ปุ่มหัวเราะ เป็นการแสดงอารมณ์ว่า เรารู้สึกสนุก และขำขันไปกับสิ่งนั้นด้วย เป็นการหัวเราะแบบร่าเริง, เต็มที่ รู้สึกมีอารมณ์ขันร่วมไปกับผู้อื่น

เย่!! (Yay) – ปุ่ม Yay อาจจะเป็นปุ่มแสดงอารมณ์แบบที่ยังไม่ค่อยคุ้นชินกับคนไทย แต่เป็นการแสดงอารมณ์แบบขำ, หัวเราะพอประมาณ หรือ อมยิ้ม

ว้าว!! (Wow) – เป็นการแสดงอารมณ์ ตกใจ ตื่นเต้น แปลกประหลาดใจ ตะลึง โดยเป็นเชิงในด้านดีหรือน่ายินดีด้วย

เสียใจ (Sad) – เพื่อแสดงว่า รู้สึกโศกเศร้า เสียใจ เป็นทุกข์

โกรธ (Angry) – ใช้ในช่วงที่ รู้สึกโกรธ ต่อคน หรือ ต่อสถานการณ์รอบข้าง อยากระบาย อึดอัด ตอบสนองต่อปัญหาบางอย่างที่ไม่ได้รับทางออกหรือการแก้ไข

ในปีพ.ศ. 2562 ในสถานการณ์โควิดเฟซบุ๊กได้เปิดใช้งานปุ่มแสดงความรู้สึกใหม่อย่างปุ่ม “ห่วงใย” (Care) ปุ่มห่วงใย เหมาะสำหรับการแสดงความห่วงใยแก่ผู้อื่น, ต้องการกอด, ต้องการให้กำลังใจผู้ต่อไป โดยเป็นความรู้สึกที่อาจจะไม่ถึงกับการแสดงความรัก แต่ต้องการส่งความห่วงใยให้กับอีกคนหนึ่ง ตัวอย่าง ตัวไอคอนแสดงความรู้สึกใหม่ “ห่วงใย” ช่วงโควิด-19 กลายเป็นปุ่มแสดงความรู้สึกปุ่มที่ 7 ที่ปุ่มการแสดงอารมณ์ชุดใหม่



ภาพที่ 2.6 ไอคอนแสดงความรู้สึก“ห่วงใย”

ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์ (2563)

จากข้อดีที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัย สรุปลงประ โยชน์ ที่ไลฟ์โค้ชได้จากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ดังนี้

- 1) แฟนเพจสามารถโพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ แชทพูดคุยโต้ตอบกันได้ เป็นการสื่อสารแบบ Two-Way Communication อีกทั้งยังมีการสื่อสาร แบบ ไลฟ์สด ได้ ซึ่งทำให้เข้าถึงและพูดคุยกับผู้ติดตามได้อีกด้วย
- 2) แฟนเพจช่วยให้ได้สร้างพื้นที่ สร้างการสื่อสาร ไว้สำหรับการแสดงความคิดเห็น หรือรวบรวมคนที่ชอบอะไรเหมือนกัน หรือไว้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลแก่ผู้ติดตาม
- 3) แฟนเพจสามารถเพิ่มยอดผู้ติดตามได้โดยไม่มีจำนวนจำกัด
- 4) แฟนเพจมีการติดต่อสื่อสารแบบแสดงความรู้สึกได้โดยการ กดถูกใจ หรือเขียนข้อความลงใน Wall ของ ผู้ติดตาม และReviews การแสดงความคิดเห็นของผู้ติดตามซึ่งข้อมูลเหล่านั้นจะปรากฏให้ผู้ติดตามคนอื่นๆ ทราบเป็นการรับรู้ถึงการสื่อสารร่วมกัน
- 5) แฟนเพจสามารถวางลิงค์เว็บไซต์ที่ต้องการให้สมาชิกเข้าชมได้และคนที่สนใจสามารถสืบค้นจากเสิร์ชหาจาก Google ได้ง่ายอีกด้วย
- 6) แฟนเพจเป็นการสื่อสารผ่านรูปภาพ Event กิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ ที่เพจจัดขึ้น เพื่อสะดวกในการรับรู้ข้อมูล

7) แฟนเพจเป็นการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และเป็นการทำการสื่อสารทางการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในทุกกลุ่มอายุ และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันอีกด้วย

สิ่งสำคัญของการสื่อสารที่ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นที่นิยมของไลฟ์โค้ช เนื่องจากการสื่อสารที่ผู้ติดตามและแฟนเพจสามารถติดต่อและเข้ามาแสดงความคิดเห็น (Comment) กันได้ นอกจากนี้ผู้ติดตามยังกดถูกใจ (Like) และ แบ่งปัน (Share) ซึ่งทำให้โพสต์นั้นแสดงในหน้า Top News ใน New feed ของแฟนเพจส่งผลให้มีคนอื่นๆ เห็น โพสต์ได้มากกว่าปกติ และยังส่งผลให้มีผู้ติดตามแฟนเพจเพิ่มขึ้นอีกด้วย วิธีการนี้ถือว่าเป็นจุดเด่นในการทำการตลาดการสื่อสารทางเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

จากเหตุผลที่กล่าวมา จะเห็นว่าการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ทำให้มีการติดต่อสื่อสารของไลฟ์โค้ชกับผู้ติดตามในหลายรูปแบบการสื่อสาร มีผู้ใช้แพลตฟอร์มเป็นจำนวนมาก ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และสะดวกในรูปแบบการสื่อสารเข้าใจง่าย ทั้งยังเป็นช่องทางหารายได้สร้างธุรกิจโดยมีต้องเสี่ยงต่อการลงทุน อีกทั้งยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน ไลฟ์โค้ชและผู้ติดตามเกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีทั้งด้านส่วนตัวและด้านธุรกิจอีกด้วย

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุทธญาณ์ บุญเต็ม และพรทิพย์ เย็นจะบก (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง (Life Coach) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเอกลักษณ์และวิธีการพูดของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อประโยชน์ที่ได้รับของผู้ฟังต่อรายการพูดสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง (Life Coach) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์จากเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 4 และเพจยูทูป จำนวน 4 ช่อง โดยนำเสนอในรูปแบบพรรณนาผลการวิจัยพบว่า 1. เอกลักษณ์และวิธีการพูดของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจมีความแตกต่างกันในแต่ละคน ทำให้การแสดงออกทางท่าทาง และวิธีการพูดแตกต่างกันไปด้วย 2. วิธีการนำเสนอของการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ มีประเภทเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อเฟซบุ๊ก ดังนี้ 1. รูปภาพและข้อความ 2. อินโฟกราฟิก 3. เฟซบุ๊กไลฟ์ 4. วิดีโอ และ 5. การแชร์ลิงค์จากแหล่งอื่นๆ รูปแบบรายการที่นำเสนอผ่านสื่อยูทูป แบ่งได้ 5 รูปแบบ ดังนี้ 1. การจัดรายการเดี่ยว 2. รายการสนทนาที่มีแขกรับเชิญ 3. รายการพูดที่มีพิธีกรร่วม 4. ยูทูปไลฟ์ 5. วลี้อก และประเด็นเนื้อหาที่พบผ่านสื่อเฟซบุ๊ก ดังนี้ 1. ความรัก 2. ครอบครัว/ญาติ 3. การเงิน 4. การทำงาน 5. ไลฟ์สไตล์และ 6. Self Esteem/การเข้า

สังคม ทั้งนี้ นักพูดแต่ละคนยังนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ทำให้มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

3. ประโยชน์ที่ได้รับของผู้ฟังต่อรายการพูดสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้ฟังแต่ละคนมีจุดเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ชีวิต หรือความต้องการในตอนนั้น ซึ่งการเปิดรับสื่อนี้มีผลในเชิงบวกต่อทัศนคติและพฤติกรรม ทุกคนต่างได้รับประโยชน์ในสิ่งที่ตนต้องการ งานวิจัยนี้ สามารถนำมาใช้อธิบายเรื่องรูปแบบการสื่อสารผ่านเฟชบุ๊กของไลฟ์โค้ชว่ามีรูปแบบประเภทใดบ้าง

ปวีณสุดา เหนือคลอง, ปาริชาติ แก้วนวน, พัชรวรรณ ดั่งสุข, สมิทธิ์ชาติ พุมมาและ อลิสา คุ่มเคี่ยม (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของฉอน นูรณะหิรัญ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาพูดสร้างแรงบันดาลใจของฉอน นูรณะหิรัญ โดยเก็บข้อมูลจากคลิปวิดีโอในเฟชบุ๊กและยูทูปจำนวน 50 เรื่อง ซึ่งแบ่งเนื้อหาการพูดเป็น 4 ประเภท คือ ความรัก ปรัชญา การพัฒนาตนเอง และ การพัฒนาสังคม ผลการศึกษาพบว่า การใช้ภาษาพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ มี 3 ลักษณะคือ 1) การใช้คำ แบ่งเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำภาษาอังกฤษ การใช้คำอุทาน การใช้คำแสดงอารมณ์ และ การใช้คำที่มีความหมายโดยนัย 2) การใช้ภาพจน์แบ่งเป็น 7 ประเภท ได้แก่ อุปมา อุปลักษณ์ อติพจน์ บุคลาธิษฐาน อนุนามนัย อธินามนัย และวิภาษ 3) การใช้ประโยค แบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ประโยคกระชับ ประโยคขนานความ ประโยคขัดความ ประโยคซ้ำคำหรือซ้ำความ และประโยคสรุปความ ซึ่งลักษณะการใช้ภาษาของฉอน นูรณะหิรัญ ดังกล่าวข้างต้น มีความสำคัญต่อการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับกลุ่มผู้ฟังแต่ละกลุ่มอย่างครอบคลุม และทำให้การพูดของฉอน ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี งานวิจัยนี้ มีความเกี่ยวข้องกับ การใช้ภาษาพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจเรื่องเนื้อหาที่ไลฟ์โค้ชใช้ในการนำเสนอ โดยจะมีการใช้ถ้อยคำแสดงอารมณ์ มีการใช้ถ้อยคำที่มีความหมาย ประเภทอุปมา อติพจน์ ฯ และยังใช้ประโยคกระชับ และประโยคสรุปความ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยนี้

ทิพย์สุดา สาระวาริ และปณันดา เลอเลิศยุติธรรม (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการให้คำแนะนำ ของไลฟ์โค้ชผ่านสื่อสังคมออนไลน์และเจตคติของผู้รับสาร : กรณีศึกษา ฐิตินาถ ณพัทลุง มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการให้คำแนะนำของไลฟ์โค้ชผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของฐิตินาถ ณ พัทลุง โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจาก วิดีโอถ่ายทอดสด (Live) บนเฟชบุ๊กแฟนเพจ “เข้มทิส ชีวิต ฐิตินาถ ณ พัทลุง” ในหัวข้อครูอ้อย Facebook Live ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2560 จนถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยคัดเลือกคลิปวิดีโอที่มี ยอดผู้เข้าชมให้ความสนใจมากที่สุดจำนวน 12 คลิป วิดีโอ ผลการวิจัยพบว่ากลวิธีที่ใช้ในการให้คำแนะนำของ ไลฟ์โค้ชจำนวนทั้งสิ้น 10 กลวิธี ได้แก่ การตั้งคำถาม ให้คิด การใช้คำตั้ง การปฏิเสธ การยกสถานการณ์ สมมติ การสร้างจินตภาพ การแนะนำโดยการชักจูง

การอ้างถึง การซ้ำคำหรือซ้ำความการสรุปความและ การใช้คำพูดเชิงบวก งานวิจัยนี้ มีความเกี่ยวข้องในการนำเสนอเนื้อหาของไลฟ์โซ โดยไลฟ์โก้ได้ใช้กลวิธีตรงตามงานวิจัย เช่น การแนะนำโดยการพูดจาชักจูง การอ้างถึง การใช้คำพูดเชิงบวก ซึ่งกลวิธีเหล่านี้ ผู้วิจัยนำมาใช้เกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาในงานวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของไลฟ์โค้ช (Life Coach) แนวหน้าในประเทศไทย เป็นงานวิจัยประเภทการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก รูปแบบและวิธีการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก และเนื้อหาในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูล
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลของการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย” ได้แก่ เฟซบุ๊กแฟนเพจหรือแฟนเพจของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย จำนวน 3 คนดังนี้

- 1) แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat ของ คร.ป๊อบ สุวรา สิริพิพัฒน์ มีผู้ติดตาม 1.7 ล้านคน
- 2) แฟนเพจชื่อ ครูเงาะ รศศุคนธ์ กองเกตุ ของครูเงาะ รศศุคนธ์ กองเกตุ มีผู้ติดตาม

1.3 ล้านคน

- 3) แฟนเพจชื่อจตุพล ชมพูนิช ของอ.จตุพล ชมพูนิช มีผู้ติดตาม 9 แสนคน

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแฟนเพจของไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คน ในช่วงระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม 2564 โดยผู้วิจัยทำการรวบรวมและบันทึกข้อมูลทุกวันใน 6 รูปแบบ ดังนี้

- 1) รูปภาพ
- 2) ข้อความ
- 3) รูปภาพและข้อความ
- 4) อินโฟกราฟิก
- 5) เฟซบุ๊กไลฟ์

6) วิดีโอ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูล โดยผู้วิจัยจัดทำเป็นรูปแบบตารางบันทึกข้อมูล 3 รูปแบบ ได้แก่

2.1 ตารางบันทึกคุณลักษณะของไลฟ์โค้ช

ตารางที่ 3.1 บันทึกคุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกของไลฟ์โค้ช

ชื่อแฟนเพจ.....	
บุคลิกภาพภายนอก	
1	รูปร่าง
2	การแต่งกาย
3	การปรากฏตัว
4	กิริยาท่าทาง
5	การใช้น้ำเสียง
6	การสบสายตา
7	การใช้ถ้อยคำภาษา

2.3 ตารางบันทึกเนื้อหา (Content) การสื่อสารของไลฟ์โค้ช

ตารางที่ 3.4 บันทึกประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร

ชื่อแผนเพจ.....				
วันที่/ม.ค.64	รูปแบบการสื่อสาร	ความยาว (นาที)	หัวข้อเรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
1				
2				
3				
4				
5				
6				

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย โดยทำการตรวจสอบแบบบันทึกข้อมูลแต่ละข้อว่าสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านทำการตรวจสอบประเมินโดยใช้ดัชนีวัดความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence Index) เป็นรายบุคคล เมื่อผู้เชี่ยวชาญได้ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และได้ให้คำแนะนำในการปรับแก้ไข หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้ไขตามคำแนะนำจนได้แบบบันทึกข้อมูลที่มีความตรงผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่า IOC เท่ากับ 1.00

IOC คือค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้ (สุรพงษ์ คงสัตย์และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551)

1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีความเที่ยงตรง ใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเรื่อง การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย ผู้วิจัยดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.1 ผู้วิจัยสมัครเป็นผู้ติดตามแฟนเพจของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทยทั้ง 3 เพจ และเปิดการแจ้งเตือนแฟนเพจ เพื่อที่จะได้รับข้อมูลของแฟนเพจทุกครั้งที่มีการสื่อสารในรูปแบบไลฟ์สด

3.2 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดของเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้ง 3 เพจทุกวัน ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2564 - 31 มกราคม 2564 โดยใช้วิธีการสังเกตคุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ช การนับจำนวนรูปแบบการสื่อสาร การฟังและอ่านแล้วสรุปเนื้อหาการสื่อสาร

3.3 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมนำมาลงในแบบบันทึกที่ระบุไว้ในข้อ 2 และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (ความถี่และร้อยละ) เพื่อศึกษาจำนวนรูปแบบการสื่อสารอันได้แก่ รูปภาพ ข้อความ รูปภาพข้อความ อินโฟกราฟิก เฟซบุ๊กไลฟ์ วิดีโอ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการหาข้อสรุปเชิงพรรณนา เพื่อศึกษามุมมองและศึกษาเนื้อหาของไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คน ทำการสื่อสารถึงผู้ติดตามและผู้เยี่ยมชม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย เป็นงานวิจัยประเภทการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งสามารถวิเคราะห์ผลทั้งเชิงปริมาณ ประกอบการวิเคราะห์ผลเชิงคุณภาพได้ ดังนี้

1. คุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

คุณลักษณะบุคลิกภาพการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย ได้แก่ 1) แฟนเพจ Pop Siwapat 2) แฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ และ 3) แฟนเพจจตุพล ชมพูนิช ผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการสังเกต พบว่า คุณลักษณะของการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กตามทฤษฎีบุคลิกภาพ สามารถจำแนกเป็นคุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอก (ตารางที่ 4.1-4.3) และคุณลักษณะบุคลิกภาพภายใน (ตารางที่ 4.4-4.6)

ตารางที่ 4.1 แสดงบุคลิกภาพภายนอก ของ ดร.ปิ๊อบ รุวารรา สิริพิพัฒน์ ที่ผ่านแฟนเพจชื่อ Pop Siwapat

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายนอก
1	รูปร่าง	รูปร่างคุดี สมส่วน ตามวัย ลักษณะคล้ายนายแบบหรือคนที่อยู่ในวงการบันเทิง
2	การแต่งกาย	แต่งกายคุดีสะอาดตา แบบวัยทำงาน ที่นิยมแต่งกายแบบสบายๆ เช่น เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต และสีที่ใช้จะเป็นสีเรียบไม่ฉูดฉาด จะเป็น สีขาว ฟ้ำ ดำ เป็นต้น
3	การปรากฏตัว	มีการเตรียมพร้อมโดยเฉพาะทรงผม จะมีการจัดแต่งโดยจะเน้นความเป็นธรรมชาติแบบผู้ชายที่สะอาด การปรากฏตัวส่วนใหญ่จะเป็นการไลฟ์สดโดยนั่งอยู่ที่บ้านในมุมที่ต่างกันไป และจะมีรอยยิ้มและความสุภาพเป็นกันเองในการปรากฏตัว

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายนอก
4	กิริยาท่าทาง	ดูเป็นธรรมชาติ ท่าทางเป็นผู้ชายที่สุภาพสำรวม เวลาพูดจะมีกิริยาท่าทางประกอบแบบสบายๆ ไม่แสดงท่าทางมากหรือน้อยเกินไป
5	การใช้น้ำเสียง	เป็นโทนเสียงกลาง ให้ความรู้สึกสบายๆ มีน้ำเสียงที่นุ่มนวล ระดับเสียงจะมีเสียงดังและค่อย สูงและต่ำตามเรื่องราวที่นำเสนอ แต่ส่วนใหญ่จะใช้น้ำเสียงเรียบๆ ไปเรื่อยๆ การเว้นช่วงเสียงเป็นธรรมชาติ เหมือนการนั่งคุยกับผู้ติดตาม
6	การสบสายตา	มีการสบตบบ้างแต่ไม่มากนัก มีการก้มหน้าหรือมองทางอื่นเป็นบางครั้ง แต่ถ้าเป็นเรื่องที่เน้นความสำคัญจะมีการสบตาแบบตั้งใจจริงจัง และมีรอยยิ้มในดวงตาทำให้เรื่องที่ต้องสนทนาสนใจขึ้น
7	การใช้ถ้อยคำ ภาษา	ใช้ถ้อยคำสุภาพ มีการออกเสียงสระ พยัญชนะ และตัวควบกล้ำได้อย่างชัดเจน ใช้ถ้อยคำที่เป็นภาษาพูดไม่เป็นทางการ ถ้อยคำแบบเป็นกันเอง บางครั้งมีการใช้ถ้อยคำที่เป็นภาษาที่ใช้กันเฉพาะกลุ่มที่เข้ามารับฟัง กลุ่มวัยทำงาน หรือกลุ่มวัยรุ่นขึ้นอยู่กับเรื่องที่จะสื่อสาร เช่น คำว่า ประสาทแดก นะจ๊ะ ไม่แคร์ สู้คโต่ง เป็นต้น

ตารางที่ 4.2 แสดงบุคลิกภาพภายนอกของครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ผ่านแฟนเพจชื่อ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายนอก
1	รูปร่าง	ลักษณะรูปร่างแข็งแรงมองดูดีคล้ายนักกีฬา รูปร่างเป็นหุ่นผู้หญิงทรงกระบอก (Rectangle) ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงคล้ายทรงนาฬิกาทราย ดูดี มีความสง่างาม
2	การแต่งกาย	แต่งกายได้ตามกาลเทศะ มีความสะอาดเรียบร้อย บ่งบอกถึงความพิถีพิถันและเอาใจใส่ตัวเอง เช่น เวลาอยู่บ้านจะใส่เสื้อยืดหรือชุดลำลองสบายๆ แต่เวลาเป็นทางการ จะแต่งกายดูภูมิฐาน นิยมใส่สูท สไต์ Blazer ทั้งแบบธรรมดา และ Dress ทำให้ดูสมาร์ทมากขึ้นและสร้างความน่าเชื่อถือ ส่วนเรื่องสีของเครื่องแต่งกายส่วนใหญ่จะเน้นโทนสีสุภาพ ไม่นั่นลวดลายสีฉูดฉาด
3	การปรากฏตัว	มีการเตรียมที่พร้อมทั้งการแต่งกายและการแต่งหน้า ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานที่ที่ปรากฏตัว เช่น ถ้าอยู่บ้านก็จะดูสบายๆเป็นกันเองไม่ค่อยแต่งหน้าเน้นธรรมชาติ แต่ถ้าปรากฏตัวในสถานที่ชุมชน ก็จะมีการแต่งหน้าทำผมได้อย่างงดงามตามวัย และในทุกๆ ครั้งจะมีการร่ายมนต์นำมรดกมาให้ให้น่ามอง คุณมีมนุษยสัมพันธ์ และจิตใจดี มีความเป็นกันเองในการปรากฏตัว ทำให้ผู้ติดตามแฟนเพจรู้สึกอยากที่จะรับฟังในสิ่งที่สื่อสาร แทนที่จะเลื่อนผ่านไป
4	กิริยาท่าทาง	ท่าทางเป็นธรรมชาติ มีความสงบ ควบคุมอารมณ์ได้ดี ท่าทางดูผ่อนคลาย ทำให้เสริมในสิ่งที่ต้องการสื่อสาร เวลาพูด จะมีการใช้ท่าทางประกอบเหมือนนักแสดง แต่แบบพอประมาณ เช่น การเลิกล้อ ในเวลาสงสัย และมีการยิ้ม ในขณะที่พูดเล่าเรื่องหรือตอบปัญหา มีการแสดงสีหน้าร่วมกันด้วย ทำให้ฟังแล้วเพลินไม่น่าเบื่อ

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายนอก
5	การใช้น้ำเสียง	มีน้ำเสียงที่หนักแน่น ในโทนเสียงกลาง และการใช้ระดับเสียงดัง ค่อยและสูงต่ำสลับกันไปมาในการพูด โดยน้ำเสียงจะเปลี่ยนไปตามเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่นำเสนอในแต่ละเรื่อง และใช้น้ำเสียงชัดเจน เพื่อบ่งชี้ประโยคที่มีประโยชน์ควรจดจำ นอกจากนี้ยังมีการเว้นช่วงเสียง ในการรอให้ติดตามถามปัญหา ทำให้ผู้ติดตามอีกฝ่ายรู้สึกอยากโต้ตอบ หรือมีส่วนร่วมในการสื่อสาร ความเร็วในการพูดก็ไม่เร็วและช้าจนเกินไป ซึ่งช่วยเสริมน้ำเสียงให้น่าฟังยิ่งขึ้น
6	การสบสายตา	จะมองกล้องตลอดเวลาเปรียบเสมือนการสบตากับผู้ติดตามเพจ เพื่อเป็นการดึงความสนใจของผู้ติดตามว่ากำลังสนทนากัน 2 ฝ่าย มีการสบตาที่ดีเป็นธรรมชาติ ไม่มีอาการประหม่า จะมองอย่างสบายๆ แต่เป็นการสบตาแบบมีความตั้งใจที่จะพูดเพื่อให้ผู้ติดตามตั้งใจฟัง มีรอยยิ้มจากดวงตา ทำให้การสบตามีความเป็นมิตรและจริงใจซึ่งจะช่วยเสริมบรรยากาศในการสื่อสารให้น่าสนใจยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.3 แสดงบุคลิกภาพภายนอกของอ. จตุพล ชมพูนิช ผ่านเพจชื่อ จตุพล ชมพูนิช

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายนอก
1	รูปร่าง	รูปร่างลำต้น คล้ายรูปร่างของนักกีฬา มีกล้ามเนื้อ ที่ดูมีความแข็งแรงของร่างกาย รูปร่างแบบผู้ชายวัยกลางคนที่มีการดูแลตัวเอง ดูดี มีความสง่างามสมวัย
2	การแต่งกาย	นิยมใส่สูทสีดำหรือสีเทาและ สวมเสื้อเชิ้ตอยู่ด้านใน สีที่นิยมเป็นสีสุภาพเข้ากับสีสูทที่ใส่ มีลักษณะเป็นทางการ สุภาพเรียบร้อย สร้างความน่าเชื่อถือ และสง่างาม
3	การปรากฏตัว	จะดูเป็นทางการ มีการเตรียมพร้อมทั้งหน้าตาและทรงผม ดูเป็นผู้ใหญ่ที่มีความสุขุม อ่อน โยน แต่น่าเกรงขาม

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายนอก
4	กิริยาท่าทาง	มีความสงบ นิ่ง ท่าทางที่แสดงออกดูเป็นทางการ จริงจัง เวลาพูด จะมีการใช้ท่าทางประกอบบ้างเล็กน้อยจะมีรอยยิ้มที่มุมปากเป็นแบบผู้ใหญ่ที่สำรวม ไม่ค่อยมีการแสดงสีหน้า มีกิริยาท่าทางที่สุกงาม ในเวลาพูด ทำให้ผู้ติดตามมีความรู้สึกเหมือนการรับฟังผู้ใหญ่สั่งสอน
5	การใช้น้ำเสียง	ใช้เสียงโทนทุ้ม น้ำเสียงสูงต่ำตามสมควร จะฟังเหมือนตั้งใจใจ มีการเตรียมตัวในการใช้น้ำเสียง เหมือนน้ำเสียงที่ใช้บรรยาย หรือ การเล่าเรื่อง
6	การสบสายตา	มีการสบตาตลอดเวลา เหมือนพูดกับผู้ติดตามให้ตั้งใจฟัง แต่ก็ดูเป็นธรรมชาติ และไม่มีอาการประหม่า ไม่จ้องตาเขม็งให้ผู้ติดตามรู้สึกอึดอัดแต่เป็นการสบตา และมีรอยยิ้มอ่อนๆ จากดวงตา สร้างพลังและความน่าเชื่อถือ
7	การใช้ถ้อยคำ ภาษา	ใช้ถ้อยคำ มีความเป็นจริง มีประโยชน์ และเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ติดตาม มีการออกเสียงสระ พยัญชนะ และตัวควบกล้ำ ได้อย่างชัดเจน ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ ฟังสบายๆ เข้าใจง่าย

จากตารางที่ 4.1 ถึง ตารางที่ 4.3 พบว่าไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คนมีบุคลิกภายนอกที่ดี ทั้ง 7 หัวข้อ คือ 1. รูปร่าง : มีรูปร่างที่ดูดี ไม่อ้วนหรือผอมเกินไป ซึ่งรูปร่างเป็นสิ่งสำคัญแสดงถึงภาพลักษณ์ของบุคคลนั้นๆ และเป็นสิ่งสำคัญของการเป็นไลฟ์โค้ชด้วย 2. การแต่งกาย : มีการแต่งกายที่เหมาะสมตามกาลเทศะ เน้นความสะอาดและใช้โทนสีเครื่องแต่งกายที่สุภาพ เช่น สีขาว ดำ เทา 3. การปรากฏตัว : จะมีความเตรียมพร้อมทุกครั้งในการปรากฏตัวทั้งเรื่องการแต่งกายหน้าตา และทรงผม จะดูเรียบร้อยเหมาะสมตามสถานที่ในการปรากฏตัว 4. กิริยาท่าทาง : มีกิริยาท่าทางที่สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองดูสบายๆ 5. การใช้น้ำเสียง : ใช้น้ำเสียงที่ฟังชัดถ้อยชัดคำมีการออกเสียงชัดเจน 6. การสบตา : มีการสบตากับผู้ติดตามที่ดีดูเป็นธรรมชาติเหมือนการได้พูดคุยกัน ทำให้ผู้ติดตามรู้สึกดีเหมือนได้พูดคุยกันโดยตรง 7. การใช้ถ้อยคำ : ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ มีความชัดเจนเข้าใจง่าย ถ้อยคำที่ใช้เป็นการแนะนำสั่งสอน การให้กำลังใจซึ่งเป็นประโยชน์ในการสื่อสารเกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าสนใจ ทำให้ผู้ติดตามมีความสนใจเพราะเป็นถ้อยคำที่เข้าใจง่ายและชัดเจน

จึงกล่าวได้ว่า การเป็นไลฟ์โค้ชที่ดีจำเป็นต้องมีคุณลักษณะภายนอก 7 หัวข้อที่ดี แต่ไม่ได้หมายความว่าไลฟ์โค้ชที่ดีมีเพียงคุณลักษณะภายนอก 7 หัวข้อที่ดีเท่านั้น บางคนจะมีคุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกที่ดีมีมากกว่า น้อยกว่า หรือมีแตกต่างจาก 7 หัวข้อที่กล่าวมาข้างต้นก็ได้ ถ้าเป็นคุณลักษณะภายนอกที่ทำให้ไลฟ์โค้ชดูดีมีความน่าเชื่อถือ ก็นำมาใช้ร่วมเพิ่มเติมจาก 7 หัวข้อที่ผู้วิจัยกล่าวมาได้

ตารางที่ 4.4 แสดงคุณลักษณะบุคลิกภาพภายในของ ดร.ปิ๊อบ สุวรา สิริพิพัฒน์ที่ผ่านแฟนเพจชื่อ Pop Siwapat

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายใน
1	ความเชื่อมั่นในตัวเอง	มีความเชื่อมั่นในตัวเอง สัมผัสจากการแสดงออกท่าทางการพูด และคำพูดที่แนะนำ สั่งสอนให้แง่คิดในเนื้อหาที่สื่อสาร
2	ความกระตือรือร้น	มีความกระตือรือร้นในการพูด ตั้งใจนำเสนอเรื่องที่สื่อสารให้ผู้ติดตามเข้าใจ มีสีหน้า จริงจัง และท่าทางที่กระตือรือร้น
3	ความรู้	มีการเตรียมเรื่องที่ต้องการสื่อสารมาอย่างดี นำเสนอกว้างขวางในหลายแง่มุม เช่น ทั้งด้านประโยชน์ และผลกระทบหรือโทษที่จะได้รับในเรื่องที่ต้องการสื่อสาร มีการนำเสนอที่เลี้ยงไว้มาเป็นตัวอย่างในการพูดเสมอ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแนวทางการรู้ ให้แก่ผู้ติดตาม รวมถึงการให้ข้อสรุปและในประเด็นที่ต้องการสื่อสารได้อย่างดีด้วย

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายใน
4	ความคิดริเริ่ม	มีความคิดและสื่อสารแบบหลายรูปแบบ ต่างๆ หัวข้อที่นำเสนอคู่มือความคิดริเริ่มแบบสร้างสรรค์และเสนอเนื้อหาที่ทันสมัย และจะนำหลักศาสนาพุทธเข้ามาสอดแทรกในเรื่องที่พูด มีการสร้างหัวข้อที่แปลกใหม่ เช่น เรื่องพิชัยของความสุข เป็นต้น
5	ปฏิภาณไหวพริบ	มีความเฉียบแหลมและว่องไวในการพูด และมีความมั่นใจในสิ่งที่พูด พูดอย่างคล่องแคล่ว มีปฏิภาณไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ สามารถนำเรื่องที่คุณนำมาเชื่อมโยงกันได้อย่างต่อเนื่อง
6	ความจำ	จำข้อมูลที่จะพูดได้ดี พูดจาได้คล่องแคล่ว ไม่ติดขัด และในการพูดไม่มีการถือเอกสารข้อมูลใดๆ ทั้งสิ้น
7	อารมณ์ขัน	มีอารมณ์ขัน พูดเล่นกับผู้ติดตาม มีอารมณ์ขันกับสุนัขที่เลี้ยงไว้ หัวเราะเบาๆ ส่วนมากใช้การยิ้ม ดูอารมณ์ดี เป็นธรรมชาติและในการแสดงออกทางอารมณ์ขัน ไม่มากเกินไป ที่จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร

ตารางที่ 4.5 แสดงคุณลักษณะบุคลิกภาพภายในของ ครูเมาะ รสสุคนธ์ กองเกตุผ่านแฟนเพจชื่อ ครูเมาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายใน
1	ความเชื่อมั่นในตัวเอง	มีความเชื่อมั่นในตัวเอง กิริยาท่าทางที่แสดงออก เหมือนนักแสดง มีความโดดเด่น กล้าหาญ และจากน้ำเสียงที่ใช้เป็นน้ำเสียงที่ชัดเจน มีพลัง ซึ่งแสดงถึงความเชื่อมั่นในตัวเอง และการตอบปัญหาที่ผู้ติดตามถามก็ตอบอย่างว่องไว ตรงประเด็น
2	ความกระตือรือร้น	มีความสดชื่น แจ่มใส คล่องแคล่ว โดยดูจากแสดงออกผ่านทางภาษากาย คือ กิริยา อาการ การใช้ท่าทาง ประกอบการพูดแสดงออกมาอย่าง ชัดเจนตามเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร ถ่ายทอดอารมณ์ของ ผู้พูดที่มีความกระตือรือร้นในการสื่อสาร ไปยังผู้ติดตามทำให้ผู้ติดตามเกิดความกระตือรือร้นที่จะฟังในสิ่งที่สื่อสารอย่างไม่น่าเบื่อ

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายใน
3	ความรอบรู้	มีความรอบรู้ในเรื่องที่ต้องการสื่อสารอย่างกว้างขวาง ในหลายแง่มุม เช่น ทั้งด้านประโยชน์ และผลกระทบหรือโทษที่จะได้รับในเรื่องที่ต้องการสื่อสารเป็นอย่างดีสามารถตอบปัญหาต่างๆ ที่ผู้ฟังสงสัยได้ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแนวทางแก้ปัญหา ให้แก่ผู้ฟัง ได้ รวมถึงการให้ ข้อเสนอแนะและในประเด็นที่ผู้ฟังถามได้อย่างดี
4	ความคิดริเริ่ม	มีแนวความคิดในแง่บวก, พุดบวก มีความคิดและคำพูดที่ทำให้เกิด กำลังใจเพื่อสร้างความแตกต่าง และการเปิดใจกว้างรับสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ จากผู้ฟัง เป็นการเปิดประสบการณ์ที่ดีและมีความคิดริเริ่ม แบบเชิงสร้างสรรค์ เช่น เปลี่ยนสถานที่ในการไลฟ์สด ที่ต่างๆ กัน และนำเสนอหัวข้อน่าสนใจ เช่น คาถาคลายทุกข์
5	ปฏิภาณไหวพริบ	ปฏิภาณไหวพริบ มีความเฉียบแหลมและว่องไวในการพูด และ มีความมั่นใจในการแสดงออกทางท่าทาง มีความคิดปราดเปรื่อง เฉลียวฉลาด และมีการตอบปัญหาอย่างรวดเร็วที่เต็มไปด้วยไหวพริบ ทำให้ผู้ฟังได้รับข้อมูลที่มีประโยชน์และตรงความต้องการ
6	ความจำ	มีความจำ ในข้อมูลที่สื่อสารได้ คำพูดกระฉับกระเฉง พุดไม่ติดขัด ดังนั้น การจะพูดให้คล่องและไม่ติดขัด ไม่คืดนานนั้นจะต้องมีความจำที่ดีเยี่ยมมีการจำสถิติต่างๆ กลอน คำคมต่างๆ มากมาย โดยการพูดไม่มีการถือเอกสารข้อมูลอยู่ในการพูดอีกด้วย
7	อารมณ์ขัน	มีการใส่อารมณ์ขัน ในการพูดบ้างเล็กน้อย ในการสอดแทรก การพูด โดยการใช้น้ำเสียง หัวเราะเบาๆ และ ใช้น้ำเสียง อารมณ์ อាកง เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดูเป็นธรรมชาติ ในการ แสดงออกทางอารมณ์ขันไม่มากเกินไป ที่จะทำให้เกิดผลเสียต่อ เนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร

ตารางที่ 4.6 แสดงบุคลิกภาพภายในของ อ.จตุพล ชมภูนิช ผ่านแผนผังชื่อ จตุพล ชมภูนิช

ลำดับ	คุณลักษณะ	บุคลิกภาพภายใน
1	ความเชื่อมั่นในตัวเอง	มีความเชื่อมั่นในตัวเอง แน่วแน่ มีความโดดเด่น กิริยาท่าทางดูมีพลัง เครื่องขрім เป็นทางการ
2	ความกระตือรือร้น	มีความคล่องแคล่ว จากแสดงออกผ่านทางภาษากาย คือ กิริยาอาการ การใช้ท่าทาง ประกอบการพูดแสดงออกมาอย่างชัดเจนตามเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร มีเนื้อหาหลากหลาย ถ่ายทอด เนื้อหา ของผู้พูดที่มีความกระตือรือร้นในการสื่อสาร ไปยังผู้ติดตาม
3	ความรอบรู้	มีความรอบรู้ในเรื่องที่ต้องการสื่อสารอย่างกว้างขวาง ในหลายแง่มุม มีการแยกเรื่องที่ต้องการสื่อสารออกเป็นหมวดหมู่ และอธิบายให้เข้าใจได้โดยง่าย เช่น เรื่อง 9 สิ่งที่ควรทำ
4	ความคิดริเริ่ม	มีความคิดริเริ่มเรื่องใหม่ๆ ตลอด เป็นเรื่องที่ทันสมัย น่าสนใจ และมีคำพูด คำคมสอดแทรกในการพูดรวมอยู่ด้วย
5	ปฏิภาณไหวพริบ	มีความเฉียบแหลม มีความมั่นใจในการแสดงออกทางท่าทาง มีความคิดปราดเปรื่องเฉลียวฉลาด
6	ความจำ	มีข้อมูลเตรียมพร้อมในการพูด ไม่มีอาการประหม่า สงบนิ่งมีสมาธิ โดยการพูด ไม่มีการถือเอกสารข้อมูลอยู่ในการพูด
7	อารมณ์ขัน	ไม่มีอารมณ์ขันมากนัก แต่มีความใจดี อารมณ์ดี และมีรอยยิ้มในการสื่อสาร

จากตารางที่ 4.4 – ตารางที่ 4.6 พบว่าไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คน มีบุคลิกภาพภายในที่ดี 7 หัวข้อ คือ 1. ความเชื่อมั่นในตัวเอง : มีความมั่นใจในตัวเองทุกคน ซึ่งความมั่นใจในตัวเองเป็นบุคลิกภาพภายในที่สำคัญทำให้บุคลิกภายนอกดูดีด้วย และจะทำให้มีกิริยาท่าทางที่แสดงออกเป็นธรรมชาติไม่ประหม่า 2. ความกระตือรือร้น : มีความกระตือรือร้นซึ่งแสดงออกมาในลักษณะมีความคล่องแคล่ว และกระซิบกระเซ้งดูแล้วสร้างพลังในการสื่อสาร 3. ความรอบรู้ : มีความรอบรู้และได้นำความรอบรู้มาถ่ายทอดเป็นเนื้อหาในการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ได้ดีทุกคน โดยรูปแบบเนื้อหาการสื่อสารที่ไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คน จะเป็นเนื้อหาประเภทเดียวกัน คือ ให้คำสั่งสอนแนะนำ

ให้กำลังใจ และสร้างพลังบวก 4. ความคิดริเริ่ม : มีความคิดริเริ่มใหม่ที่ต่างออกไป ทั้งรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ และความสำคัญของเนื้อหาที่นำเสนอก็มีเนื้อหาที่มีความแปลกใหม่น่าสนใจตลอดเวลา 5. ปฏิภาณไหวพริบ : มีปฏิภาณไหวพริบที่ดีทุกคน เช่น การตอบคำถามในรูปแบบการไลฟ์สดที่ผู้ติดตามถามก็จะตอบด้วยความมั่นใจ ไม่ผัดประเด้นแสดงถึงปฏิภาณไหวพริบที่ดี มีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างดี 6. ความจำ : มีความจำที่ดีในการพูดสื่อสารถึงผู้ติดตามไม่มีเอกสารประกอบการพูดทุกคน ทุกคนพูดโดยใช้ความจำของตนเองเป็นหลัก และได้เนื้อหาสาระที่ดีจากการสื่อสารมากด้วย 7. อารมณ์ขัน : มีการแสดงออกในอารมณ์ขัน โดยใช้รอยยิ้ม และการหัวเราะเบาๆ อย่างสุภาพดูแล้วเป็นกันเอง และเป็นอาการที่สำรวจทำให้ผู้ติดตามรู้สึกสนุกในการรับเนื้อหาการสื่อสารและมีความผ่อนคลายร่วมด้วย

ดังนั้น การเป็นไลฟ์โค้ชที่ดีจำเป็นต้องมีคุณลักษณะภายใน 7 หัวข้อที่ดี แต่ไม่ได้หมายความว่าไลฟ์โค้ชที่ดีมีเพียงคุณลักษณะภายใน 7 หัวข้อที่ดีเท่านั้น บางคนจะมีคุณลักษณะบุคลิกภาพภายในที่ดีมีมากกว่า น้อยกว่า หรือมีแตกต่างจาก 7 หัวข้อที่กล่าวมาข้างต้นก็ได้ ถ้าเป็นคุณลักษณะภายในที่ทำให้ไลฟ์โค้ชมีความน่าเชื่อถือก็นำมาใช้ร่วมเพิ่มเติมจาก 7 หัวข้อที่ผู้วิจัยกล่าวมาได้จากงานวิจัยนี้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการเป็นไลฟ์โค้ชที่ดีจำเป็นต้องมีคุณลักษณะบุคลิกภาพทั้งภายนอกและคุณลักษณะบุคลิกภาพภายในที่ดี เพราะคุณลักษณะทั้ง 2 ประเภท จะมีผลส่งเสริมร่วมกัน เป็นการช่วยให้ไลฟ์โค้ชประสบความสำเร็จในอาชีพได้มากขึ้นด้วย

2. รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย สามารถจำแนกได้ 6 ประเภท ได้แก่ รูปภาพ ข้อความ รูปภาพและข้อความ อินโฟกราฟิก วิดีโอ เฟซบุ๊กไลฟ์ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการนับจำนวน รูปแบบการสื่อสาร และการแสดงความรู้สึกของผู้ติดตามในแต่ละวันในช่วงเวลาที่ทำการวิจัย (ตารางที่ 4.7-4.9)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสาร ของ ดร.ป๊อบ ฐาวรา สิริพิพัฒน์
ผ่านแฟนเพจชื่อ Pop Siwapat และผู้แสดงความรู้สึก

ครั้งที่	วันที่/ม.ค./64	รูปแบบการสื่อสาร				เฟซบุ๊กไลฟ์	ผู้แสดงความรู้สึก (คน)
		รูปภาพ	ข้อความ	รูปภาพและ ข้อความ	อินโฟ กราฟฟิก		
1	1					1	1,271
2	3	1					5,586
3	5				1		2,846
4	7					1	1,125
5	10	1					348
6	13					1	923
7	14					1	1,466
8	15					1	1,300
9	17				1		164
10	18					1	1,181
11	19		1				1,778
12	20					1	1,338
13	21					1	1,019
14	22					1	1,058
15	23			1			340
16	23	1					2,947
17	24		1				1,902
18	26					1	1,123
19	27		1				2,282
20	28					1	1,550
21	29					1	1,483
22	30		1				691
รวม	22 ครั้ง	3	4	1	2	0	12

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนครั้งรูปแบบการสื่อสาร ของ ดร.ปิอบ ฐาวรา สิริพิพัฒน์ ผ่านแฟนเพจชื่อ Pop Siwapat และผู้แสดงความรู้สึกสรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

1) ในระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 1–31 มกราคม มีการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กในรูปแบบต่างๆ รวม 22 ครั้ง ระยะห่างของการสื่อสาร มีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ แบบไม่แน่นอน บางครั้งวันเว้นวัน บางครั้งจะมีการสื่อสารเกือบทุกวัน รูปแบบการสื่อสารที่ใช้มากที่สุดเป็นอันดับ 1 รูปแบบไลฟ์สด จำนวน 12 ครั้ง อันดับ 2 รูปแบบข้อความจำนวน 4 ครั้ง อันดับ 3 รูปแบบรูปภาพจำนวน 3 ครั้ง อันดับ 4 รูปแบบอินโฟกราฟิก จำนวน 2 ครั้ง และไม่มีมีการสื่อสารรูปแบบวิดีโอ

2) ผู้ติดตามได้มีการแสดงความรู้สึกต่อรูปแบบการสื่อสารต่างๆ มากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่

- | | |
|------------------------|---------------------------------------|
| 2.1) รูปแบบรูปภาพ | จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 5,586 คน |
| 2.2) รูปแบบรูปภาพ | จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 2,947 คน |
| 2.3) รูปแบบอินโฟกราฟิก | จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 2,846 คน |
| 2.4) รูปแบบข้อความ | จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 2,282 คน |
| 2.5) รูปแบบข้อความ | จำนวนแสดงความรู้สึก จำนวน 1,778 คน |

แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat นิยมที่จะใช้รูปแบบการสื่อสารแบบไลฟ์สดมากที่สุดแต่ผู้ติดตามไม่มีมีการแสดงความรู้สึก ต่อรูปแบบไลฟ์สดมากนัก และยอดผู้ติดตามแสดงความรู้สึกของไลฟ์สดก็ไม่ติดอันดับ 1 ใน 5 อันดับ

ผู้ติดตามที่การแสดงความรู้สึกต่อไลฟ์สดที่ไลฟ์ โกล์ดไนยามิใช้นั้นมีจำนวนสูงสุด 3 อันดับแรก ดังนี้

- 1) จำนวนผู้ที่แสดงความรู้สึก จำนวน 1,466 คน
- 2) จำนวนผู้ที่แสดงความรู้สึก จำนวน 1,338 คน
- 3) จำนวนผู้ที่แสดงความรู้สึก จำนวน 1,300 คน

ผู้ติดตามแฟนเพจ ชื่อ Pop Siwapat ของ ดร.ปิอบ ฐาวรา สิริพิพัฒน์ มีจำนวนทั้งหมด 1.7 ล้าน แต่มีผู้ติดตามที่มีการแสดงความรู้สึก เพียงหลักพัน โดยแสดงความรู้สึกต่อรูปแบบรูปภาพสูงสุด จำนวน 5,586 คน และต่อรูปแบบอินโฟกราฟิกต่ำสุด จำนวน 164 คน

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสารของครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ที่ผ่านแฟนเพจ ชื่อ ครูเงาะรสสุคนธ์ กองเกตุ และผู้แสดงความรู้สึก

ครั้งที่	วันที่/ม.ค/64	รูปแบบการสื่อสาร				เฟซบุ๊กไลฟ์	ผู้แสดงความรู้สึก (คน)
		รูปภาพ	ข้อความ	รูปภาพและ ข้อความ	อินโฟ กราฟฟิก		
1	2				1		1,651
2	2					1	5,478
3	3						294
4	4				1		1,118
5	5					1	901
6	5					1	2,305
7	6				1		4,074
8	7				1		1,425
9	7					1	887
10	8				1		5,637
11	8				1		212
12	8					1	4,029
13	9					1	23,873
14	9					1	1,571
15	9	1					18,136
16	10				1		314
17	10				1		3,278
18	10					1	122
19	11					1	5,788
20	11				1		1,013
21	12					1	10,260
22	12				1		2,597
23	13					1	1,566
24	13				1		580
25	13					1	6,416
26	14					1	7,689
27	14				1		3,339
28	15				1		4,540

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ครั้งที่	วันที่/ม.ค.64	รูปแบบการสื่อสาร					เฟซบุ๊กไลฟ์	ผู้แสดง ความรู้สึก (คน)
		รูปภาพ	ข้อความ	รูปภาพและ ข้อความ	อินโฟ กราฟฟิก	วิดีโอ		
29	15					1	142,252	
30	17				1		7,619	
31	17				1		785	
32	18	1					279	
33	18					1	5,669	
34	18					1	1,466	
35	19				1		5,701	
36	19				1		1,549	
37	20				1		3,004	
38	20					1	7,518	
39	21				1		3,802	
40	21	1					16,274	
41	21				1		11,860	
42	22				1		858	
43	24	1					1,740	
44	24				1		363	
45	24		1				10,897	
46	25				1		275	
47	25					1	479	
48	26				1		2,202	
49	27					1	550	
50	27					1	8,621	
51	27					1	233	
52	28				1		1,682	
53	28					1	5,241	
54	29				1		1,619	
55	30				1		898	
56	31				1		310	
รวม	56 ครั้ง	4	0	1	27	15	9	

จากตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสารของ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ที่ผ่านแฟนเพจชื่อ ครูเงาะรสสุคนธ์ กองเกตุ และผู้แสดงความรู้สึกสรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

1) ในระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 1–31 มกราคม มีการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กในรูปแบบต่างๆ รวม 56 ครั้ง มีการสื่อสารผ่านแฟนเพจในรูปแบบต่างๆ เกือบทุกวัน ยกเว้นวันที่ 1 มกราคม 2564 หยุด 1 วัน ซึ่งเป็นวันหยุดขึ้นปีใหม่ รูปแบบการสื่อสารที่แฟนเพจใช้ในการสื่อสารมากที่สุดเป็นอันดับ 1 รูปแบบอินโฟกราฟิก จำนวน 27 ครั้ง อันดับ 2 รูปแบบวิดีโอจำนวน 15 ครั้ง อันดับ 3 รูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์จำนวน 9 ครั้ง อันดับ 4 รูปแบบรูปภาพข้อความจำนวน 1 ครั้ง และไม่ใช้การสื่อสารรูปแบบข้อความ

2) ผู้ติดตามได้มีมีการแสดงความรู้สึกมากที่สุด 5 อันดับ จำแนกตามความรู้สึก ได้แก่

- | | |
|------------------------|---|
| 2.1) รูปแบบวิดีโอ | จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 142,252 คน |
| 2.2) รูปแบบวิดีโอ | จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 23,873 คน |
| 2.3) รูปแบบรูปภาพ | จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 18,136 คน |
| 2.4) รูปแบบรูปภาพ | จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 16,274 คน |
| 2.5) รูปแบบอินโฟกราฟิก | จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 11,860 คน |

แฟนเพจชื่อ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ นิยมที่จะใช้รูปแบบการสื่อสารแบบอินโฟกราฟิกมากที่สุดแต่ ผู้ติดตามแฟนเพจมีการแสดงความรู้สึกจากรูปแบบวิดีโอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ผู้ติดตามแฟนเพจแสดงความรู้สึกรูปแบบอินโฟกราฟิกอยู่อันดับ 5 ส่วนผู้ติดตามมีการแสดงความรู้สึกต่อรูปแบบอินโฟกราฟิกที่ไลฟ์โค้ชนิยมนั้น มีจำนวนสูงสุด 3 อันดับแรก ดังนี้

- 1) จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 11,860 คน
- 2) จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 5,637 คน
- 3) จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 4,074 คน

ผู้ติดตามแฟนเพจชื่อ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ของ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ มีจำนวนทั้งหมด 1.3 ล้านคน มีผู้ติดตามที่มีการแสดงความรู้สึกในรูปแบบการสื่อสารต่างๆ จำนวนหลักแสนโดยแสดงความรู้สึกต่อรูปแบบวิดีโอสูงสุด จำนวน 142,252 คน และต่อรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์ต่ำสุดจำนวน 122 คน

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสารของ อ.จตุพล ชมพูนิช ผ่านแฟนเพจชื่อ
จตุพล ชมภูนิชและผู้ติดตาม

ครั้งที่	วันที่/ม.ค./64.	รูปแบบการสื่อสาร				เฟซบุ๊กไลฟ์	ผู้แสดง ความรู้สึก (คน)
		รูปภาพ	ข้อความ	รูปภาพและ ข้อความ	อินโฟ กราฟฟิก		
1	1				1		13,050
2	1				1		9,360
3	2					1	4,535
4	2				1		9,799
5	3				1		11,332
6	3			1			2,431
7	4				1		9,892
8	4				1		10,272
9	5					1	5,603
10	5				1		6,160
11	6				1		20,799
12	6			1			543
13	7				1		11,968
14	7				1		10,840
15	8					1	3,742
16	8				1		18,983
17	9				1		6,089
18	9			1			504
19	10					1	8,307
20	10				1		28,010
21	11				1		18,672
22	11				1		13,281
23	12				1		10,040
24	13				1		13,666
25	13					1	8,103
26	14				1		13,707
27	15				1		13,710
28	15				1		6,797

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ครั้งที่	วันที่/ม.ค./64	รูปแบบการสื่อสาร					เฟซบุ๊กไลฟ์	ผู้แสดง ความรู้สึกร (คน)
		รูปภาพ	ข้อความ	รูปภาพและ ข้อความ	อินโฟ กราฟฟิก	วิดีโอ		
29	16					1	4,422	
30	16				1		14,603	
31	17				1		13,261	
32	18				1		19,419	
33	19					1	2,851	
34	19				1		9,681	
35	20				1		16,739	
36	20				1		8,303	
37	21				1		11,805	
38	22				1		9,664	
39	23					1	5,841	
40	24				1		10,452	
41	25				1		8,998	
42	26				1		9,819	
43	27					1	6,817	
44	27				1		1,840	
45	28				1		10,375	
46	29					1	4,876	
47	30				1		11,649	
48	31				1		27,846	
รวม	48 ครั้ง	0	0	3	35	10	0	

จากตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสาร ของ อ.จตุพล ชมพูนิช ผ่านแฟนเพจ ชื่อ จตุพล ชมพูนิช และผู้แสดงความรู้สึกสรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ ดังนี้

1) ในระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1-31 มกราคม มีการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กในรูปแบบ ต่างๆ รวม 48 ครั้ง โดยมีการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ทุกวัน รูปแบบการสื่อสารที่ใช้มากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ รูปแบบอินโฟกราฟฟิกจำนวน 35 ครั้ง อันดับ 2 รูปแบบวิดีโอจำนวน 10 ครั้งอันดับ 3 รูปแบบ

รูปภาพและข้อความจำนวน 3 ครั้งและไม่ใช้รูปแบบการสื่อสาร 3 รูปแบบ คือ รูปแบบรูปภาพ รูปแบบข้อความและรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์

2) ผู้ติดตามได้มีการแสดงความรู้สึกในรูปแบบการสื่อสารมากที่สุด 5 อันดับ จำแนกตามความรู้สึก ได้แก่

- 2.1) รูปแบบอินโฟกราฟฟิก จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 28,010 คน
- 2.2) รูปแบบอินโฟกราฟฟิก จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 27,846 คน
- 2.3) รูปแบบอินโฟกราฟฟิก จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 20,799 คน
- 2.4) รูปแบบอินโฟกราฟฟิก จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 19,419 คน
- 2.5) รูปแบบอินโฟกราฟฟิก จำนวนผู้แสดงความรู้สึก จำนวน 18,938 คน

แฟนเพจชื่อ จตุพล ชมพูนิช นิยมใช้รูปแบบการสื่อสารรูปแบบอินโฟกราฟิก มากที่สุด และผู้ติดตามมีการแสดงความรู้สึกจากรูปแบบอินโฟกราฟิก มากที่สุดในอันดับ 1 ถึงอันดับ 3 ซึ่งตรงกับความต้องการของแฟนเพจที่เลือกรูปแบบอินโฟกราฟิกเป็นรูปแบบในการสื่อสาร

ผู้ติดตามแฟนเพจชื่อ จตุพล ชมพูนิช ของ อ.จตุพล ชมพูนิช มีจำนวนทั้งหมด 9 แสนคน ผู้ติดตามที่มีการแสดงความรู้สึกในรูปแบบการสื่อสารต่างๆ หลักหมื่น โดยแสดงความรู้สึกต่อรูปแบบอินโฟกราฟิกสูงสุด จำนวน 28,010 คน และต่อรูปแบบรูปภาพข้อความต่ำสุด จำนวน 504 คน

จากตารางที่ 4.7-4.9 ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า ไลฟ์โค้ชแต่ละคนจะมีความถนัดและเลือกรูปแบบการสื่อสารที่จะเข้าถึงผู้ติดตามในแตกต่างกันไป และในรูปแบบการสื่อสารที่ไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คนเลือกเพื่อเข้าถึงความต้องการของผู้ติดตามนั้นเมื่อดูจากยอดการแสดงความรู้สึกแล้วพบว่ารูปแบบการสื่อสารที่ใช้ก็ไม่ได้ถูกใจตรงตามความต้องการของผู้ติดตาม เสมอไป

1) แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat ของ ดร.ปิ๊อบ สุวารา สิริพิพัฒน์ ชอบนำเสนอรูปแบบการสื่อสารแบบไลฟ์สด แต่ผู้ติดตามมีการแสดงความรู้สึกจากไลฟ์สดสูงสุดเพียงจำนวน 1,550 ครั้ง ผู้ติดตามกลับชื่นชอบรูปแบบการสื่อสารแบบรูปภาพมากกว่า โดยมียอดการแสดงความรู้สึกสูงสุดเป็นจำนวนถึง 5,586 ครั้ง

2) แฟนเพจชื่อ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ของ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ชอบนำเสนอรูปแบบการสื่อสารแบบอินโฟกราฟิก แต่มีผู้ติดตามมีการแสดงความรู้สึกจากรูปแบบอินโฟกราฟิกสูงสุดเพียงจำนวน 11,860 ครั้ง ผู้ติดตามกลับชื่นชอบรูปแบบการสื่อสารแบบวิดีโอมากกว่าโดยมียอดการแสดงความรู้สึกสูงสุดเป็นจำนวนถึง 142,252 ครั้ง

3) แฟนเพจชื่อ จตุพล ชมพูนิช ของ อ.จตุพล ชมพูนิช ชอบนำเสนอรูปแบบการสื่อสารแบบอินโฟกราฟิก และมีผู้ติดตามมีการแสดงความรู้สึกจากรูปแบบอินโฟกราฟิกสูงสุดเป็นจำนวนถึง 28,010 ครั้ง จึงเห็นได้ว่าแฟนเพจเลือกนำเสนอรูปแบบได้ตรงกับความต้องการของผู้ติดตาม

3. เนื้อหาในการสื่อสารผ่านเฟชบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

ไลฟ์โค้ช ทั้ง 3 คน ใช้แฟนเพจ ในรูปแบบการสื่อสารผ่านเฟชบุ๊ก 6 รูปแบบ โดยในทุกรูปแบบจะมีเนื้อหา สั่งสอน/แนะนำ ให้กำลังใจ โดยเนื้อหาต่างๆ กันออกไปตามทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวม เนื้อหา และสรุปประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.10-4.16)

ตารางที่ 4.10 บันทึกประเด็นเนื้อหาการสื่อสารแฟนเพจชื่อ Pop Siwapat

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
1	เฟชบุ๊กไลฟ์	52.23 นาที	8 บทเรียนรับปีใหม่	ประเด็นสำคัญ 8 ข้อ คือ 1 อย่าซีดคิดตัวคน, 2 ให้รู้จักรักและยอมรับตัวเอง, 3 มีความเมตตา, 4 ให้ยอมรับเรื่องการเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องปกติ, 5 ทำสิ่งที่ตัวเองรักและรักตัวเอง, 6 อย่าสุดโต่งให้ทำตัวอยู่เป็นกลาง, 7 มีเรื่องที่ทำให้เคลียร์อย่าเก็บไปคิด, 8 เราเกิดใหม่ทุกวินาที อย่าซีดคิดความรู้สึกในอดีต ความรู้สึกเปลี่ยนแปลงได้ทุกวินาที (สอน/แนะนำ/ให้หลักธรรมะ) เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)
3	รูปภาพ		เจอเจ้าของสุนัข	รูปภาพสุนัขที่หายไปแล้วเจอเจ้าของสุนัขแล้ว (ช่วยเหลือ)
5	อินโฟ		ชีวิตไม่มี ทางลัด	ให้ตั้งใจและลงมือทำทุกอย่างด้วยตัวเอง อย่าหลงเชื่อคนที่จะเสกทุกอย่างให้ ต้องตั้งใจลงมือทำเองไม่มีทางลัด(สอน/แนะนำ) เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
7	เฟซบุ๊ก ไลฟ์	41.31 นาที	รางวัลชีวิต	ให้อยู่กับความจริงของชีวิต อย่าตกเป็นทาสความโลภ ให้ศรัทธาและรักตัวเอง พร้อมที่จะเรียนรู้ทั้งความล้มเหลวและสมหวังด้วยตัวเองเพราะในทุกสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ นั้น คือ รางวัลของชีวิต (แนะนำ/ให้กำลังใจ) #ขายคอร์สออนไลน์ เรื่อง พลังของการสื่อสาร เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)
10	รูปภาพ		นอนกอดสุนัข	เป็นสุนัขที่เลี้ยงไว้ 2 ตัว แสดงถึงความมีเมตตา รักสัตว์ (ความรัก, เมตตา)
13	เฟซบุ๊กไลฟ์	41.50 นาที	การเรียนรู้ สำคัญ ในวัน เกิด 36 ปีที่ ผ่านมา	วันเกิดปีนี้สิ่งที่ได้ คือการอยู่กับความเปลี่ยนแปลงให้ได้ การรับมือความทุกข์ให้ได้ รับมือรูปร่างที่เปลี่ยนแปลงไปตามวัย ซึ่งความคิดเหล่านี้ต่างจากวันเกิดปีที่แล้วที่เป็นคนชอบคาดหวัง โมโห เอาแต่ใจจริงๆ แล้วชีวิตเกิดใหม่ได้ทุกวัน ชีวิตต้องเรียนรู้อยู่กับความทุกข์ ความสุขเป็นเพียงความทุกข์ที่เราแก้ไขได้ ยอมรับความจริงของชีวิต อย่าตั้งกฎอะะกับชีวิต ควรใช้ชีวิตมือหนึ่ง ไม่ใช่ชีวิตมือสองที่ต้องพึ่งเสียงจากใคร ชีวิตมันง่ายแค่เป็นตัวเอง และมีหน้าที่ที่ต้องอยู่กับตัวเอง ศึกษาตัวเอง เรียนรู้ตัวเองให้ได้ ทุกอย่างมีเปลี่ยนแปลงเสมอตามสังขารม คนเราก็เช่นกัน ต้องเปลี่ยนแปลงไปตาม โลกที่จะเปลี่ยนแปลงไป คนรอบกายคุณก็จะเปลี่ยนแปลงไป ไม่มีใครที่จะเหมือนเดิมกับเราตลอดเวลา ดังนั้นเราไม่ต้องคาดหวังอะไรจากใคร ไม่มีใครที่เกิดมาเพื่อรักษาสัญญากับเรา(แนะนำ/สั่งสอน/ให้กำลังใจ/ให้หลักธรรมะ)#ขายคอร์สออนไลน์ เรื่อง พลังของการสื่อสาร เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
14	เฟซบุ๊กไลฟ์	50.58 นาที	4 อย่างที่ขี้ดมัน แล้วทุกข์ใจ	ใช้หลักการทางธรรมะ สิ่งที่ยึดติดแล้วทำให้ทุกข์ คือ 1.การยึดติดในสิ่งที่สวยงาม รูป รส กลิ่น เสียง 2. การยึดติด ในความคิดตัวเอง 3. การยึดติด ขี้ดมันในวันฉันทธรรมและ มีความเชื่ออย่างมงาย 4. ยึดติดในอดีตตา ตัวตน (แนะนำ/ สั่งสอน/ใช้หลักธรรมะ) ขายคอร์สออนไลน์เรื่อง ปลังแห่งการสื่อสาร เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)
15	เฟซบุ๊กไลฟ์	35.14 นาที	พิษร้ายของ ความสุข	มนุษย์จะโหยหาความสุขและจะยึดติดสุข นั่นคือ พิษร้าย การที่เรายึดติดสุขจะทำให้เราไม่ยอมรับความทุกข์เมื่อ ไม่ยอมรับความทุกข์ ความสุขจะทำให้เกิดพิษร้าย จะหมกมุ่นฟุ้งซ่าน อยากได้อะไรก็มี นอนไม่หลับฯ จนเกิด เป็นความอิจฉา และแตกแยกัน เนื่องจากเรายึดติดและ คาดหวังความสุขมากเกินไป ดังนั้น เราควรมีทักษะที่จะ ยอมรับและเผชิญหน้า และควบคุมในสิ่งที่เกิดขึ้นทุกอย่าง ให้ได้ ไม่มีอะไรได้ดังใจเสมอ อย่าคาดหวังจงยอมรับ เผชิญหน้ากับความผิดหวัง เป็นเรื่องธรรมดาชีวิตต้องมีสุข และทุกข์สลับกันไป ถ้าเรายอมรับได้ ความสุขก็จะไม่ทำ ให้เราเป็นทุกข์ จนกลายเป็นพิษร้ายอีกต่อไป (สั่งสอน/แนะนำ/ให้กำลังใจ/มีหลักธรรมะ) ขายคอร์สออนไลน์เรื่อง ปลังการสื่อสาร เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)
17	อินโฟ		เกมส์	แนะนำเกมส์ บอร์ดเกมส์ (อารมณ์ขัน)
18	เฟซบุ๊กไลฟ์	55.39 นาที	สิ่งที่ช่วยให้เราทำ สิ่งต่างได้ #สบายใจขึ้น	ให้ทำในสิ่งที่เรารัก อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องคาดหวังในสิ่งที่ จะเกิดขึ้น เช่น รายได้ ความชื่นชมจากคนอื่น ชื่อเสียงฯ ใช้ปัญญาในการทำงานให้เกิดประโยชน์ที่สุด อยู่กับ ปัจจุบันอย่าไปคาดหวังตัวเองในอนาคต การคาดหวัง

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
				จะทำให้มีความเครียดในการทำงาน แล้วจะทำให้ไม่มีความสุขในการทำงาน (สั่งสอน/แนะนำ) ขายคอร์สออนไลน์เรื่อง พลังแห่งการสื่อสาร เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)
19	ข้อความ		อ่านแล้วใจเย็น โปรด สิ่งนี้ เรียกว่าเมตตา	เรื่องราว 20 เรื่อง โดยแต่ละเรื่องจะให้แง่คิดต่างกัน เช่น รู้จักให้อภัย ยอมรับ ปลอ่ยวาง ช่วยเหลือ แสดงความยินดี รับฟัง แบ่งปันฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ถ้าทำได้ เรียกว่า มีความเมตตา (สั่งสอน/แนะนำ/ให้กำลังใจ) เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)
20	เฟซบุ๊ก ไลฟ์	30.53 นาที	จะอะไรกันนัก กันหนาสุดท้ายก็ จบไม่ต่างกัน	ไปร่วมงานศพของคุณลุงที่รู้จัก ชื่อ ลุงแดง คนที่รู้จักมาตั้งแต่เด็กที่คิดว่ารู้จักดีแต่จริงแล้วไม่รู้จักในสิ่งที่แท้จริงของลุง จึงทำให้มีความคิดว่า คนเราจะอะไรกันนักหนา ไม่มีใครสมบูรณ์แบบทุกคนมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ทำที่สุกก็ต้องตายกันทุกคน (สั่งสอน/แนะนำ/ให้กำลังใจ) ขายคอร์สออนไลน์เรื่อง พลังแห่งการสื่อสาร เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)
21	เฟซบุ๊กไลฟ์	36.15 นาที	โลกนี้ไม่มีอะไร น่าเอาหน้าเป็น	ในโลกนี้ไม่มีอะไรที่เหมือนเดิม ทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่ว่าจะ เป็น เรื่องความรัก สุขภาพ เงินทอง สิ่งที่เราควรทำ คือทำหน้าที่ของเราให้ดีที่สุด เช่น การดูแลสุขภาพก็ดูอย่างเต็มที่ให้รู้จักให้อภัย ทำตามหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า ทุกอย่างเปลี่ยนไปตามเหตุและปัจจัย ไม่มีอะไรอยู่กับเราเหมือนเดิม (แนะนำ/หลักธรรมะ) ขายคอร์สออนไลน์เรื่อง พลังแห่งการสื่อสาร (ธุรกิจ) เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความ ยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
22	เฟซบุ๊กไลฟ์	34.03 นาที	คุณกำลังใช้ชีวิต สูญเปล่าหรือไม่	ทุกวันนี้คนจะเสียเวลาไปกับการเล่นโซเชียล เช่น เฟซบุ๊ก ในแต่ละวันเป็นเวลานานซึ่งเป็นเรื่องของคนอื่นที่ไร้สาระ ไม่มีประโยชน์อะไร ควรใช้เวลาเหล่านั้นนำมาใช้ให้เกิด ประโยชน์แก่ตัวเองจะดีกว่าเช่น มาใช้ทำงาน ใช้หาความรู้ เพิ่มเติม เขียนหนังสือ ฟังธรรมะ นั่งสมาธิ และเรียนรู้ที่ ปล่อยวางไม่ยึดติด จะเป็นการใช้ชีวิตให้เกิดประโยชน์ ได้มากกว่าการเสียเวลาอยู่กับโลกโซเชียล เป็นการเสียเวลา เปล่า (แนะนำ/หลักธรรมะ) ขายคอร์สออนไลน์เรื่อง การสื่อสารสร้างแรงชีวิต(ธุรกิจ) เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
23	รูปภาพ ข้อความ		พัฒนาการของ หมาอ้อ ๆ	การเลี้ยงสุนัขต้องฝึก จะทำให้บ้านสะอาด รวมถึง สุขภาพจิตทั้งคนและสุนัขดีด้วย (แนะนำ) ขอบคุณครูเลี้ยงสุนัขและเบอร์โทรครู (ธุรกิจ)
23	รูปภาพ		วันหยุดกับ ลูกชาย	ถอดสุนัขที่เลี้ยงไว้ด้วยรอยยิ้มที่มีความสุข (ความรัก/ ความเมตตา)
24	ข้อความ		อยากได้ต้องได้ ไม่ได้ ต้องได้	กล่าวถึงตัวเองว่าแต่ก่อนมีความต้องการอยากได้ไปเรื่อยๆ แล้วก็ไขว่คว้าไปเรื่อยๆ สุดท้ายก็แค่ชัยชนะที่สูญเปล่า แค่คิดหยุดความอยาก ได้ก็ค้นพบว่าหลายสิ่งมีความจำเป็น น้อยลง ทั้งชื่อเสียง คำยกย่อง ความรัก จนปัจจุบันสิ่งต่างๆ เหล่านี้น้อยลงและพอใจกับการไม่คาดหวังอะไร จะทำ ให้เป็นเราในแบบที่สบายใจขึ้น (แนะนำ/ให้กำลังใจ)
26	เฟซบุ๊กไลฟ์		วิธีเพิ่มเวลาให้ ตัวเอง	ให้ใช้เวลากับสิ่งที่มีประโยชน์แก่ตัวเอง 1. เทคโนโลยี โซเชียล ทำให้เสียเวลาต้องรู้จักแบ่งเวลากับโซเชียล 2 คน อย่าไปเสียเวลาอยู่กับคนที่เราไม่ต้องการคบ 3. งาน อยู่กับ งานที่เราชอบ อย่าไปเสียเวลาทำงานที่เราไม่ชอบ ลองจัดเวลา กับ 3 สิ่งนี้ให้ได้ เราจะมีเวลาเหลือให้กับตัวเองมากมาย ขาย คอร์สออนไลน์เรื่อง พลังแห่งการสื่อสาร (แนะนำ) เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
27	ข้อความ		ใครเคยห่วง การเป็น “คนดี” จนทำ ชีวิตตัวเอง พังบ้าง	การเป็นคนดี ไม่ใช่เป็นการทำตัวห่วงภาพลักษณ์ ว่าแสนดี เป็นที่รักของคนอื่น อันที่จริง คนดี คือ การกระทำความดี ถูกต้องตามบริบท มีประโยชน์ ถึงแม้จะเป็นที่ไม่น่าพอใจ ถูกหมั่นไส้จากคนบางคน แต่ก็ไม่สนใจจะเน้นผลลัพธ์ ที่ประโยชน์ที่ได้ มากกว่าคำขยอชมเชย เพราะมันคือ การกระทำที่มุ่งเน้นสร้างประโยชน์ โดยแท้จริง นั่นคือ ผลของการกระทำดี บางทีคำพูด คำชมเชยจากคนอื่น ไม่ได้มีความจำเป็นกับเรา <i>(สั่งสอน/แนะนำ)</i>
28	เฟซบุ๊กไลฟ์	37.16 นาที	บางที การยึด ติดคำว่า “คนดี” ก็ทำ ชีวิตพัง และทุกข์ เหมือนกัน	ให้รู้จักแยก คนดี กับ การกระทำดี ออกจากกันอย่ายึดติดกับคำเหล่านี้ จะทำให้เป็นทุกข์ คนดีไม่ใช่คนที่กระทำดีเสมอไป เช่น การที่พ่อแม่สั่งสอนเรา ดีเราจะมองว่าแม่กระทำไม่ดี ไม่เป็นคนดี ซึ่งจริงๆ แล้วพ่อแม่ดีเพราะต้องการให้เราเป็นคนดี จึงไม่ใช่เป็นการกระทำที่ไม่ดี การกระทำที่ดีให้ดูจากผลของการกระทำที่ทำให้เกิดประโยชน์ การกระทำที่สร้างผลลัพธ์ที่ดี และควรเลิกยึดกับคำว่า คนดี การเป็นคนดีให้ดูคนจากการกระทำที่ดี จะดีกว่า นอกจากนั้นมีการพูดถึง ประโยชน์ของการทำบุญให้ ได้บุญตามหลักของพระพุทธเจ้าสั่งสอน <i>(แนะนำ/หลักธรรมะ)</i> ขายคอร์สออนไลน์เรื่อง พลังการสื่อสาร <i>(ธุรกิจ)</i> เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง <i>(ธุรกิจ)</i>
29	ไลฟ์สด	54.29 นาที	ชีวิตจะง่ายขึ้น เมื่อตระหนัก ว่า “จริงๆ แล้ว ชีวิตไม่ใช่ของ เราหรือของ ใคร”	ชีวิตของเราขึ้นอยู่กับเหตุและปัจจัย ซึ่งเหตุและปัจจัยนี้มากมาย แต่ให้เรายึดในเหตุและปัจจัยที่ดี คิดดี ทำดี พุทธิไม่ว่าผลลัพธ์จะเป็นอย่างไรเราทำดีที่สุดแล้ว อย่ายึดมั่นถือมั่นกับชีวิต ไม่มีใครเป็นเจ้าของชีวิตเรา และเราก็ไม่ใช่เจ้าของชีวิตใคร ให้อยอมรับในทุกอย่างที่เกิดขึ้น ทั้งผิดหวังและสมหวัง แล้วนำมาพัฒนา ปรับปรุง เพราะชีวิต คือ การเรียนรู้ <i>(แนะนำ/ให้กำลังใจ)</i> ขายคอร์สออนไลน์เรื่อง พลังแห่งการสื่อสาร <i>(ธุรกิจ)</i> เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
30	ข้อความ		เคยรู้สึกป्लीม ปิติจากการทำ “งานที่เรา รักไหม”	มีความสุขกับการเปิดคลาสออนไลน์ที่เปิดสอน ทำงาน แล้วสนุก รู้สึกมีความสุข กระจดีหรือร้น นั่นก็คือ การได้ ทำงานที่รัก (แนะนำ//ให้กำลังใจ) ขายคอร์สออนไลน์ เบอร์ติดต่อ และช่องทางติดต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง (ธุรกิจ)

จากตารางที่ 4.10 พบว่าเนื้อหานำเสนอแฟนเพจชื่อ Pop Siwapat แบ่งเป็นเนื้อหาได้ 7 ประเภท โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ตามตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ลำดับหัวข้อเนื้อหาแฟนเพจชื่อ Pop Siwapat ของ ดร.ปิ๊อบ ฐาวรา สิริพิพัฒน์

ลำดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวน (ครั้ง)
1	สั่งสอน/แนะนำ	16
2	ขายคอร์สออนไลน์ (ธุรกิจ)	14
3	ให้กำลังใจ	7
4	สอดแทรกหลักธรรมะ	6
5	ความรัก/เมตตา	2
6	ให้ความช่วยเหลือ	1
7	อารมณ์ขัน	1

ระยะเวลาที่ใช้ในการสื่อสารเนื้อหานิยมใช้รูปแบบไลฟ์สด โดยจะใช้ระยะเวลาประมาณ 30-60 นาที ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอในแต่ละครั้ง โดยในวันที่ 18/1 ใช้มีระยะเวลาในการสื่อสารนานสุด 55.39 นาที เรื่องสิ่งที่ช่วยให้เราทำสิ่งต่างได้ #สบายใจขึ้น และวันที่ 26/1 ใช้ระยะเวลาในการสื่อสารน้อยสุด 30.44 นาที เรื่องวิธีเพิ่มเวลาให้ตัวเอง

ตารางที่ 4.12 บันทึกประเด็นเนื้อหาการสื่อสารแผนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
2	อินโฟ		ทำบุญเพื่อ อะไร	ชักชวนทำความดี (แนะนำ/หลักธรรมะ)
2	เฟซบุ๊กไลฟ์	26 นาที	หนึ่งในวิธีการ บำบัดจิตใจคือ การเล่าเรื่อง อย่างถูกวิธี	คนทุกคนมีอดีตที่ไม่น่าจดจำ แต่ถ้าเรากล้าเล่าอดีตที่ เลวร้ายให้ผู้อื่นฟัง จะทำให้ได้รู้สึกโล่งและปลดปล่อย สิ่งที่อยู่ในใจที่เกิดขึ้นในอดีตไม่ได้เลวร้ายอย่างที่คิด ทุกคนก็มีอดีตที่เลวร้ายต่างกัน ให้กล้าที่จะยอมรับและ เล่าถึงอดีตให้ผู้อื่นฟัง แต่ควรเลือกผู้ฟังที่ดี เพราะ ผู้ฟังที่ดีจะไม่ทำร้ายความรู้สึกเรื่องที่เราเล่า และอีก อย่างการเล่าเรื่องยังใช้เป็นการสอนคนได้ดีกว่าการ สอนแบบตรงไปตรงมา นอกจากนี้การเล่าเรื่องถ้ามีการ ทำเป็นขั้นตอนที่ดี จะสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ ผู้ฟังได้เป็นอย่างดี (ให้กำลังใจ)
3	วิดีโอ	0.10 นาที	คอร์สเรียน ออนไลน์	ขายคอร์สเรียนออนไลน์ เรื่องเกี่ยวกับ การสื่อสารที่ดี (ธุรกิจ)
4	อินโฟ		วิธีพูด หรือ นำเสนอ ไม่ให้หน้าเบื่อ	ขายคอร์สเรียนออนไลน์ เรื่องเกี่ยวกับ การเล่าเรื่องให้มี ความน่าสนใจ(ธุรกิจ)
5	วิดีโอ	2.40 นาที	เทคนิคเล่า เรื่องให้เพิ่ม คุณค่า	การขายสินค้าควรเกิดจากการเล่าเรื่องที่มาจากความ เป็นจริง จะทำให้การขายดีขึ้น และสร้างมูลค่าให้สินค้า (แนะนำ/สร้างกำลังใจ)
5	วิดีโอ	0.58 นาที	24ชม.ของคุณ ใช้ไปกับอะไร	ให้โอกาสตัวเองในการเรียนรู้ ขายคอร์สเรียนออนไลน์ มีคอร์สให้เลือก 18 คอร์ส (แนะนำ/ธุรกิจ)
6	อินโฟ		ลองเปลี่ยน จาก “เราพูด อะไรดี” เป็น “เค้าอยากฟัง อะไรกัน”	ขายคอร์สเรียนออนไลน์ เกี่ยวกับเรื่องการพูด ให้ ประสบความสำเร็จในเรื่องที่ต้องการ คอร์สเรียน ชื่อเรื่องพูดต่อหน้าสาธารณะอย่างมืออาชีพ(ธุรกิจ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
7	อินโฟ		ทุกอย่างที่เรา ทำ เราทำเพื่อ อะไร?	ขายคอร์สเรียนออนไลน์ เรื่อง “30 เทคนิค ฝึกคิดให้ ชีวิตเติบโต” (ธุรกิจเสริมความรู้)
7	วิดีโอ	3.26 นาที	เล่าเรื่อง อย่างไรให้ ขายของดี	การเล่าเรื่องจะทำให้สินค้าขายดีกว่าการบอกข้อมูล การเล่าเรื่องแบบเข้าถึงจิตวิญญาณ เรียกว่า Data with soul เป็นการเล่าเรื่องจริงที่มีความสนุก น่าติดตาม การ แข่งขันการขายในปัจจุบันสินค้าที่ขายโดยใช้การเล่า เรื่องจะทำให้สินค้าขายดีและมีมูลค่าสูงกว่าการบอกข้อมูล (สั่งสอน/แนะนำ)
8	อินโฟ		คุณรู้จัก ตัวเองดีที่สุดใน หรือยัง	ต้องการให้ค้นพบตัวตนที่แท้จริงของตัวเอง ขายคอร์ส ชื่อ การค้นพบตัวเพื่อการรักและเป็นตัวเองได้ อย่างที่เราต้องการ (แนะนำ/สร้างพลัง ธุรกิจ)
8	อินโฟ		คุณรู้จัก ตัวเองดีที่สุดใน หรือยัง	อับเตอรูปภาพหน้าปก(ธุรกิจ)
8	เฟซบุ๊กไลฟ์		มาเช็กกันว่า คุณรู้จัก “ตัวเอง” แค่ไหน	ให้เช็กตัวเอง 5 อย่าง ความกลัวอะไรของตัวเอง ความ ต้องการของตัวเอง การให้คุณค่าในชีวิตตัวเอง เป้าหมาย ของตัวเอง ศักยภาพของตัวเอง ขายคอร์ส ชื่อ Self-discovery (New Class) (ธุรกิจ/แนะนำ)
9	วิดีโอ	6.30 นาที	ไม่มีใครเป็น เราได้ดีกว่า ตัวเราเอง	ให้รู้จักที่มาของตัวเอง ความกลัว ความต้องการ และ เป้าหมายของตัวเอง ขายคอร์ส ชื่อ Self-discovery (New Class) (ธุรกิจ/แนะนำ/หลักธรรมะ)
9	วิดีโอ	0.49 นาที	ใครอยาก เรียน การแสดงกับ ครู	ขายคอร์สการแสดง ชื่อ Scene Study เทคนิคเกี่ยวกับ การทำงานกับ Scene วิธีจำบท ดีบท และวิเคราะห์การ ทำงานกับผู้อื่นได้เร็ว(แนะนำ/ธุรกิจ)
9	รูปภาพ		รูปตัวเอง ตอนเด็ก	เปรียบเทียบการแต่งกายของตนเองในวัยมัธยม ซึ่งแตกต่างจากเด็กมัธยมปัจจุบัน(อารมณ์ขัน)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
10	อินโฟ		ทำบุญหวัง ผล	ให้ฟังธรรมะ (แนะนำ/หลักธรรมะ)
10	อินโฟ		เสียงของคน อื่น	ให้ผู้จัดการค้นหาตัวตนของตัวเองทั้งข้อดีและข้อด้อยขาย คอร์ส ชื่อ Self-discovery (New Class) การค้นพบและการ รักตัวเองได้อย่างที่เราต้องการ (ธุรกิจ/สร้างพลังบวก)
10	วิดีโอ	1.09 นาที	เทคนิคการ แสดง	คุยออนไลน์กับนักเรียนที่เรียนการแสดง (สั่งสอน/ แนะนำ/ให้กำลังใจ)
11	เฟซบุ๊กไลฟ์	25.23 นาที	คุณว่า เท่าไรที่ เรียกว่าพอดี และพอเพียง	ให้หาเป้าหมายในชีวิตของตัวเองให้เจอ โดยเป้าหมายที่ตั้ง ไว้ต้องคิดให้อย่างรอบคอบอยู่ในความพอดีหรือพอเพียง ที่ทำได้จริง ยกตัวอย่างการตั้งเป้าหมาย วางแผนการเกษียณของตัวเอง เป็นการตั้งเป้าหมายอย่าง ชัดเจนแล้วลงมือทำตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ จะทำให้ชีวิตมี จุดหมาย และประสบความสำเร็จ ขายคอร์สออนไลน์ (แนะนำ/ให้กำลังใจ/ธุรกิจ)
11	อินโฟ		เป้าหมาย ที่ตั้งไว้ไปถึง แล้วหรือยัง?	ถ่ายทอดเทคนิคและประสบการณ์ในการทำเป้าหมายให้ ประสบความสำเร็จ ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ ตั้งเป้าหมายอย่างไรให้สำเร็จได้ จริง (ธุรกิจ/แนะนำ/สร้างกำลังใจ)
12	วิดีโอ	1.51 นาที	รู้ว่าต้อง กลับมารัก ตัวเอง	คนที่รักตัวเองจะมีเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่จมอยู่กับอดีต ให้ นึกถึงปัจจุบันว่าต้องการอะไร และลงมือทำ หาก ผิดพลาดตัวเราจะเป็นเพื่อนที่ดีที่สุด ที่จะเป็นแรงใจที่ดี ที่สุดในการปรับประครองตัวเอง สิ่งนี้คือคำว่ารัก ตัวเองอย่างแท้จริง #มีข้อความขายคอร์สออนไลน์ชื่อ Self-discovery (New Class) (ธุรกิจ/สร้างพลังบวก/ให้กำลังใจ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
12	อินโฟ		ฉันอาจจะไม่เก่ง ทุกเรื่อง	ให้หาตัวตนของตัวเองให้เจอ วิธีสร้างความสุขและการ ตั้งเป้าหมาย ขายคอร์สออนไลน์ชื่อ Self-discovery (New Class) (ธุรกิจ/แนะนำ/ให้กำลังใจ)
13	วิดีโอ	1.30 นาที	เพราะอะไรเป้าหมายถึง ล้มเหลว	การตั้งเป้าหมายให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งต้องเป็น เป้าหมายของเราจริงๆ ไม่ใช่เป้าหมายของคนอื่น ขายคอร์สสด เรียนแบบ Zoom (ธุรกิจ/แนะนำ)
13	อินโฟ		เบื่อไหม? ทำ อะไรก็ไม่สุดสัก (ทาง)ที่	ให้รู้เป้าหมายของตัวเองในแบบที่ดีที่สุดอย่าสับสน ขายคอร์สออนไลน์ Self-discovery (New Class) (ธุรกิจ/ แนะนำ/ให้กำลังใจ)
13	เฟซบุ๊กไลฟ์	45.54 นาที	เจอวิกฤตคิด ยังงใจให้รอด	ให้กำลังใจในช่วงเศรษฐกิจโควิด หาเป้าหมายของตนเอง ให้เจอว่ามีความชำนาญด้านไหนแล้วทำตามเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ อย่าท้อ อย่าใช้เงินเกินตัว เช่น การใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้า ก็ต้องมีวินัยในการจ่ายจะได้ ไม่เป็นหนี้ หรือการจะผ่อนทรัพย์สิน บ้านหรือรถ ก็ควรมี รายได้ 10 เท่าของยอดผ่อนชำระ จะทำให้ไม่เป็นหนี้ ในช่วงเศรษฐกิจแบบนี้ ต้องชัดเจนกับตัวเองและ เป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ต้องแคร์คำพูดคนอื่นที่จะมาบั่นทอน เรา รู้จักอดทน อย่าเอาตัวเองไปเปรียบเทียบกับใคร เช่น อายุน้อยรวยล้าน เพราะเราไม่รู้จักพื้นฐานของเขา บางคนก็ ประสบความสำเร็จตอนอายุ 50 ก็มี เช่น เคเอฟซี เราควรมี เป้าหมายของตัวเองที่ชัดเจนจริงๆ แล้วอดทน รอ ไป ให้ถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ ขายคอร์สออนไลน์ Self-discovery (New Class) (ธุรกิจ/ แนะนำ/ให้กำลังใจ/สร้างพลังบวก)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
14	วิดีโอ	2.06 นาที	ถ้าอยากจะมี ภาพฝัน	อย่าเอาเรื่องที่เราขายในอดีตเก็บมาใส่ใจ ให้เห็นเป็นภาพ ขาวดำเล็กๆ และอยู่ไกลตัวเรา ขายคอร์สออนไลน์ Self- discovery (New Class) (ธุรกิจ/แนะนำ/ให้กำลังใจ)
14	อินโฟ		เพราะเรานับ ถือตัวเอง คน อื่นจะนับถือ เราด้วย	มาค้นพบตัวเอง ขายคอร์สออนไลน์ Self-discovery (New Class) (ธุรกิจ/ แนะนำ/ให้กำลังใจ)
15	อินโฟ		เลือกชีวิตที่ใช้	มาค้นพบตัวเอง ขายคอร์สออนไลน์ Self-discovery (New Class) (ธุรกิจ/แนะนำ/ให้กำลังใจ)
15	วิดีโอ	7.32 นาที	7ข้อนี้ ถ้ามีชีวิต ไม่พัง	1) เป็นผู้รู้เหตุที่จะนำมาสู่ผล 2) เป็นผู้รู้ผลที่จะเกิดจากเหตุ 3) รู้เหตุรู้ผลรู้จัก 4) ประมาณคนอยู่ในความพอดี 5) รู้จักความ เหมาะสมต่อเวลา 6) รู้จักชุมชนที่เราอยู่และองค์กรที่จะไปหา 7) รู้จักเลือกคบคน ขายคอร์สออนไลน์ Self-discovery (New Class) (แนะนำ/ หลักธรรมะ/ธุรกิจ)
17	อินโฟ		คนสำเร็จเห็น สำเร็จ คนใจ ขาดเห็น อุปสรรค	ขายคอร์ส เรื่อง ห้องแห่งการเรียนรู้ออนไลน์ ตั้งเป้าหมายอย่างไรให้สำเร็จได้จริง ผ่านZoom(แนะนำ/ ธุรกิจ)
17	อินโฟ		การทำบุญ	ชวนฟังธรรมะ (แนะนำ/หลักธรรมะ)
18	รูปภาพ		ทำไงดี เวลาคน ทำไม่ดีกับเรา	ให้ใจเย็นแล้วใช้การสื่อสารกัน การสื่อสารที่ดีจะช่วย แก้ปัญหา ขายคอร์สออนไลน์ Master Your Communication Online “มาอัฟสกลให้พร้อม เพื่อโอกาสดีๆ ที่จะเข้ามา”(ธุรกิจ/ แนะนำ/ให้กำลังใจ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
18	ไลฟ์สด	25.23 นาที	ตั้งเป้าหมายนี้ อีกกี่ปีก็ไม่ สำเร็จ	การตั้งเป้าหมาย เมื่อตั้งไว้ต้องทำให้ได้ จะมีผลดีและมีคุณค่า กับชีวิตการตั้งเป้าหมายนั้นต้องทำได้จริง เป็นเป้าหมาย ของตัวเอง ไม่ได้ตามคนอื่น เป้าหมายที่ดีต้องอยู่ในฐาน คุณค่าชีวิตของเรา และเป็นเป้าหมายที่ชัดเจนจึงจะทำให้ เป้าหมายสำเร็จ แม้กระทั่งพระพุทธเจ้าก็ยังมีเป้าหมายที่ ชัดเจนในเรื่องการตรัสรู้และตั้งใจทำงานประสบความสำเร็จ ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Goal Setting Mastery ตั้งเป้าหมาย อย่างไรให้สำเร็จ ได้จริง (ธุรกิจ/แนะนำ/ให้กำลังใจ/สร้าง พลังบวก/หลักธรรมะ)
18	วิดีโอ	1.09 นาที	เพราะอะไร เป้าหมายล้ม ไม่เป็นท่า	ให้ก้าวข้ามอุปสรรค เพื่อประสบความสำเร็จกับเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Goal Setting Mastery ตั้งเป้าหมาย อย่างไรให้สำเร็จ ได้จริง (ธุรกิจ/แนะนำ)
19	อินโฟ		ปรับ ความคิดจุด ไฟให้ชีวิต อีกครั้ง	บอก 3 วิธีปรับความคิด 1)เริ่มต้นการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ 2)มีเวลา ให้ตัวเองทำสิ่งที่ชอบ 3)การตั้งเป้าหมายในชีวิตให้ชัดเจน ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Goal Setting Mastery ตั้งเป้าหมาย อย่างไรให้สำเร็จ ได้จริง (ธุรกิจ/แนะนำ)
20	อินโฟ		อย่ามัวแต่คิด ว่าตัวเองเก่ง	อย่าคิดว่าตัวเองเก่ง แล้วจะไม่ทำอะไรเลย ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Goal Setting Mastery ตั้งเป้าหมาย อย่างไรให้สำเร็จ ได้จริง (ธุรกิจ/แนะนำ)
20	เฟซบุ๊กไลฟ์	26.54 นาที	ตั้งเป้าหมาย อย่างไร ไม่ให้โลก	ให้ตั้งเป้าหมายที่เป็นไปได้อย่างมีสติ และวางเป้าหมายให้ ชัดเจนและลงมือทำ เป้าหมายที่ตั้งต้องทำได้จริง ไม่ใช่การ อยากทำแล้วทำให้คนอื่นเดือดร้อน ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Goal Setting Mastery (แนะนำ/หลักธรรมะ/ธุรกิจ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
21	อินโฟ		ถ้าวันนี้เป็น วันสุดท้าย ในชีวิต	คนที่ประสบความสำเร็จต้องตั้งเป้าหมายชัดเจนลงมือ ทำอย่างจริงจัง เช่น สตีฟ จอบส์ คนที่ทำให้บริษัทแอป เปิ้ลประสบความสำเร็จ ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Goal Setting Mastery ตั้งเป้าหมาย อย่างไรให้สำเร็จได้จริง (ธุรกิจ/แนะนำ)
21	รูปภาพ		ซ่อมแซม วัด ที่จ.น นทบุรี	รูปภาพพระประธานในโบสถ์ที่มีการชำรุด (ช่วยเหลือ/ หลักธรรมะ)
21	อินโฟ		คำที่ไม่ควร พูด 5 คำนี้	1) ขาก 2)ทำไม่ได้ 3)ท้อ 4)ขี้เกียจ 5)เหนื่อย ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Goal Setting Mastery ตั้งเป้าหมาย อย่างไรให้สำเร็จได้จริง (ธุรกิจ/แนะนำ)
22	อินโฟ		ตื่นเช้ารับ วันใหม่	ข้อดีของการตื่นเช้า เป็นวินัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Goal Setting Mastery ตั้งเป้าหมาย อย่างไรให้สำเร็จได้จริง (ธุรกิจ/แนะนำ)
24	รูปภาพ		ภาพถ่าย บรรยากาศ ในงาน สัมมนา	ความสำเร็จเกิดจากความพยายาม และการตั้งใจไปให้ถึง เป้าหมายที่ตั้งไว้ ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Inner Makeover คนหาตัวตน (ธุรกิจ/แนะนำ)
24	อินโฟ		ตายแล้วไป ไหน	ให้มีธรรมะและพึงธรรมะ (แนะนำ/หลักธรรมะ)
24	รูปภาพ ข้อความ		รูปภาพและ ข้อความ พระภิกษุที่ ชูกันดา	สำนักในบุญคุณของศาสนาพุทธ พระมหากษัตริย์และ บรรพบุรุษของไทย (แนะนำ/หลักธรรมะ)
25	อินโฟ		รับสมัครงาน	รับพนักงาน 2 ตำแหน่ง (ธุรกิจ/ช่วยเหลือ)
25	วิดีโอ	1.04 นาที	Self- Discovery	ขายคอร์สเรียนออนไลน์ เรื่อง Self-Discovery (new Class) (แนะนำ/ธุรกิจ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
26	อินโฟ		5 คุณค่าสร้าง สร้างความ ภูมิใจให้ ตัวเอง	1 ไม่เปรียบเทียบหรือแข่งกับใครนอกจากตัวเอง 2 เปลี่ยนคำคุณถูกเป็นคำให้กำลังใจ 3 สร้างประโยชน์ให้ผู้อื่น 4 ทำทายตัวเองอยู่เสมอ 5 ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ขยายคอร์สเรียนออนไลน์ เรื่อง Self-Discovery (new Class)(แนะนำ/ให้กำลังใจ/ธุรกิจ)
27	วิดีโอ	1.50 นาที	มินิวัดกรรมดี แต่สื่อสาร ไม่ได้	ขายคอร์สออนไลน์ Pitching and Presentation Skills (แนะนำ/ธุรกิจ)
27	ไลฟ์สด	30.31 นาที	4 คาถาพา คลายทุกข์	นำหลักศาสนาพุทธมาส่งเสริมในการดำเนินชีวิต สรุป 4 ข้อ คือ 1 เริ่มเพื่อจบ คือ ทุกอย่างมีวันจบ 2 พบเพื่อลา การพบกันต้องยอมรับว่าต้องมีการจาก 3 เกิดมาเพื่อตาย ทุกคนเกิดมาแล้วต้องตาย 4 ได้มาเพื่อเสีย คือให้ยอมรับในทุกอย่างที่ได้มาแล้วก็ต้องมีวันหมดไป อย่ายึดติดกับทุกสิ่งที่ได้ที่มี (แนะนำ/ให้กำลังใจ/หลักธรรมะ)
27	วิดีโอ	1.15 นาที	สร้างรายได้ จาก การพูด	สอนเทคนิคการพูด การสื่อสารในสื่อออนไลน์ ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ MC Professional (แนะนำ/ ธุรกิจ)
28	อินโฟ		7 ความสุข สร้างได้ง่ายๆ เริ่มที่ตัวเรา	1)ฝึกมองหาความสุขในปัจจุบัน 2)พอใจในสิ่งที่เรามี 3) ขอบคุณตัวเองเวลาทำสิ่งดีๆ 4)แบ่งปันให้ผู้อื่น 5)ให้อภัยกับความผิดพลาด 6)เรียนรู้จากความผิดพลาด 7 ให้กำลังใจตัวเอง ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Self-Discovery (ธุรกิจ/แนะนำ/ ให้กำลังใจ/หลักธรรมะ)
28	เฟซบุ๊กไลฟ์	15.58 นาที	จับปลาสอง มือยังง ใ ได้สองตัว	ให้รู้จักบทบทหน้าที่ของตัวเองแล้วทำอย่างถูกต้องและเต็มที่ ถ้าเลือกที่จะทำ 2 อย่างในเวลาเดียวกันให้สำเร็จ เราต้องรู้จักแบ่งเวลาที่เหมาะสม แล้วลงมือทำตามแผน เวลาที่เราแบ่งไว้จะทำให้ เราประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอน (แนะนำ/ให้กำลังใจ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค./64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
29	อินโฟ		รู้ว่าต้องพูด อย่างไรพูด กับใคร	เพิ่มสกิลกับนักพูดให้โดดเด่น ขายคอร์สเรียนออนไลน์ ชื่อ MC Professional (แนะนำ/ธุรกิจ)
30	อินโฟ		มีไอเดียเต็ม หัว แต่ไม่รู้ เล่าเรื่อง ยังไง?	การเล่าเรื่องช่วยสร้างความสามารถทางการขายในโลก ออนไลน์ ขายคอร์สออนไลน์ ชื่อ Storytelling (แนะนำ/ธุรกิจ)
31	อินโฟ		ตายแล้วไป ไหน	ให้ฟังธรรมะ (แนะนำ/หลักธรรมะ)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า เนื้อหาแฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ แบ่งเป็นเนื้อหา 7 ประเภท เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ตามตารางที่ 4.13 ดังนี้

ตารางที่ 4.13 ลำดับหัวข้อเนื้อหาแฟนเพจชื่อครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ

ลำดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวน(ครั้ง)
1	การสอน/แนะนำ	43
2	การขายคอร์ส/บรรยาย /ธุรกิจออนไลน์	39
3	การให้กำลังใจ	18
4	การสอดแทรกหลักธรรมะ	13
5	การสร้างพลังบวก	5
6	การให้ความช่วยเหลือ	2
7	การมีอารมณ์ขัน	1

ระยะเวลาที่ใช้ในการสื่อสารเนื้อหาในรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์ จะใช้ระยะเวลาประมาณ 15-50 นาที ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอในแต่ละครั้ง โดยวันที่ 13/1 ใช้ระยะเวลาในการสื่อสาร

นานที่สุด 45.54 นาที เรื่องเจอวิกฤตคิดยังไงให้รอด แลวันที่ 28/1 ใช้ระยะเวลาในการสื่อสารน้อยที่สุด 15.58 นาที เรื่องจับปลาสองมือยังไงให้ได้สองตัว

ระยะเวลาที่ใช้ในการสื่อสารเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอ จะใช้ระยะเวลาประมาณ 0.7-1 นาที โดยวันที่ 15/1 ใช้ระยะเวลานานสุด 7.32 นาที เรื่อง 7 ข้อนี้ถ้ามีชีวิตจะพัง และวันที่ 3/1 ใช้ระยะเวลาน้อยสุด 0.10 นาที เรื่องขายคอร์สออนไลน์

ตารางที่ 4.14 บันทึกประเด็นเนื้อหาการสื่อสารแฟนเพจจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
1	อินโฟ		สวัสดิปีใหม่	ให้เลือกใช้ชีวิตใหม่ (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
1	อินโฟ		ปีใหม่ทำให้ดี ที่สุด	ให้ทำปีนี้ให้ดีที่สุด(แนะนำ/ให้กำลังใจ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
2	วิดีโอ	3.32 นาที	ปรับชีวิตติด ปีก ในปีใหม่	ปรับชีวิตใหม่ 4 ข้อ1. ปรับรูปร่าง2. ตั้งเป้าแล้ววิ่งเข้าไป3. ทิ้งสิ่งไร้สาระ4. ให้เวลากับครอบครัว (แนะนำ/ให้ กำลังใจ/สร้างพลังบวก/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
2	อินโฟ		คุณไม่ใช่ ปฏิทิน	อย่านำเรื่องที่ไม่ดีนำมาปีใหม่ด้วย (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
3	อินโฟ		รู้ใจคน	จะเข้าถึงหัวใจคนให้ได้ต้องรู้ใจคนๆ นั้นก่อน(แนะนำ/ ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
3	อินโฟ		หนังสือพร้อม ส่ง	ขายหนังสือ 3 เล่ม ที่พร้อมส่ง (ธุรกิจ) ขายออนไลน์ทาง INBOX FACEBOOK เท่านั้น

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
4	อินโฟ		VISION กับ ความขยัน	VISION กับความขยันมีความสำคัญไม่ต่างกัน (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกาน และทาง แพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
4	อินโฟ		บางคนถูก คนชรา	ไม่ควรดูถูกคนวัยชรา (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทร ติดต่อกาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
5	วิดีโอ	3.47 นาที	ทั้ง 4 สิ่งนี้ไปให้ ได้	สรุป 4 สิ่งที่ควรทั้ง 1. ทั้งความล้มเหลวในอดีต 2. ไม่เห็นคุณค่าของสิ่งที่อยู่ตรงหน้า 3. หลบปัญหา 4. ไม่เห็นข้อดีของตนเอง (แนะนำ/ให้กำลังใจ/สร้าง พลังบวก/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกาน และทาง แพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
5	อินโฟ		ความคิดกับ ปัญหา	ความคิดอาจเป็นแนวทางแก้ปัญหาหรือเป็นปัญหาก็ได้ (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกาน และทาง แพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
6	อินโฟ		การทรยศ	คนที่น่าไว้วางใจทรยศเป็นเรื่องเจ็บปวด (แนะนำ/ ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกาน และทางแพลตฟอร์ม ออนไลน์ทุกช่องทาง
6	อินโฟ		ขอบคุณรีวิว	ขอบคุณรีวิวจากผู้อ่านหนังสือ และนำเสนอขาย หนังสือ (แนะนำ/ขอบคุณ) ขายออนไลน์ทาง INBOX FACEBOOK เท่านั้น
7	อินโฟ		บางคน “ยังดีกับคุณ”	บางคนที่ยังดีกับคุณต่อไป เพราะเขายังไม่กล้าทำร้าย คุณทันทีตอนนี้เท่านั้นเอง (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกาน และทางแพลตฟอร์ม ออนไลน์ทุกช่องทาง
7	อินโฟ		ต้นทุนชีวิต	ยิ่งรู้ว่า ต้นทุนชีวิต และ ภาระมาก ก็ต้องมองว่า ยังไง ชีวิตก็ไปต่อได้ คุณก็จะไปได้ในทุกทาง (แนะนำ/ให้ กำลังใจ/สร้างพลังบวก/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

วันที่/ ม.ล.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
8	วิดีโอ	4.04 นาที	3 วิธี ทำให้มี กำลังใจ	วิธีให้กำลังใจ 1. คิดดีกับตัวเอง 2. เข้าหากำลังใจ 3. มีความหวังเสมอ (แนะนำ/สร้างกำลังใจ/ให้พลัง บวก/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทาง แพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
8	อินโฟ		อยู่กับคน	ให้อยู่กับคนที่ทำให้เรามีแรงบันดาลใจ อย่าอยู่กับ ใครที่ทำให้มีปัญหา (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์ม ออนไลน์ทุกช่องทาง
9	อินโฟ		เรื่องการขาย	แนะนำเรื่องการปิดการขาย (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
9	อินโฟ		ขอบคุณรีวิว	ขอบคุณรีวิวจากผู้อ่านหนังสือ และนำเสนอขาย หนังสือ (แนะนำ/ขอบคุณ/ธุรกิจ) ขายออนไลน์ทาง INBOX FACEBOOK เท่านั้น
10	วิดีโอ	4.03 นาที	5 สิ่งที่ควรรู้ใช้ ต่อสู้ใน “ชีวิต”	5 สิ่งมี ดังนี้ 1. ลูกทุกครั้งที่ล้ม 2. มีวันพรุ่งนี้ที่ตีรออยู่ ตลอดไป 3. ความสุขคือการเลือก 4. ความรู้จะอยู่กับคุณ 5. ร้องไห้ให้พอแล้วก้าวต่อไป (แนะนำ/ให้ กำลังใจ/สร้างพลังบวก/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
10	อินโฟ		“เห็นแก่ตัว เห็น แก่ได้”	โรงเรียนหยุด งาน/ธุรกิจปิด แต่บ่อนยังเปิดและคน ต่างค้ายังเข้ามาได้ พวกคนเห็นแก่ตัว เห็นแก่ได้จะ ทำให้ส่วนรวมฉิบหาย(ปัญหา/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
11	อินโฟ		ทำดีไม่มีใครชม พอเห็นล้มแล้วดี ใจ	คนที่มาติดตามแฟนเพจ ไม่ได้มีความชอบเสมอไป แต่บางคนเข้ามาดูความล้มเหลวแล้วดีใจก็ได้ (ปัญหา/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
11	อินโฟ		ชีวิตไม่มีคำว่าง่าย	เรื่องการใช้ชีวิตไม่ง่าย ต้องเข้มแข็งและผ่านความยากลำบากให้ได้ (แนะนำ/ให้กำลังใจ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
12	อินโฟ		ไม่ชอบฟังความจริง	คนบางคนไม่ชอบฟังความจริง (ปัญหา/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
13	อินโฟ		ความก้าวหน้า	ให้คิดเรื่องความก้าวหน้า (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
13	วิดีโอ	3.46 นาที	ความจริงของชีวิต	1. อคติเปลี่ยนไม่ได้ 2. ความคิดเห็นไม่ใช่ความเป็นจริง 3. ทุกอย่างต้องใช้เวลา 4. ความสุขมาจากข้างใน (แนะนำ/ให้กำลังใจ/สร้างพลังบวก/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
14	อินโฟ		ความคิด	สิ่งที่อยู่ในความคิดอาจไม่ใช่สิ่งที่เราเจอ (แนะนำ/ให้กำลังใจ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
15	อินโฟ		การต่อสู้กับความ ความคิด	ให้การต่อสู้กับความคิดที่อยู่ภายในตัวเอง (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
15	อินโฟ		นิสัย	จะสำเร็จหรือพ่ายแพ้อยู่ที่นิสัยของคุณเอง (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
16	วิดีโอ	3.36 นาที	9 สิ่งที่ควรทำ เพื่อชีวิตที่ดีและมี คุณภาพWEP.1	EP.1สรุปได้ 5 ข้อ1. สำนักคุณ2. ออกกำลังกาย 3. นอนให้เพียงพอ4. นั่งสมาธิ5. หัวเราะให้บ่อย (แนะนำ/ให้กำลังใจ/สร้างพลังบวก/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกัน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
16	อินโฟ		คนรักในชีวิต	ถ้าคุณรักชีวิตก็จะมีคนเข้ามาในชีวิตให้รัก (แนะนำ/สร้างพลัง/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกัน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
17	อินโฟ		ให้อุดทน	เปรียบเทียบกับฟ้าไม่ได้มีแค่ก้อนเมฆ ต้องมีวันฟ้าใส (แนะนำ/ให้กำลังใจ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกัน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
18	อินโฟ		เรื่องความเกลียด	คนบางคนเกลียดคุณเพราะมีความคิดต่างไปจากเขา (แนะนำ/ให้กำลังใจ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกัน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
19	อินโฟ	3.01 นาที	9 สิ่งที่ควรทำ เพื่อชีวิตที่ดีและ มีคุณภาพWEP.2	6. หาสิ่งทำขาย 7. จงให้ 8. หาเวลาอยู่กับตัวเอง 9. ใช้เวลากับคนที่มีความ (แนะนำ/ให้กำลังใจ/สร้าง พลังบวก/ธุรกิจ)ให้เบอร์โทรติดต่อกัน และ ทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
19	อินโฟ		ทำในสิ่งที่ถูกต้อง	ทำในสิ่งที่ถูกต้องและควรทำ จะนำไปสู่เป้าหมายที่ สำเร็จในชีวิต (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่อกัน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
20	อินโฟ		สิ่งที่ควรทำ	ไม่ดูถูกคน (แนะนำ/ธุรกิจ)ให้เบอร์โทรติดต่อกัน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
20	อินโฟ		ความมั่นใจใน ตัวเอง	รู้จักความมั่นใจในตัวเอง <i>(แนะนำ/ธุรกิจ)</i> ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
21	อินโฟ		ความคิดในชีวิต	สิ่งที่คุณทำมาจากความคิดในชีวิตของคุณเอง <i>(แนะนำ/ธุรกิจ)</i> ให้เบอร์โทรติดต่องาน และ ทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง
22	อินโฟ		คุณเป็นคนอย่างไร ใน Profile หรือ เปล่า	วิธีปฏิบัติตนกับคนอื่น จะบอกความจริงว่า คุณเป็น คนอย่างไร <i>(แนะนำ/ธุรกิจ)</i> ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์ม ออนไลน์ทุกช่องทาง
23	วิดีโอ	4.05 นาที	ทำ 3 สิ่งเล็กๆ นี้อ เพื่อความ เปลี่ยนแปลงที่ ยิ่งใหญ่	3 สิ่ง คือ 1.สร้างการกินและการออกกำลังกาย 2.ฝึกทักษะการสื่อสาร 3. แสดงความรู้สึกออกไป <i>(แนะนำ/ให้กำลังใจ/ธุรกิจ)</i> เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
24	อินโฟ		ความคิดทำร้าย ตัวเอง	ความคิดเรื่องความผิดหวัง สัมเหลว เจ็บปวด ซ้ำๆ จะ ทำร้ายตัวเอง <i>(แนะนำ/ให้กำลังใจ/ธุรกิจ)</i> ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
25	อินโฟ		สร้างความ ประทับใจ	ความประทับใจมาจากการแสดงออกจากตัวคุณ <i>(แนะนำ/ธุรกิจ)</i> ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
26	อินโฟ		รับการ เปลี่ยนแปลง	รู้จักปรับตัวในรับการเปลี่ยนแปลงของโลก <i>(แนะนำ/ธุรกิจ)</i> ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทาง แพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

วันที่/ ม.ค.64	รูปแบบ การสื่อสาร	ความยาว (นาที)	เรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
27	วิดีโอ	4.56 นาที	4 มนต์ขลังปลุก พลังชีวิต	สรุปได้ 1. อยู่กับพลังบวก 2. ชื่นชมและให้รางวัล ตนเอง 3. แบ่งปันสิ่งดีๆ ให้คนอื่นบ้าง 4. ยิ้มแย้ม กิตติ พุดดี (แนะนำ/ให้กำลังใจ/สร้างพลังบวก/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
27	อินโฟ		ขายหนังสือ	นำเสนอขายหนังสือ (แนะนำ/ขอชม/ธุรกิจ) ขายออนไลน์ทาง INBOX FACEBOOK เท่านั้น
28	อินโฟ		คำอวยพร	คำอวยพรจะเป็นจริงได้อยู่ที่การลงมือทำ (แนะนำ/ ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์ม ออนไลน์ทุกช่องทาง
29	วิดีโอ	3.35 นาที	เข้าใจ 3 สิ่งนี้ จะเข้าใจชีวิต	1. โลกไม่เคยหยุดสอน 2. ใครๆ ก็มีปัญหากันทั้งนั้น 3. ชีวิตเป็นเรื่องง่ายๆ ตรงไปตรงมา (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
30	อินโฟ		ดูแลตัวเอง	ให้ดูแลตัวเองให้ได้ (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกช่องทาง
31	อินโฟ		อย่าโกรธคนที่ พูดความจริง	ให้ยอมรับคนที่พูดความจริง จะช่วยทำให้เราไม่เคย ชินกับเรื่องโกหก (แนะนำ/ธุรกิจ) ให้เบอร์โทรติดต่องาน และทางแพลตฟอร์ม ออนไลน์ทุกช่องทาง

จากตารางที่ 4.14 พบว่า เนื้อหาแฟนเพจตุพล ชมพูนุช นำเสนอเนื้อหา 6 ประเภท
เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ตามตารางที่ 4.15 ดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงลำดับหัวข้อเนื้อหาแฟนเพจชื่อจตุพล ชมพูนิช

ลำดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวน (ครั้ง)
1	การขายคอร์สออนไลน์/บรรยาย /ธุรกิจออนไลน์	48
2	การสั่งสอน/แนะนำ	44
3	การให้กำลังใจ	16
4	การสร้างพลังบวก	10
5	การสอดแทรกปัญหาสังคม	3
6	การขอบคุณผู้สนับสนุน	3

ระยะเวลาที่ใช้ในการสื่อสารเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอ ใช้ระยะเวลาประมาณ 3-5 นาที ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอในแต่ละครั้ง โดยวันที่ 27/1 ใช้มีระยะเวลาในการสื่อสารนานสุด 4.56 นาที เรื่อง 4 มนต์ขลังปลุกพลังชีวิต แลวันที่ 21/1 ใช้ระยะเวลาในการสื่อสารน้อยสุด 3.01 นาที เรื่อง 9 สิ่งที่ควรทำ EP2

จากตารางที่ 4.10 - 4.14 พบว่าเนื้อหาของแฟนเพจทั้ง 3 แต่ละแฟนเพจมีการนำเสนอ และให้ความสำคัญในเนื้อหาที่แตกต่างกัน โดยสรุปเนื้อหาจาก 3 แฟนเพจได้ 10 ประเภท ผู้วิจัยได้ เปรียบเทียบจำนวนเนื้อหาแฟนเพจทั้ง 3 แฟนเพจสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 สรุปเปรียบเทียบจำนวนเนื้อหาแฟนเพจ 3 เพจ

เนื้อหา	แฟนเพจ Pop	แฟนเพจครูเงาะ	แฟนเพจตุพล
	Siwapat	รสสุคนธ์ กองเกตุ	ชมพูนิช
การสั่งสอน/แนะนำ	16	43	44
การขายคอร์สออนไลน์/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์	14	39	48
การให้กำลังใจ	7	18	16
การสร้างพลังบวก	0	5	10
การสอดแทรกหลักธรรมะ	6	13	0
การให้ความรัก/ความเมตตา	2	0	0
การให้ความช่วยเหลือ	1	1	0
การมีอารมณ์ขัน	1	1	0
การสอดแทรกปัญหาสังคม	0	0	3
การขอบคุณผู้สนับสนุน	0	0	3

ตารางที่ 4.16 พบว่า แฟนเพจ ทั้ง 3 เพจ ให้ความสำคัญในจำนวนเนื้อหาการสื่อสารแตกต่างกันออกไป โดยผู้วิจัยทำการเปรียบเทียบอันดับเนื้อหา 5 อันดับ (ตารางที่ 4.17) ดังนี้



ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบอันดับเนื้อหาของแฟนเพจทั้ง 3 เพจ

ชื่อแฟนเพจ	เนื้อหา อันดับ 1	เนื้อหา อันดับ 2	เนื้อหา อันดับ 3	เนื้อหา อันดับ 4	เนื้อหา อันดับ 5
แฟนเพจ Pop Siwapat	การสั่งสอน/ แนะนำ	การขายคอร์ส/ บรรยาย/ธุรกิจ ออนไลน์	การให้ กำลังใจ	การสอดแทรก หลักธรรมะ	การให้ความรัก/ ความเมตตา
แฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	การสั่งสอน/ แนะนำ	การขายคอร์ส/ บรรยาย/ธุรกิจ ออนไลน์	การให้ กำลังใจ	การสอดแทรก หลักธรรมะ	การสร้างพลัง บวก
แฟนเพจตุพล ชมพูนิช	การขายคอร์ส/ บรรยาย/ธุรกิจ ออนไลน์	การสั่งสอน/ แนะนำ	การให้ กำลังใจ	การสร้างพลัง บวก	การสอดแทรก ปัญหาสังคม

จากตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบอันดับเนื้อหา ผู้วิจัยพบว่า

1) แฟนเพจ Pop Siwapat เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการสั่งสอน/แนะนำเป็นอันดับ 1 การขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์อันดับ 2 การให้กำลังใจอันดับ 3 การสอดแทรกหลักธรรมะอันดับ 4 การให้ความรักความเมตตาอันดับ 5

2) แฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการสั่งสอน/แนะนำเป็นอันดับ 1 การขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์อันดับ 2 การให้กำลังใจอันดับ 3 การสอดแทรกหลักธรรมะอันดับ 4 การสร้างพลังบวกอันดับ 5

3) แฟนเพจตุพล ชมพูนิช เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับขายคอร์สออนไลน์/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์เป็นอันดับ 1 การสั่งสอน/แนะนำอันดับ 2 การให้กำลังใจอันดับ 3 การสร้างพลังบวกอันดับ 4 การสอดแทรกปัญหาสังคมอันดับ 5

และนอกจากการเปรียบเทียบอันดับเนื้อหาการของ 3 แฟนเพจ (ตารางที่ 4.17) ผู้วิจัยพบว่าเนื้อหาที่แฟนเพจใช้ในการสื่อสารมีทั้งเนื้อหาเหมือนกันและเนื้อหาแตกต่างกัน ดังนี้

1) แฟนเพจ Pop Siwapat และ แฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับสั่งสอน/แนะนำอันดับ 1 การขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์อันดับ 2 การให้กำลังใจอันดับ 3 การสอดแทรกหลักธรรมะอันดับ 4 ทั้ง 2 แฟนเพจนี้ให้ความสำคัญ ใน 4 อันดับเรื่องเดียวกัน และเน้นในเรื่องการสั่งสอน/แนะนำ มากกว่าการเน้นการขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์ ซึ่งต่างจากแฟนเพจ

จตุพล ชมพูนิชที่จะเน้นการขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์เป็นอันดับ 1 ส่วนในเนื้อหาที่สื่อสารหัวข้ออื่นๆ นั้น ให้ความสำคัญรองลงมา

2) แฟนเพจ Pop Siwapat ไม่มีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องการสร้างพลังบวก ซึ่งต่างจากแฟนเพจ จตุพล ชมพูนิช และ แฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ซึ่งแฟนเพจ ทั้ง 2 แฟนเพจจะมีเนื้อหาการสร้างพลังบวก

3) แฟนเพจจตุพล ชมพูนิชเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์เป็นอันดับ 1 แสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดเนื้อหาของแฟนเพจนี้เน้นเรื่องการทำธุรกิจเป็นหลัก ส่วนเนื้อหาในการสั่งสอน/แนะนำ และอื่นๆ ให้ความสำคัญรองลงมา

4) แฟนเพจจตุพล ชมพูนิชไม่มีนำเสนอเนื้อหาการสอดแทรกหลักธรรมะ ซึ่งต่างจากแฟนเพจ Pop Siwapat และแฟนเพจครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุที่ทั้ง 2 แฟนเพจนำเนื้อหาการสอดแทรกหลักธรรมะมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอเนื้อหา

5) แฟนเพจจตุพล ชมพูนิชมีเนื้อหาต่างจาก 2 แฟนเพจ คือ มีการนำเสนอเนื้อหาการสอดแทรกปัญหาสังคมและการขอบคุณผู้สนับสนุน เนื่องจากแฟนเพจจตุพล ชมพูนิช เป็นแฟนเพจที่มีวิทยุติ เป็นวัยที่เหมาะสมและสมควรกับการได้รับความเคารพนับถือ อีกทั้งเป็นอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพูด และเป็นนักพูดสร้างแรงบันดาลใจจึงนำเสนอเนื้อหาการสอดแทรกปัญหาสังคมมาร่วมด้วย เพราะปัญหาสังคมเป็นปัญหาที่เห็นได้ชัดเจนก็จริงแต่ผู้นำเสนอเนื้อหานี้ต้องเป็นผู้มีความรู้ทั้งคุณวุฒิและวิทยุติที่เหมาะสม จึงเป็นแฟนเพจเดียวที่นำเสนอเนื้อหานี้ และมีการขอบคุณผู้สนับสนุนเนื่องจากมีการจัดทำหนังสือวางจำหน่ายในเพจด้วย

6) แฟนเพจ Pop Siwapat มีเนื้อหาต่างจาก 2 แฟนเพจ คือ มีเนื้อหาเรื่องการให้ความรัก/ความเมตตา เนื่องจาก ชื่อแฟนเพจ Pop Siwapat แฟนเพจเลี้ยงสุนัขและรักสุนัขที่เลี้ยงมาก จึงมีการแสดงความรัก/ความเมตตา ต่อสุนัขที่เลี้ยงไว้

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. คุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย 2. รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย 3. เนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยประเภทการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยแหล่งข้อมูลของการวิจัยนี้ ได้แก่ เฟซบุ๊กแฟนเพจหรือแฟนเพจของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทยที่มียอดผู้ติดตามมากที่สุดจำนวน 3 คน คือ

1. แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat ของ ดร.ปิ๊อบ สุวรา สิริพิพัฒน์
2. แฟนเพจชื่อ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ของ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ
3. แฟนเพจชื่อ จตุพล ชมพูนิช ของ อ.จตุพล ชมพูนิช

ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงวันที่ 1-31 มกราคม 2564 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบบันทึกข้อมูล โดยจัดทำเป็นรูปแบบตารางเพื่อบันทึกความถี่ของประเด็น/เนื้อหาข้อมูลเชิงปริมาณ และแบบบันทึกเนื้อหาเชิงคุณภาพ

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 คุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ คุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอก และ คุณลักษณะบุคลิกภาพภายใน โดยอธิบายได้ ดังนี้

1.1.1 คุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอก

แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat มีลักษณะรูปร่างคล้ายนักแสดงหรือผู้อยู่ในวงการบันเทิง การแต่งกายจะเน้นสีสุภาพ กิริยาท่าทางสุภาพสำรวม มีความเป็นกันเอง มีน้ำเสียงที่น่าฟังนุ่มนวล ในระหว่างการสื่อสารกับผู้ติดตามมีการสบตาในการสื่อสารเหมือนคุยอยู่ด้วยกัน มีเพียงบางครั้งที่มีการก้มหน้าบ้าง การใช้ถ้อยคำเป็นถ้อยคำสุภาพ เข้าใจง่ายบางครั้งมีการใช้ภาษาวัยรุ่น

เช่น คำว่า สุกโต่ง ภาษาพูดแบบชาวบ้าน เช่น เฮ้ย มึง กู อะไรวะ เป็นต้น ภาษาที่ใช้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้งด้วย

แฟนเพจชื่อครูเงาะ รศสุคนธ์ กองเกตุมีลักษณะรูปร่างสง่างาม การแต่งกายสะอาดเรียบร้อยเน้นสีโทนสุภาพ มีความพิถีพิถัน กิริยาท่าทางการแสดงออกเป็นธรรมชาติ การแสดงออกทางสีหน้าแสดงอารมณ์ความรู้สึกได้ดี ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเนื่องจากแฟนเพจนี้เป็นครูสอนการแสดงด้วยจึงทำให้มีน้ำเสียงที่ใช้ชัดเจนมีพลังของเสียง การสบตาในการสื่อสารจะมองกล้องตลอดเวลาดูธรรมชาติ ถ้อยคำภาษาใช้ถ้อยคำสุภาพ บางครั้งมีการใช้ถ้อยคำที่เป็นภาษาเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มวัยทำงาน หรือกลุ่มวัยรุ่น เช่น คำว่า แก เอ็ง ข้า เป็นต้น

แฟนเพจชื่อจตุพล ชมพูนิชมีลักษณะรูปร่างลำต้นคล้ายรูปร่างของนักกีฬา มีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย นิยมเน้นใส่สูทสีค้ำหรือสีเทา น้ำเสียงที่ใช้มีโทนทุ้ม เหมือนน้ำเสียงที่ใช้บรรยาย หรือการเล่าเรื่องเนื่องจากแฟนเพจนี้มีแต่รูปแบบการสื่อสารแบบวิดีโอ ไม่มีรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์น้ำเสียงที่ใช้จึงเป็นทางการ การสบตาในการสื่อสารเป็นธรรมชาติ การใช้ถ้อยคำเป็นคำสุภาพฟังเข้าใจง่าย และมีคำคมมาสอดแทรกมากมาย

1.1.2 คุณลักษณะบุคลิกภาพภายใน

แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat มีความเชื่อมั่นในตัวเอง กิริยาท่าทางสุภาพ น้ำเสียงสุภาพ มีความกระตือรือร้นในการสื่อสาร มีการนำเสนอเนื้อหาในหลายแง่มุมในรูปแบบต่าง ๆ กัน มีปฏิภาณไหวพริบ มีความจำดีในการพูด ไม่มีเอกสารประกอบ และมีอารมณ์ขันเป็นธรรมชาติ ดูเป็นคนอารมณ์ดีชอบยิ้ม และหัวเราะในการนำเสนอเนื้อหาตามความเหมาะสม

แฟนเพจชื่อครูเงาะ รศสุคนธ์ กองเกตุมีความเชื่อมั่นในตัวเองมาก กิริยาท่าทางสุภาพ ดูดีน้ำเสียงที่ใช้ในการสื่อสาร มีเสียงสูงต่ำแสดงอารมณ์ชัดเจนเหมือนนักแสดง มีความกระตือรือร้น ดูสดชื่นแจ่มใส มีความรอบรู้ในเรื่องที่ทำการสื่อสารอย่างกว้างขวางในหลายแง่มุม มีความคิดริเริ่มใหม่ๆ เป็นแนวความคิดในแง่บวกมีปฏิภาณไหวพริบดี มีความจำดีในการสื่อสาร พูดจาคล่องแคล่วไม่ติดขัดและไม่มีเอกสารประกอบการพูด และมีอารมณ์ขัน โดยใช้การยิ้ม หัวเราะเบาๆ อย่างเป็นธรรมชาติ

แฟนเพจชื่อจตุพล ชมพูนิชมีความเชื่อมั่นในตัวเอง กิริยาท่าทางสุภาพสง่างาม น้ำเสียงที่ใช้สุภาพนุ่มนวล ฟังสบาย มีความกระตือรือร้น รอบรู้ในเรื่องที่ต้องการสื่อสารอย่างกว้างขวางหลากหลายแง่มุม มีการยกเรื่องที่ต้องการสื่อสารออกเป็นหมวดหมู่ และอธิบายให้เข้าใจได้โดยง่าย มีความคิดริเริ่ม นำเสนอเรื่องที่ทันสมัย น่าสนใจ และมีคำพูด คำคมสอดแทรกในการสื่อสาร มีปฏิภาณไหวพริบเฉียบแหลม ความจำดี มีข้อมูลเตรียมพร้อมในการสื่อสารและไม่มีเอกสาร

ประกอบการพูดและมีอารมณ์ขันแบบผู้ใหญ่ รักษาภาพลักษณ์อาจารย์จึงมีรอยยิ้มเมื่อพูดถึงเรื่องขบขัน ไม่มีกรหัวเราะ ในการนำเสนอเนื้อหา

จากข้อมูลสรุปผลวิจัยคุณลักษณะของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย ทั้ง 3 คนจะเห็นได้ว่าไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คนมีคุณลักษณะบุคลิกภาพทั้งภายนอกและภายในที่ดีตาม ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) ของ ฟิลลิป จี. ซิมบาร์โด และฟลอยด์ แอล.รูช (Zimbardo & Ruch, 1980) โดยแต่ละคนจะมีเอกลักษณ์ที่ดีเป็นของตนเอง ทั้งนี้คุณลักษณะบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายนอก และภายในของแต่ละคนจะมีมากหรือน้อยนั้น อยู่ที่ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และการศึกษา ของแต่ละคนด้วย

1.2 รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย สามารถแบ่งได้ เป็น 6 ประเภท ได้แก่ รูปภาพ ข้อความ รูปภาพและข้อความ อินโฟกราฟิก วิดีโอ เฟซบุ๊กไลฟ์ ในช่วงระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม 2564 ไลฟ์โค้ช 3 คนเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารต่างๆ สรุปได้ ดังนี้

1.2.1 จำนวนความถี่การสื่อสาร

แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat มีจำนวนการสื่อสารทั้งหมดรวม 22 ครั้ง ระยะห่าง ของการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ไม่แน่นอน บางครั้งวันเว้นวัน บางครั้งจะมีการสื่อสารติดต่อกันทุกวัน

แฟนเพจชื่อครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ มีจำนวนการสื่อสารทั้งหมด รวม 56 ครั้ง มีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เกือบทุกวัน ยกเว้นวันที่ 1 มกราคม 2564 หยุด 1 วัน ซึ่งเป็นวันหยุด ขึ้นปีใหม่

แฟนเพจชื่อจตุพล ชมพูนุช มีจำนวนการสื่อสารทั้งหมด รวม 48 ครั้ง มีการ สื่อสารในรูปแบบต่างๆ ทุกวัน

1.2.2 จำนวนรูปแบบการสื่อสาร

แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat มีจำนวนรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์ มากที่สุดจำนวน 12 ครั้งและไม่มีการสื่อสารรูปแบบวิดีโอ

แฟนเพจชื่อครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุมีจำนวนรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบ อินโฟกราฟิก มากที่สุด จำนวน 27 ครั้ง และไม่มีการสื่อสารรูปแบบข้อความ

แฟนเพจชื่อจตุพล ชมพูนุช นิยม มีจำนวนรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบ อินโฟกราฟิกมากที่สุด จำนวน 35 ครั้งและไม่มีการสื่อสาร 3 รูปแบบ คือ รูปแบบรูปภาพ รูปแบบ ข้อความและรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์

1.2.3 จำนวนผู้แสดงความรู้สึก

แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat มีจำนวนผู้ติดตามแสดงความรู้สึกต่อรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบรูปภาพมากที่สุด จำนวน 5,586 คน และจำนวนแสดงความรู้สึกน้อยที่สุดต่อรูปแบบอินโฟกราฟิกจำนวน 164 คน

แฟนเพจชื่อครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุมีจำนวนผู้ติดตามแสดงความรู้สึกต่อรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบวิดีโอมากที่สุด จำนวน 142,252 คนและจำนวนแสดงความรู้สึกน้อยที่สุดต่อรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์จำนวน 122 คน

แฟนเพจชื่อจตุพล ชมพูนุช มีจำนวนผู้ติดตามแสดงความรู้สึกต่อรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบอินโฟกราฟิกมากที่สุดจำนวน 28,010 คน และจำนวนแสดงความรู้สึกน้อยที่สุดต่อรูปแบบรูปภาพข้อความจำนวน 504 คน

1.3 เนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย

เนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คน สรุปมีเนื้อหา 10 ประเภท ดังนี้

- 1) การสั่งสอน/แนะนำ
- 2) การขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์
- 3) การให้กำลังใจ
- 4) การสร้างพลังบวก
- 5) การสอดแทรกหลักธรรมะ
- 6) การให้ความรัก/ความเมตตา
- 7) การช่วยเหลือสังคม
- 8) การมีอารมณ์ขัน
- 9) การสอดแทรกปัญหาสังคมและ
- 10) การขอบคุณผู้สนับสนุนรายได้ ซึ่งในช่วงเวลาระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม 2564 พบว่าไลฟ์โค้ช 3 คนมีการนำเสนอเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจสรุปได้ดังนี้

แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat มีการนำเสนอเนื้อหาประเภทการสั่งสอน/แนะนำมากที่สุดอันดับ 1 จำนวน 16 ครั้ง อันดับ 2 คือ เนื้อหาการขายคอร์สออนไลน์/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์จำนวน 14 ครั้ง อันดับ 3 เนื้อหาประเภทการให้กำลังใจจำนวน 7 ครั้ง ไม่มีเนื้อหาประเภทการสร้างพลังบวก การสอดแทรกปัญหาสังคมและการขอบคุณผู้สนับสนุนรายได้

แฟนเพจชื่อครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุนำเสนอเรื่องการสั่งสอน/แนะนำเป็นอันดับ 1 จำนวน 43 ครั้ง อันดับ 2 คือ เนื้อหาการขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์จำนวน 39 ครั้ง และเนื้อหาการให้กำลังใจจำนวน 18 ครั้ง ไม่มีเนื้อหาการให้ความรัก/เมตตา การสอดแทรกปัญหาสังคมและการขอบคุณผู้สนับสนุนรายได้

แฟนเพจชื่อจตุพล ชมพูนุชให้ความสำคัญเนื้อหาการขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์เป็นอันดับ 1 จำนวน 48 ครั้ง อันดับ 2 คือ เนื้อหาการสั่งสอน/แนะนำจำนวน 44 ครั้ง อันดับ 3 เนื้อหาการให้กำลังใจจำนวน 16 ครั้ง ไม่มีเนื้อหาการสอดแทรกหลักธรรมะ การให้ความรัก/เมตตา การช่วยเหลือสังคมและการมีอารมณ์ขัน

2. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าในประเทศไทย มีประเด็นอภิปรายดังต่อไปนี้

2.1 คุณลักษณะของไลฟ์โค้ชไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คน มีคุณลักษณะบุคลิกภาพที่เหมาะสมทั้งบุคลิกภาพภายนอก (External Personality) และบุคลิกภาพภายใน (Internal Personality) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) ของ ฟิลลิป จี. ซิมบาร์โด และฟลอยด์ แอล.รูช (Zimbardo &Ruch, 1980) อธิบายว่า บุคลิกภาพ เป็นผลรวมของลักษณะเชิงจิตวิทยาของบุคคลแต่ละคน มีผลต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมหลากหลายของบุคคลนั้นทั้งส่วนที่เป็นลักษณะภายนอกที่สังเกตได้ง่ายและพฤติกรรมภายในที่สังเกตได้ยาก และสอดคล้องกับทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) คาร์ล กุสตาฟ จุง (Carl Gustav Jung ค.ศ. 1875-1961 อ้างใน บล็อก วันอัยชนะฮ์, 2559) แบ่งบุคลิกภาพได้เป็น 2 ประเภท คือ 1.บุคลิกภาพภายนอก 2. บุคลิกภาพภายในสอดคล้องกับแมคแคร์ และคอสต้า(McCrae&Costa, 1992) ได้กล่าวถึงทฤษฎีทางจิตวิทยาซึ่งถูกนำมาในใช้อธิบายบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลมากที่สุด โดยแบ่งโครงสร้างบุคลิกภาพเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ (Five Factors) หรือที่เรียกว่า “The Big Five”บุคลิกภาพ 5 ประการนี้มีชื่อย่อเป็น OCEAN ซึ่งสามารถอธิบายบุคลิกภาพของไลฟ์โค้ชแต่ละคนได้ชัดเจนขึ้น

จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกและคุณลักษณะบุคลิกภาพภายในของไลฟ์โค้ช มีความสอดคล้องกับคุณลักษณะผู้นำของมาร์แชล (Marshall, 1995) ซึ่งกล่าวว่า คุณลักษณะความเป็นผู้นำ ควรมีคุณลักษณะสำคัญ 6 ประการ 1) คุณลักษณะทางกายภาพ โดยจะต้องเป็นผู้ที่แข็งแรงร่างกายสง่างาม 2) ภูมิหลังทางสังคม ได้แก่ การมีความรู้ 3) สภาพทางสังคมที่ดี 4) สติปัญญา มีสติปัญญาสูง 5) มีการตัดสินใจที่ดีและ 6) มีทักษะในการสื่อความหมายและการพูดจา ซึ่งไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คนมีลักษณะทั้ง 6 ประการ

อีกประการหนึ่งไลฟ์โค้ชทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารจึงต้องมีความน่าเชื่อถือซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร เบอร์โต, เลเมอร์ส และเมอร์ส (Berlo, Lemert& Mertz, 1996) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารมี 3 ประการ ได้แก่ 1) ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (Safety Factor) คือ เข้ากับคนอื่นได้ง่าย (Congenial) 2) ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) ได้แก่ การมีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ของผู้ส่งสาร 3) ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor) แสดงถึงความไม่เฉื่อยชา เช่น ความเป็นฝ่ายรุก (Aggressive) รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathic) ทั้ง 3 ปัจจัยมีความสำคัญกับคุณลักษณะบุคลิกภาพ

ของไลฟ์โค้ชและตรงกับคุณลักษณะของไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คน ซึ่งแต่ละคนจะมีมากหรือน้อยแตกต่างกันไป ทั้งนี้อยู่ที่การแสดงออกของแต่ละคนที่จะทำให้ตนเองเป็นที่น่าเชื่อถือได้มากน้อยแตกต่างกัน

ไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คนมีการโน้มน้าวใจซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแม็กไกวร์ (McGuire, 1973) ได้แบ่งขั้นตอนการโน้มน้าวใจไว้ 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ชี้นำเสนอ (Presentation) 2) ชี้นำให้ความสนใจ (Attending) 3) ชี้นำเข้าใจ (Comprehending) 4) ชี้นำคล้อยตาม (Yielding) 5) ชี้นำยึดเหนี่ยวสิ่งใหม่ (Retaining the New Position) 6) ชี้นำการกระทำ (Acting)

และยังสอดคล้องกับแนวคิดโน้มน้าวใจของอริสโตเติล (Aristotle) ที่ได้ให้เหตุผลว่าการโน้มน้าวใจขึ้นอยู่กับองค์ประกอบรวม 3 องค์ประกอบด้วยกัน หรือเปรียบเทียบ 3 ขา ได้แก่ ขาที่ 1) บุคลิกลักษณะ - เอทอส (Ethos) หมายถึง บุคลิกลักษณะและลักษณะภายนอกที่น่าเชื่อถือของผู้พูด ขาที่ 2) เหตุผล - โลกอส (Logos) หมายถึง การให้เหตุผล ข้อโต้แย้งที่มีตรรกะ มีเหตุผลที่หนักแน่น ขาที่ 3) ความเข้าใจผู้อื่น - แพนทอส (Panthos) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ความรู้สึกของผู้ฟัง

2.2 รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์โค้ชทั้ง 3 คน ใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจในหลายรูปแบบ รวม 6 รูปแบบ ซึ่งตรงตามแนวคิดการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่นๆ ได้ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจโพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความ

ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธชญาน์ บุญเต็ม และ พรทิพย์ เย็นจะบก (2563) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง (Life Coach) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า วิธีการนำเสนอของการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ มีประเภทเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อเฟซบุ๊ก ดังนี้ 1. รูปภาพและข้อความ 2. อินโฟกราฟิก 3. เฟซบุ๊กไลฟ์ 4. วิดีโอ และ 5. การแชร์ลิงค์จากแหล่งอื่น

นอกจากนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องจากรูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กมีหลากหลายรูปแบบ ไลฟ์โค้ชแต่ละคนจึงเลือกรูปแบบแตกต่างกันออกไปตามความชอบของตนเองซึ่งบางครั้งก็ไม่ได้ตรงตามความต้องการของผู้ติดตามด้วยเหตุผลหลายประการ และไลฟ์โค้ชบางคนก็เลือกรูปแบบได้ตรงความต้องการของผู้ติดตาม โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากยอดแสดงความรู้สึกของผู้ติดตามที่มีต่อรูปแบบการสื่อสาร สรุปได้ดังนี้

แฟนเพจชื่อ Pop Siwapat นิยมใช้รูปแบบการสื่อสารในรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์ แต่มีจำนวนผู้ติดตามมาแสดงความรู้สึกไม่มาก โดยจำนวนผู้ติดตามแสดงความรู้สึกในรูปแบบรูปภาพมากที่สุด จำนวน 5,586 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์สาเหตุที่มีการแสดงความรู้สึกไม่มากจากเฟซบุ๊กไลฟ์เนื่องจาก

แฟนเพจเลือกช่วงเวลาในการเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่ตรงกับเวลาว่างของผู้ติดตาม แฟนเพจนิยมเริ่มเฟซบุ๊กไลฟ์ในช่วงเวลาระหว่างเวลา 8.00-09.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเช้า และผู้ติดตามของแฟนเพจส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงาน กลุ่มนักศึกษา ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นเวลาที่ตรงกับเวลาเดินทางไปทำงาน หรือไปสถานศึกษา และจะตรงกับเวลาเข้าทำงานของผู้ติดตาม อาจเป็นสาเหตุให้ผู้ติดตาม ไม่ได้มารับชมเฟซบุ๊กไลฟ์ จึงทำให้ยอดแสดงความรู้สึกไม่มากนัก และอีกประการหนึ่งการสื่อสารบนโลกออนไลน์ทำให้ผู้ติดตามสามารถใช้เวลาที่ว่างหรือสะดวกมารับชมย้อนหลังได้ จึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้เวลาที่ไม่ว่างหรือสะดวกมารับชมเฟซบุ๊กไลฟ์ ดังนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าถ้าแฟนเพจมีความชอบรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์ก็ต้องแก้ไขในเรื่องการเปลี่ยนช่วงเวลาการสื่อสารรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์ หรือนำเสนอเนื้อหาแปลกใหม่ทันสมัยให้เข้ากับกลุ่มผู้ติดตามจะทำให้แฟนเพจเกิดความน่าสนใจมากขึ้น และจะทำให้ยอดแสดงความรู้สึกของผู้ติดตามมากขึ้นด้วย

ส่วนจำนวนผู้แสดงความรู้สึกมากที่สุดในรูปแบบรูปภาพ เป็นรูปที่ดร. ปิอบฐาวรา สิริพิพัฒน์นอนกอดสุนัขที่เลี้ยงไว้จำนวน 2 ตัวนั้น รูปภาพนี้เป็นรูปที่ซึ่งแสดงถึงตัวตนของดร.ปิอบที่แสดงความรักต่อสุนัขที่เลี้ยงไว้ซึ่งเป็นรูปภาพส่วนตัว แต่ผู้ติดตามมียอดแสดงความรู้สึกมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ติดตามชอบคุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกของดร.ปิอบ ฐาวรา สิริพิพัฒน์ ซึ่งเป็นผู้ชายที่มีรูปร่างและหน้าตาดี และยังชอบคุณลักษณะบุคลิกภาพภายในที่แสดงถึงความรัก/ความเมตตาต่อสัตว์เลี้ยง

แฟนเพจชื่อครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุนิยมใช้รูปแบบการสื่อสารแบบอินโฟกราฟิกมากที่สุด แต่จำนวนผู้ติดตามแสดงความรู้สึกมากที่สุดจำนวน 142,252 คน มากที่สุดกลับเป็นรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบวิดีโอ ซึ่งผู้วิจัยมีข้ออภิปราย ดังนี้

1) ครูเงาะ รสสุคนธ์ เป็นเจ้าของกิจการโรงเรียนและครูสอนศิลปะการแสดง อีกทั้งยังประกอบอาชีพไลฟ์โค้ชร่วมด้วย จึงใช้รูปแบบอินโฟกราฟิก เป็นรูปแบบในการสื่อสารมากที่สุด เพราะรูปแบบอินโฟกราฟิกที่ใช้จะมีเนื้อหาโฆษณาเกี่ยวกับธุรกิจของครูเงาะ รสสุคนธ์ จึงมีประโยชน์ในการสื่อสารได้ดีทั้งใช้ในการนำเสนอเนื้อหาการสั่งสอน/แนะนำ และเสริมงานด้านธุรกิจโรงเรียนสอนการแสดง และขายคอร์สออนไลน์ด้วย

2) ผู้ติดตามส่วนใหญ่ของแฟนเพจนี้เป็นผู้ใหญ่วัยทำงาน หรือในระดับผู้บริหาร และเป็นผู้ที่อยู่ในแวดวงการแสดงหรือสนใจเรื่องเกี่ยวกับการสื่อสารและการแสดง จึงทำให้มียอดแสดงความรู้สึกรูปแบบวิดีโอมากที่สุด เพราะวิดีโอจะใช้เวลาสั้นๆ เหมาะสำหรับผู้ใหญ่วัยทำงานที่ไม่มีเวลาติดตามไลฟ์สด

แฟนเพจชื่อจตุพล ชมพูนิช นิยมใช้รูปแบบการสื่อสารในรูปแบบอินโฟกราฟิกมากที่สุดและมีจำนวนผู้แสดงความรู้สึกในรูปแบบอินโฟกราฟิกมากที่สุด จำนวน 28,010 คน ซึ่งเป็น

แผนเพจเดียวที่เลือกรูปแบบการสื่อสารได้ตรงกับความต้องการของผู้ติดตามของตนอย่างมากทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า แผนเพจใช้ภาษาหลากหลายทั้งภาษาพูด คำคม คำสุภาษิต คำเปรียบเปรย และอื่นๆ ที่มีความหมายชัดเจน น่าอ่าน น่าเก็บไว้และนำเสนอต่อ การนำมาเสนอในรูปแบบ อินโฟกราฟิกจึงทำให้ผู้ติดตามเข้าใจได้ง่าย เนื้อหาที่มีความหมายดีทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์

2.3 เนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ไลน์ ไลน์ ทั้ง 3 คน มีการนำเสนอเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก รวม 10 ประเภท คือ 1) การสั่งสอน/แนะนำ 2) การขายคอร์ส/บรรยาย/ธุรกิจออนไลน์ 3) การให้กำลังใจ 4) การสร้างพลังบวก 5) การสอดแทรกหลักธรรมะ 6) การให้ความรัก/ความเมตตา 7) การช่วยเหลือสังคม 8) การมีอารมณ์ขัน 9) สอดแทรกปัญหาสังคมและ 10) การขอบคุณผู้สนับสนุน เนื้อหา 10 ประเภทนี้ มีความสอดคล้องกับทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychology) ของศาสตราจารย์มาร์ติน เซลิเกแมน (Seligman, 2011) สรุปหลักได้ 5 องค์ประกอบ คือ P - E - R - M - A (PERM Model) ได้แก่ 1) P - Positive Emotion คือ การมีความรู้สึกเชิงบวก 2) E - Engagement คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม การเรียนรู้ การทำงาน 3) R - Relation คือ การมีปฏิสัมพันธ์ มีความร่วมมือร่วมใจ (Collaboration) 4) M - Meaning คือ สิ่งที่ทำมีคุณค่าและมีความหมาย ต่อเป้าหมายของชีวิต และ 5) A - Accomplishment คือ การได้กระทำสิ่งนั้นจะทำให้เกิดความสำเร็จ

มีความสอดคล้องกับงานวิจัย ปวีณสุดา เหนือคลอง และคณะ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของฉอน บูรณะหิรัญ โดยเก็บข้อมูลจากคลิปวิดีโอในเฟซบุ๊กและยูทูปจำนวน 50 เรื่อง ซึ่งแบ่งเนื้อหาการพูดเป็น 4 ประเภทคือ ความรัก ปรัชญา การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาสังคม ซึ่งเนื้อหา 4 ประเภทตรงตามงานวิจัย คือ เป็นเนื้อหาการพูด 4 ประเภทเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการให้การแนะนำ/สั่งสอน การให้กำลังใจ และการสร้างพลังบวก และงานวิจัยของทิพย์สุดา สาระวาริ และปณันดา เลอเลิศยุติธรรม (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการให้คำแนะนำของไลฟ์โค้ชผ่านสื่อสังคมออนไลน์และเจตคติของผู้รับสาร: กรณีศึกษา จูตินดา ณ พัทลุง ผลการวิจัยพบว่ากลวิธีที่ใช้ในการให้คำแนะนำของ ไลฟ์โค้ชจำนวนทั้งสิ้น 10 กลวิธี ได้แก่ การตั้งคำถาม ให้คิด การใช้คำสั่ง การปฏิเสธ การยกสถานการณ์ สมมติ การสร้างจินตภาพ การแนะนำ โดยการชักจูง การอ้างถึง การซ้ำคำหรือซ้ำความการสรุปความและ การใช้คำพูดเชิงบวก ซึ่งกลวิธีที่ใช้ในการให้คำแนะนำของงานวิจัยตรงตามเนื้อหาของงานวิจัยนี้ เรื่องการแนะนำสั่งสอนและ การใช้คำพูดเชิงบวก

อีกประการหนึ่งเนื้อหา 10 ประเภท ที่ผู้ติดตามมารับฟังการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ช ทั้ง 3 คน ค้นพบว่าผู้ติดตามที่รับเนื้อหาดังกล่าว เป็นคนที่มีความต้องการมากกว่าความต้องการพื้นฐาน ซึ่งตรงกับทฤษฎีแรงจูงใจ (The Theory of Human Motivation) ของมาสโลว์ ความต้องการ 8 ชั้น โดยพบว่าผู้ติดตามมีความต้องการเริ่มจากชั้นที่ 4 Esteem Need เน้นการพัฒนาบุคลิกภาพของมนุษย์ให้มี

ความสุข โดยมีพื้นฐานมาจากการพัฒนาตนเอง เป็นคนดี และมองโลกในแง่ดีต้องการเป็นผู้มีความชำนาญและความสามารถเพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม จนถึงความต้องการขั้นที่ 8 Transcendence Need ความต้องการอยู่เหนือสามัญสำนึกความต้องการเป็นบุคคลที่ยอดเยี่ยมในการอุทิศตนเพื่อมวลมนุษยชาติ (transcendence) เป็นอัจฉริยะบุคคลที่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับมนุษยชาติอย่างถึงที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอาชีพไลฟ์โค้ช

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย เรื่องการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของไลฟ์โค้ชแนวหน้าของประเทศไทย มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.1.1 ไลฟ์โค้ชหรือผู้สนใจในอาชีพนี้ ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณลักษณะบุคลิกภาพทั้งภายนอกและภายใน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากนี้รูปแบบและเนื้อหาของการสื่อสารควรให้ตรงกับระดับความต้องการกลุ่มเป้าหมายของตน รวมทั้งต้องมีกลยุทธ์ในการใช้ที่ตรงด้วย

3.1.2 ไลฟ์โค้ชหรือผู้ที่สนใจในงานด้านนี้ ควรให้ความสำคัญกับการใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ และปรับกลยุทธ์ในการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งรูปแบบและเนื้อหาให้เหมาะสมและเข้าถึงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรมีการศึกษาคุณลักษณะและวิธีการสื่อสารของไลฟ์โค้ชที่เป็นที่นิยมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เช่น ไลฟ์โค้ชที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน วัยสูงอายุ เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึกที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

3.2.2 เพื่อให้ได้องค์ความรู้เชิงลึก ควรมีการศึกษาการสื่อสารของไลฟ์โค้ชในช่องทางออนไลน์รูปแบบอื่น เช่น ช่องทางยูทูบ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เป็นต้น



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กันยา สุวรรณแสง. (2542). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). *พุดจูงใจแบบ..อริสโตเติล*. สืบค้นจาก <http://www.kriengsak.com/node/135>
- จตุพล ชมพูนุช. (2564). *แฟนเพจ เฟซบุ๊ก จตุพล ชมพูนุช*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/jatuponechompoonich>. (วันที่สืบค้น 25 กุมภาพันธ์ 2564)
- จ๊อบส์ดีบี ประเทศไทย. (2557). *พฤติกรรมที่สร้างความน่าเชื่อถือสำหรับ HR*. สืบค้นจาก <https://th.jobsonline.com/th-th/articles/สร้างความน่าเชื่อถือ-hr/>
- จิราภา เต็งไตรรัตน์, นพมาศ อึ้งพระ (ธีรเวคิน)ฤ, รัชนี นพเกตุ, รัตนา ศิริพานิช, วารุณี ภูวสรกุล, ศรีเรือน แก้วกั้งวาล, ศันสนีย์ ตันตวิวิท และสิริอร วิชชาวุธ. (2550). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แจ๊ค มินทร์ อิงค์เนศ. (2564, 16 กุมภาพันธ์). *เพิ่มพลังชีวิตด้วยการคิดบวก. กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/126949>
- ฐาราวา สิริพิพัฒน์. (2564). *แฟนเพจ เฟซบุ๊ก Pop Siwapat*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/siwapatnow>. (วันที่สืบค้น 25 กุมภาพันธ์ 2564)
- ทิพย์สุดา สาระวารี และปณนดา เลอเลิศยุติธรรม. (2561). ศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการให้คำแนะนำของไลฟ์โค้ชผ่านสื่อสังคมออนไลน์และเจตคติของผู้รับสาร: กรณีศึกษา ฐิตินาถ ณ พัทลุง. *วารสารการอาชีวศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์*, 2(1), 75-90
- ปราณี รามสูต. (2542). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏธนบุรี
- ปวีณ์สุดา เหนือคลอง, ปาริชาติ แก้วนวน, พัชรรณ ดั่งสุข, สมิตร์ชาติ พุมมา, และอลิสตาคุมเคียม. (2562). การใช้ภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของฉนวน บุรณะหิรัญ. *Walailak Procedia (การประชุมวิชาการระดับชาติ “วลัยลักษณ์วิจัย” ครั้งที่ 11)*, 2019(2), SS.149. สืบค้นจาก <https://wjst.wu.ac.th/index.php/wuresearch/article/view/6642>.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563, 21 เมษายน). *เป็นห่วงนะ! Facebook เปิดตัวไอคอนแสดงความรู้สึกใหม่ “ห่วงใย” ช่วงโควิด-19*. <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9630000041869>.
- พจนารถ ชีบังเกิด. (2563, 29 มิถุนายน). *ไลฟ์โค้ช คืออะไร ? ทำไมจึงได้รับความนิยม. PPTV Online*. สืบค้นจาก <https://www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/128387>.

- เพ็ญพิมล คงมนต์. (ม.ป.ป.). *ข้อดีและข้อเสียของ Facebook*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/a/thantong.ac.th/porkaermfacebook474/khxd-laea-khx-seiy>. (วันที่สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2564)
- รสสุคนธ์ กองเกตุ. (2564). *แฟนเพจ เฟซบุ๊ก ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/krungor>. (วันที่สืบค้น 25 กุมภาพันธ์ 2564)
- ลลิตา สุวรรณแจ่ม. (2563). *การจำแนกสื่อการเรียนการสอนของ Robert E. de Kieffer*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/674937>
- วันอัยชะฮ์. (2559). *แนวคิดตามทฤษฎีจิตวิทยาเชิงวิเคราะห์ ของจุง (Jung's Analytical Psychology)*. สืบค้นจาก <http://wan2538.blogspot.com/2016/01/jungs-analytical-psychology.html>
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2564). *จิตวิทยาเชิงบวก*. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/จิตวิทยาเชิงบวก> (วันที่สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2564).
- วิทยากร เชียงกุล. (2552). *จิตวิทยาวัยรุ่น : ก้าวข้ามปัญหาและพัฒนาศักยภาพด้านบวก*. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- วิไลวรรณ ศรีสงคราม, สุชญญา รัตนัญญา, โรจน์รวี พจน์พัฒพล และพีรพล เทพประสิทธิ์. (2549). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- สุทธัญญา บุญเต็ม และ พรทิพย์ เย็นจะบก. (2563). *การสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง (Life Coach) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์*. ใน *เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2563* (น. 769-778). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สุรพงษ์ คงศักดิ์และ ชีรชาติ ธรรมวงศ์. (2551). *การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)*. สืบค้นจาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>. (วันที่สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2564)
- อัลชลี แจ่มเจริญ. (2530). *จิตวิทยาธุรกิจ : ชุดการสอนประกอบคำบรรยาย*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : คณะวิชาวิทยาการจัดการ วิทยาลัยครูสวนสุนันทา.
- Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1990). *Transformational Leadership Development: Manual for the Multifactor Leadership Questionnaire*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Berlo, D.K., Lemert, J.B., & Mertz, R.J. (1969). Dimensions for evaluating the acceptability of message sources. *Public Opinion Quarterly*, 33(4), 563-576.
- Bermbeck, W. L. & Howell, W. S. 1976). *Persuasion: a means of social influence*. New Jersey: Prentice-Hall.

- Bootzin, R. R., Epstein, D., & Wood, J. M. (1991). Stimulus Control Instructions. In P. J. Hauri (Ed.), *Case Studies in Insomnia* (pp. 19-28). New York: Plenum.
- Brewerton, P. (2021). What is the PERMA model of positive psychology?. *Strength Scope*. Retrieved from <https://www.strengthscope.com/podcasts/what-is-the-perma-model-of-positive-psychology>.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders. *Journal of Personality Disorders*, 6(4), 343–359.
- Fastket. (2564). *เผยข้อมูลสถิติและพฤติกรรมการใช้งาน Facebook ในปี 2021*. สืบค้นจาก <https://www.fastket.co/post/เผยข้อมูลสถิติและพฤติกรรมการใช้งาน-facebook-ในปี-2021>.
- Hilgard, E. R. (1962). *Introduction to Psychology*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Marshall, J. (1995) *Women Managers Moving On*. London: Macmillan.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality* (2nd ed.). New York: Harpers and Row.
- McGuire, W. J. (1973). The yin and yang of progress in social psychology: Seven koan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26, 446–456.
- Nattaya, L. (2563, 25 มิถุนายน). “ไลฟ์โค้ช” คือใคร สำคัญแค่ไหนกับชีวิตคนยุคใหม่. *Sanook*. สืบค้นจาก <https://www.sanook.com/news/8082262/>.
- Seligman, M.E.P. (2011). *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-Being*. New York: Free Press.
- Simon, H. A. (1976). *Administrative Behavior*. New York: The Free Press.
- Thai Ware. (2558). *ปุ่ม Dislike หลบบไป Facebook เพิ่มปุ่ม Reactions เข้ามาแทน*. สืบค้นจาก <https://news.thaiware.com/6972.html>.
- Wikimedia Commons. (2019). *Big Five*. Retrieved from https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Big_Five_1.png.
- Zimbardo, P. G., & Ruch, L. F. (1980). *Essentials of Psychology and Life*. Glenview, IL: Scott Foresman.



ภาคผนวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูล 3 รูปแบบ

1. บันทึกคุณลักษณะบุคลิกภาพภายนอกของโลพีไค้ช

ชื่อแฟนเพจ.....	
บุคลิกภาพภายนอก	
1	รูปร่าง
2	การแต่งกาย
3	การปรากฏตัว
4	กิริยาท่าทาง
5	การใช้น้ำเสียง
6	การสบสายตา
7	การใช้ถ้อยคำภาษา

บันทึกคุณลักษณะบุคลิกภาพภายในของโลพีไค้ช

ชื่อแฟนเพจ.....	
บุคลิกภาพภายใน	
1	ความเชื่อมั่นในตัวเอง
2	ความกระตือรือร้น
3	ความรอบรู้
4	ความคิดริเริ่ม
5	ปฏิภาณไหวพริบ
6	ความจำ
7	อารมณ์ขัน

2. บันทึกจำนวนครั้งของรูปแบบการสื่อสารและผู้แสดงความรู้สึก

ชื่อแฟนเพจ.....							
ครั้งที่	วันที่/ม.ค.64	รูปแบบการสื่อสาร				เฟซบุ๊ก ไลฟ์	ผู้แสดง ความรู้สึก (คน)
		รูปภาพ	ข้อความ	รูปภาพและ ข้อความ	อินโฟ กราฟิก		
1							
2							
3							
4							
5							

3. บันทึกประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร

ชื่อแฟนเพจ.....				
วันที่/ม.ค.64	รูปแบบการสื่อสาร	ความยาว (นาที)	หัวข้อเรื่อง	สรุปประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร
1				
2				
3				
4				
5				
6				